

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2



ภูวนารถ ศรีทอง

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGIES OF TREKKING TOURISM MANAGEMENT FOR
TOURISTS IN THE UPPER NORTHERN 2



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism Management
May 2023
Copyright 2023 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ของ ภูวนารถ ศรีทอง

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมชัย ปัญญาดี)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. พัจน์พิตดา ศรีสมพงษ์)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. วาริชต์ มัธยมบุรุษ)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วศิน ปัญญาวุฒตระกุล)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ)

- เรื่อง:** กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
- ผู้วิจัย:** ภูวนารถ ศรีทอง, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา,
2565
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภักดีพิณิจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.พจน์พิตดา ศรี
สมพงษ์ ดร.วราวิชต์ มัธยมบุรุษ
- คำสำคัญ:** การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า, กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2, ชีตความสามารถทางการ
แข่งขัน, กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน, กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน และเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบเทียบการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีการศึกษาข้อมูลองค์ประกอบการของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า การประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า โดยการลงพื้นที่สำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตัวแทนชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเดินป่าจำนวน 400 คนและมีประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า จากการวิเคราะห์สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าพบว่าอยู่ในระดับต่ำ 4 ด้าน ปานกลาง 2 ด้าน โดยมีอำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์จากแรงผลักดัน 5 ประการมากที่สุด ในการจัดทำกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ด้วยกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ประกอบด้วย กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์, กลยุทธ์ความแตกต่างด้านบริการ, กลยุทธ์ความแตกต่างด้านบุคลากร และ กลยุทธ์ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ โดยมีพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎระเบียบกับชุมชนรอบพื้นที่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องร่วมกันประสานงานและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนให้กับทั้งชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมเดินป่า การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เน้นการกระจายผลประโยชน์กับชุมชน การสร้างบุคลากรมีคฤเทศ์เดินป่าที่มีความเชี่ยวชาญทั้งการบริการและความปลอดภัย การบูรณาการกับหน่วยงานที่เป็นผู้ดำเนินการอบรมคฤเทศ์และกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาในการกำหนดสมรรถนะ และมาตรฐานการให้บริการอย่างมืออาชีพ รวมทั้งแผนการส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมุ่งเน้นเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่นิยมธรรมชาติ และสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 อย่างยั่งยืน

Title: COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGIES OF TREKKING TOURISM MANAGEMENT FOR TOURISTS IN THE UPPER NORTHERN 2

Author: Phuwanat Srithong, Dissertation: Ph.D. (Tourism Management), University of Phayao, 2022

Advisor: Assistant Professor Dr. Prakobsiri Pakdeepinit Co–advisor Dr.PHATPITTA SREESOOMPONG
Dr.Warach Madhyamapurush

Keywords: Trekking Tourism Management, The Upper Northern 2, Competitiveness, Competitive Advantage Strategies, Differentiation Strategy

ABSTRACT

This research aims to study the situation and potential of trekking tourism management in the upper northern 2, tourist behavior and motivation towards trekking tourism management in the upper northern 2 and factors affecting competitive advantage of trekking tourism management in the upper northern 2, and to propose the competitive advantage strategies of trekking tourism management for tourists in the upper northern 2. The study includes the elements of trekking tourism management and the assessment of trekking tourism management potential by surveying the study area and in–depth interviewing the representatives of the government, the tourism entrepreneurs in the upper northern 2, local community, and the stakeholders. In addition, data was collected by distributing the questionnaire to 400 trekking tourists and by conducting the focus group with the stakeholders in tourism to create the appropriate strategies. The research findings revealed that trekking tourism management for tourists in the upper northern 2 was the significant tool as a guideline to create the competitiveness in trekking tourism management. From the trekking tourism management situation and competitive potential analysis, 4 parts of trekking tourism management were at the low level while the other 2 were average. The bargaining power of tourists was identified as the highest force among five forces. In order to develop the competitive advantage strategies, the differentiation strategy was highlighted. The differentiation strategy consisted of product differentiation, services differentiation, human resource differentiation, and image differentiation, with the attractiveness of natural resources, the regulatory enforcement, clear participation process among the government sector, private sector, and stakeholders for the accurate perception of tourists towards trekking activity, business operation of the entrepreneurs for local community benefit sharing, professional trekking tourist guide development to enhance service quality, safety and security, and the integration with related sectors that organize tourist guide training and with the Ministry of Tourism and Sports for the professional service standards and competencies. Furthermore, the marketing plan of the related government sector should focus on the targeted customers who are fond of nature. The plan should also encourage the collaboration with the conservative tourism entrepreneurs to strengthen the sustainability of trekking tourism in the upper northern 2.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษากลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา งานวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้และลุล่วงไปด้วยดี ส่วนหนึ่งเกิดจากการได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภักดีพินิจ ที่ให้คำแนะนำพร้อมทั้งวิธีการแก้ไขปรับปรุงข้อผิดพลาดต่าง ๆ ในงานวิจัย ทั้งกำลังใจและความเอาใจใส่ต่อผู้วิจัยในการพัฒนาแนวคิดต่าง ๆ เทคนิควิธีการจนทำให้ประสบความสำเร็จและขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.วราวัชต์ มัธยมบุรุษ ที่ให้คำแนะนำและดูแล กำกับติดตามงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความเมตตาและเอาใจใส่นักวิจัยในช่วงวิกฤต Covid-19 ทั้งด้านดำเนินงานตามกระบวนการศึกษาให้ครบถ้วนและการให้คำแนะนำมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณ ดร.พจน์พิตดา ศรีสมพงษ์ ที่คอยดูแลและช่วยเหลือให้คำแนะนำการศึกษาวิจัยต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงของวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยพะเยา คณาจารย์ บุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยาที่ช่วยสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ในระหว่างการศึกษา และการทำวิจัย ทั้งนี้ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรวรรณ บุญพัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรญา ชื่นวงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น ในความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณหน่วยงานทางราชการ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่านที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาและครอบครัวศรีทอง ที่คอยเป็นกำลังใจ ดูแลอย่างใกล้ชิด และขอบคุณมิตรสหาย ได้แก่ นายวาทศิลป์ สุยา และนายสยามภู สุขเดชมารค ที่สนับสนุนและคอยช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านในระหว่างการศึกษาปริญญาเอก และงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จ

ภูวนารถ ศรีทอง

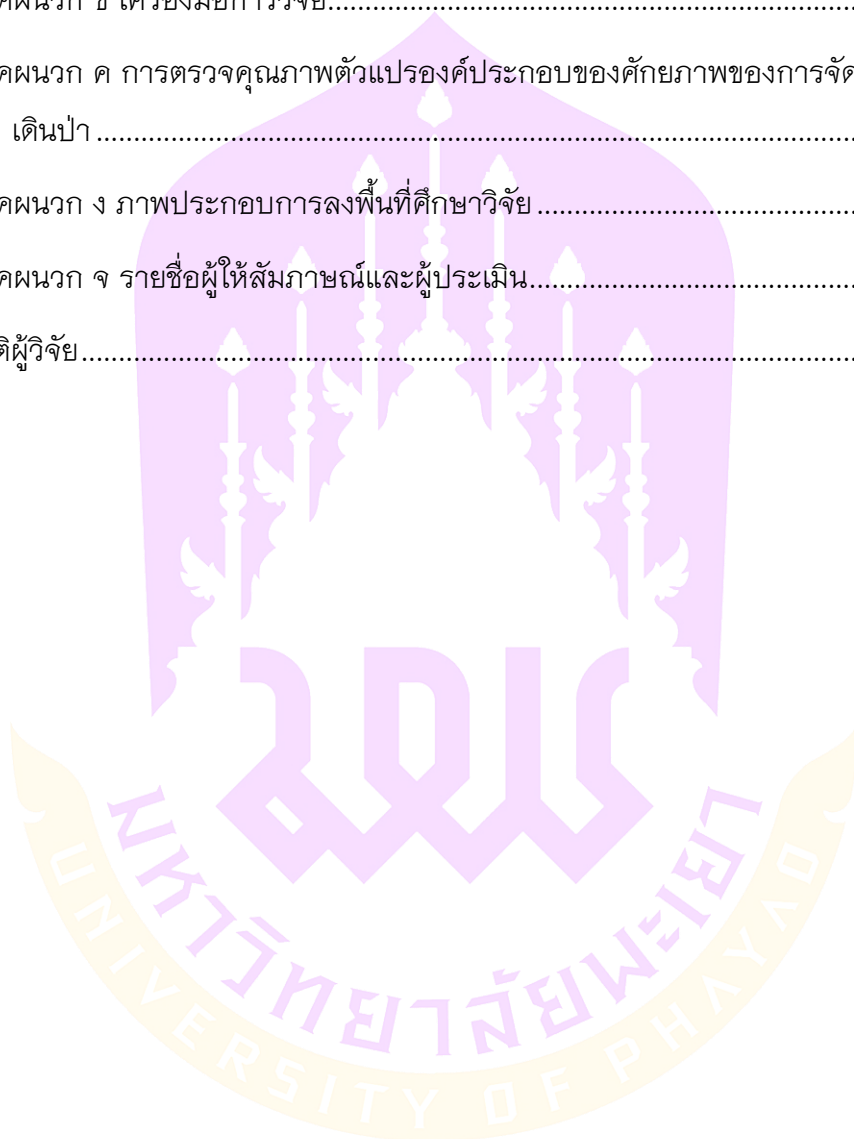
สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์	8
ขอบเขตการศึกษา.....	9
ขอบเขตด้านพื้นที่	9
ขอบเขตด้านเนื้อหา	10
ขอบเขตด้านประชากร.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
นิยามศัพท์เฉพาะ	12
ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย	14
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่า.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินป่า.....	75
แนวคิดและทฤษฎีการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันและแรงผลักดัน 5 ประการ	87

บริบทพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	108
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	126
กรอบแนวคิดในการวิจัย	135
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	138
วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	139
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2	146
วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	150
วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการ ท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	156
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	159
วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	159
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2	232
วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	257
วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการ ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	305
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	323
สรุปผลการวิจัย.....	324
อภิปรายผลการวิจัย	329
ประโยชน์ของการศึกษา	361
ข้อเสนอแนะ.....	363

บรรณานุกรม	366
ภาคผนวก.....	383
ภาคผนวก ก ตารางแสดงช่วงเวลาดำเนินการดำเนินงานวิจัย.....	384
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย.....	385
ภาคผนวก ค การตรวจคุณภาพตัวแปรองค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยว เดินป่า	413
ภาคผนวก ง ภาพประกอบการลงพื้นที่ศึกษาวิจัย	427
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ประเมิน.....	430
ประวัติผู้วิจัย.....	433



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 เส้นทางเดินป่าที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย	3
ตาราง 2 จำนวนอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	6
ตาราง 3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	30
ตาราง 4 วิวัฒนาการในเรื่องเส้นทางศึกษาธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา	43
ตาราง 5 ระดับของเส้นทางเดินป่า	45
ตาราง 6 วิวัฒนาการเส้นทางศึกษาธรรมชาติประเทศไทย	47
ตาราง 7 เกณฑ์มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า	55
ตาราง 8 ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	63
ตาราง 9 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	74
ตาราง 10 วิเคราะห์ความสัมพันธ์พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า	85
ตาราง 11 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดเชียงราย	115
ตาราง 12 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดพะเยา	119
ตาราง 13 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดแพร่	121
ตาราง 14 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดน่าน	124
ตาราง 15 การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์-อุปทาน แผนงานนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	132
ตาราง 16 กลยุทธ์ในการยกระดับอุตสาหกรรมและแนวทางพัฒนาแรงงานจากรูปแบบแรงผลักดัน 5 ประการ	133
ตาราง 17 กรอบแนวคิดการวิจัย	137
ตาราง 18 พื้นที่วิจัยแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่และน่าน	138
ตาราง 19 แสดงกลุ่มตัวอย่าง	140

ตาราง 20 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้.....	141
ตาราง 21 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว และจำนวนมัคคุเทศก์	151
ตาราง 22 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเข้าเที่ยว	151
ตาราง 23 แสดงกลุ่มตัวอย่าง	157
ตาราง 24 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว และจำนวนมัคคุเทศก์	163
ตาราง 25 เปรียบเทียบจำนวนสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวของอุทยาน แห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ระหว่างปี พ.ศ 2560-2563.....	164
ตาราง 26 เปรียบเทียบสถิติผลรวมรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดระหว่างปี พ.ศ. 2560- 2563.....	165
ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อ ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	220
ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านพื้นที่ จาก ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	221
ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านการจัดการ จาก ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	222
ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านกิจกรรมและ กระบวนการจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	223
ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	224
ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้านบุคลากรและ บริการจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	225

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้านมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	226
ตาราง 34 แสดงค่าร้อยละของเพศนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ..	232
ตาราง 35 แสดงค่าร้อยละของอายุนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2..	233
ตาราง 36 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	233
ตาราง 37 แสดงค่าร้อยละของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	234
ตาราง 38 แสดงค่าร้อยละอาชีพนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	234
ตาราง 39 แสดงค่าร้อยละรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	235
ตาราง 40 แสดงค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	236
ตาราง 41 แสดงค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	237
ตาราง 42 แสดงค่าร้อยละของรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	237
ตาราง 43 แสดงค่าร้อยละจากประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	238
ตาราง 44 แสดงค่าร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้ง ต่อคน ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	238
ตาราง 45 แสดงค่าร้อยละของจำนวนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า (ต่อปี) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	239
ตาราง 46 แสดงค่าร้อยละของระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	240

ตาราง 47 แสดงค่าร้อยละของช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดิ	
นป่ามากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	240
ตาราง 48 แสดงค่าร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในการเดินทางท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	241
ตาราง 49 แสดงค่าร้อยละของประเภทผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางท่องเที่ยว	
ร่วมกับนักท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	242
ตาราง 50 แสดงค่าร้อยละประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่อง	
เที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้	
มากกว่า 1 ข้อ).....	242
ตาราง 51 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว ที่นักท่อง	
เที่ยวนิยมเลือกจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	243
ตาราง 52 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	
เดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	244
ตาราง 53 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่นักท่อง	
เที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	245
ตาราง 54 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับเส้นทางกิจกรรมที่ต้องการในการ	
ท่องเที่ยวเดิ	
นป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	246
ตาราง 55 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการ	
ตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดิ	
นป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	247
ตาราง 56 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนัก	
ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านพื้นที่ของการจัดการท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	248
ตาราง 57 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนัก	
ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการจัดการของการจัดการท่องเที่ยวเดิ	
นป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	249

ตาราง 58 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านกิจกรรมและกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	250
ตาราง 59 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการมีส่วนร่วมของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	251
ตาราง 60 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านบุคลากรและการบริการของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	252
ตาราง 61 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านมาตรฐานความปลอดภัยของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	253
ตาราง 62 แรงผลักดันและค่าถ่วงน้ำหนักที่ส่งผลในแต่ละด้านของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	261
ตาราง 63 ระดับความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	270
ตาราง 64 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่ในการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	276
ตาราง 65 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับอำนาจต่อรองของ นักท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	277
ตาราง 66 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับการแข่งขันใน อุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	278
ตาราง 67 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการเข้ามาของ คู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	279
ตาราง 68 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจต่อรอง ของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	280

ตาราง 69 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจต่อรอง ของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	281
ตาราง 70 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการแข่งขันใน อุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	282
ตาราง 71 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	283
ตาราง 72 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากสินค้าทดแทนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2.....	285
ตาราง 73 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	286
ตาราง 74 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับ แรงผลักดันของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	287
ตาราง 75 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	288
ตาราง 76 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	289
ตาราง 77 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	290
ตาราง 78 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับ อำนาจต่อของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	292

ตาราง 79 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับ อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	293
ตาราง 80 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านพื้นที่ที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	295
ตาราง 81 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านการจัดการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2.....	296
ตาราง 82 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านกิจกรรมและกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อ ภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	297
ตาราง 83 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อ ภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	299
ตาราง 84 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านบุคลากรและการบริการที่มีอิทธิพลต่อ ภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	300
ตาราง 85 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านมาตรฐานความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อ ภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	301
ตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	308
ตาราง 87 การจัดลำดับความตามลำดับของเส้นทางและการจัดบริการเสริมระหว่างการเดินทาง ป่าของแต่ละพื้นที่	350
ตาราง 88 แสดงกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดิน ป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	361



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	7
ภาพ 2 The tourism system and tourism policy (Mill and Morrison, 2002: 13).....	17
ภาพ 3 Tourist destination as a contested space (Prahalad and Ramaswamy, 2000) ปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับระบบท่องเที่ยว	19
ภาพ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบการท่องเที่ยว (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2545)	20
ภาพ 5 Butler's Tourism Area Life Cycle (Butler, 1980)	22
ภาพ 6 ลักษณะเส้นทางเดินป่ามาตรฐาน (Spanish Federation of Climbing and Mountain Sports, 2019).....	46
ภาพ 7 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow's Hierarchy of Needs.....	82
ภาพ 8 แบบจำลองเมทริกซ์ทาว์น (TOWS Matrix).....	94
ภาพ 9 แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model).....	95
ภาพ 10 แผนที่ภาคเหนือตอนบน.....	111
ภาพ 11 แผนที่อุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ.....	112
ภาพ 12 เส้นทางเดินป่าลำน้ำกก.....	169
ภาพ 13 เส้นทางและแผนที่สำหรับเดินป่าในพื้นที่บ้านห้วยชม.....	170
ภาพ 14 การเดินป่าอิงโขงเพื่อการอนุรักษ์.....	172
ภาพ 15 การสร้างกฎระเบียบเพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลา	172
ภาพ 16 ภาพกิจกรรมอนุรักษ์สัตว์น้ำลำน้ำแม่กก.....	173
ภาพ 17 กิจกรรมอนุรักษ์ป่า	173
ภาพ 18 เพจประชาสัมพันธ์ชุมชนเชิงนิเวศบ้านห้วยชม.....	174
ภาพ 19 บ้านพักแรมในชุมชนที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาค้างแรมและเรียนรู้วิถีความเป็นอยู่ของ ชุมชน.....	176

ภาพ 20 กิจกรรมพายเรือและขับรถ ATV ในพื้นที่บ้านห้วยชม	177
ภาพ 21 สัญลักษณ์ของสมาคมผู้ประกอบการเชิงราย เทรคกิ้ง คลับ	179
ภาพ 22 การสร้างเครือข่ายมัคคุเทศก์เดินป่ากับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าจากประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	179
ภาพ 23 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับชุมชนในเส้นทางเดินป่า	180
ภาพ 24 การปรับปรุงและพัฒนาเส้นทางในตำบลแม่ยาว.....	181
ภาพ 25 ภาพจำลองเส้นทางเดินป่าขึ้นดอยหนอกทั้ง 3 เส้นทาง	184
ภาพ 26 แผนที่เส้นชั้นความสูงและเส้นทางเดินขึ้นดอยหนอก (2561)	185
ภาพ 27 บ้านที่ปลูกมูเตตทางเทรลดอยหลวงตามสันดอยหนอก-ดอยหลวง	185
ภาพ 28 ภาพนักท่องเที่ยวระหว่างเส้นทางขึ้นยอดดอยหนอกและเจดีย์บนยอดดอย	186
ภาพ 29 เส้นทางขึ้นดอยหนอกจากบ้านปางงั่วที่มีระยะสั้น มีความลาดชัน	187
ภาพ 30 ภาพถ่ายภูมิทัศน์ของยอดดอยหนอก.....	188
ภาพ 31 ทศนียภาพของดอยหลวงขณะดูพระอาทิตย์ขึ้นและชมทะเลหมอก	192
ภาพ 32 การจัดการความปลอดภัยของอุทยานแห่งชาติดอยหลวงในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	194
ภาพ 33 ภาพนักท่องเที่ยวเดินป่าจากจุดเริ่มต้นเดินจากบ้านแม่ลัวะ ช่วงที่ 1 มีระยะ 4 กิโลเมตร และจุดเริ่มต้นช่วงที่ 2 มีระยะ 500 เมตร มีความลาดชันปานกลาง	197
ภาพ 34 ภาพนักท่องเที่ยวเดินป่าเป็นขึ้นเขาหินปูนสู่ยอดดอยผาช้างดำน ช่วงที่ 3 ระยะ 500 เมตร.....	198
ภาพ 35 ภาพถ่ายยอดดอยผาช้างดำน ที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม	199
ภาพ 36 เลียงผาจากการตรวจสอบกล้องของเจ้าหน้าที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าช้างผาดำน	199
ภาพ 37 แผนที่จำลองเส้นทางไปดอยผาผึ้ง.....	205
ภาพ 38 ทางเดินขึ้นยอดดอยผาผึ้งบ้านมณี	206
ภาพ 39 ภาพทัศนียภาพบนยอดดอยผาผึ้ง	206
ภาพ 40 เส้นทางเดินระยะแรกขึ้นดอยภูแว.....	207

ภาพ 41 เส้นทางเดินผ่านป่าข้าวโพดของชุมชนปู่.....	208
ภาพ 42 เส้นทางเดินระยะสุดท้ายก่อนถึงยอดดอยภูแว.....	209
ภาพ 43 มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,837 เมตร	209
ภาพ 44 ภาพยอดดอยเด่นข้างนอน	210
ภาพ 45 บริเวณที่พักแรมคืนที่ 1 ระยะความสูง 1600 เมตรจากระดับน้ำทะเล	210
ภาพ 46 แผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ์	215
ภาพ 47 สื่อประชาสัมพันธ์สังคมออนไลน์ของบ้านมณีพุกษ์.....	217
ภาพ 48 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	227
ภาพ 49 ผลการพิจารณาแรงผลักดัน 5 ประการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	259
ภาพ 50 ความเชื่อมโยงของวัตถุประสงค์นำไปสู่กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	306
ภาพ 51 การวิเคราะห์เพื่อให้ชัดเจนในการจัดทำ TOWS Matrix	307
ภาพ 52 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อ 1, 2 และ 3 ตามองค์ประกอบของ ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	317
ภาพ 53 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง.....	319
ภาพ 54 แสดงวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย	323
ภาพ 55 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiations).....	347

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญของโลกโดยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตามสภาวะการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council: WTTC) ประเมินว่าในปี พ.ศ. 2558 ภาคการเดินทางและการท่องเที่ยวมีมูลค่าประมาณ 7.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 9.80 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) มีการเติบโตจากปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 6.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ กว่าร้อยละ 3.0 ต่อปี โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว นั้นมาจากทั้งปัจจัยโดยตรง (การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนในประเทศรวมถึงการใช้จ่ายของรัฐบาลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) และปัจจัยโดยอ้อม (การลงทุนโดยธุรกิจและการใช้จ่ายของรัฐบาลในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง) นอกจากนี้ภาคบริการและการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญของโลกมีแรงงานอยู่ถึง 284 ล้านคน หรือคิดเป็นหนึ่งในสิบเอ็ดของการจ้างงานทั้งหมดทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ WTTC คาดการณ์ว่า ใน พ.ศ. 2568 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจากภาคการท่องเที่ยวจะเติบโตด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.80 ต่อปี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลกจากการท่องเที่ยวเพิ่มเป็น 11.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และสร้างงานกว่า 357 ล้านตำแหน่งหรือคิดเป็นหนึ่งในเก้าของการจ้างงานทั่วโลกโดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีการเติบโตของ GDP การท่องเที่ยวสูงที่สุดที่ร้อยละ 7.10 โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลังจากสาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนจีน (WTTC, 2018)

ขณะเดียวกันแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก การเติบโตของชนชั้นกลางที่เพิ่มความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยว การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง การเติบโตของประชากรสูงวัยที่ต้องการการอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้นความต้องการท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ที่สูงขึ้นทำให้หลายประเทศได้ทำการปรับสินค้าบริการและเส้นทาง

ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้มีกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวเติบโตใหม่มากมายอีกทั้งหลายประเทศหันมาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถตอบรับกับความต้องการที่หลากหลายได้ (Klaus Schwab, 2018)

จากการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ทุกประเทศต่างให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศ จากรายงานข้อมูลสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทย และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย จากปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2563 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยใน 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนถึง 183 ล้านคน รายได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวย้อนหลังปี ประมาณ 9.04 ล้านล้านบาท (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2563) แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวของไทย ยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีศักยภาพ สะท้อนได้จากอันดับในดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2562 โดย World Economic Forum ที่ประเทศไทยติดอันดับ 31 จาก จำนวน 140 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาคอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซียตามลำดับ

หากแต่เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันพบว่า ประเทศไทยขาดความสามารถทางการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจากการจัดอันดับของ WEF ซึ่งทำการจัดอันดับด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ของทุกประเทศทั่วโลก พบว่า ไทยอยู่ในลำดับที่ 116 จากทุกประเทศทั่วโลก และอยู่ในอันดับที่ 61 ของการจัดอันดับความยั่งยืนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (World Economic Forum, 2018) สิ่งที่น่าวิตก คือ บริบทที่เปลี่ยนไปทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวที่นับวันจะมีความซับซ้อนรุนแรงและเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น การศึกษานโยบายเรื่องการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) พบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย จากปัจจัยดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งถือว่าเป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีศักยภาพสูงในการท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีนโยบายส่งเสริมให้จังหวัดต่าง ๆ ได้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดของตนเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความเจริญก้าวหน้าตามลำดับตามแนวโน้มสถานการณ์โลก มีแนวโน้มมุ่งเน้น

การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มเริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติ และเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ได้รับความนิยมอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวแบบเดินป่า ถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเดินป่าได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเดินป่า นับการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษทำให้เกิดความท้าทาย ตื่นเต้น และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ดึงดูดใจ มีเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ดังนี้

ตาราง 1 เส้นทางเดินป่าที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย

ลำดับ	สถานที่	จังหวัด	ความสูง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา เดินป่า	ระดับของ เส้นทางเดินป่า
1	ดอยผ้าห่มปก	อุทยานแห่งชาติ ดอยผ้าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่	2,285 เมตร	6 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
2	ดอยหลวง เชียงดาว	เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	2,275 เมตร	15 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 3 Advanced Trekking
3	ยอดภูสอยดาว	อุทยานแห่งชาติ ภูสอยดาว จังหวัดอุดรธานี	2,102 เมตร	16 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 3 Advanced Trekking
4	ลังกาหลวง/ น้อย	อุทยานแห่งชาติ ขุนแจ จังหวัด เชียงราย	2,031 เมตร	17 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 4 Difficult Trekking
5	โมโกจู	อุทยานแห่งชาติ แม่วังก์ จังหวัด กำแพงเพชร	1,950 เมตร	62 กม.	5 วัน 4 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 5 Extreme Trekking

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	สถานที่	จังหวัด	ความสูง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา เดินป่า	ระดับของ เส้นทางเดินป่า
6	ดอยม่อน จอง	เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าอมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่	1,925 เมตร	12 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 5 Extreme Trekking
7	เขาหลวง นครศรีธรรม ราช	อุทยานแห่งชาติ เขาหลวง จังหวัด นครศรีธรรมราช	1,835 เมตร	16 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 5 Extreme Trekking
8	สันหนอก วัว	อุทยานแห่งชาติ ทองผาภูมิ จังหวัด กาญจนบุรี	1,767 เมตร	15 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
9	ม่อนทูละ	พื้นที่ตำบลท่า สองยาง จ.ตาก	1,350 เมตร	17 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
10	ภูกระดิง	อุทยานแห่งชาติ ภูกระดิง จังหวัด เลย	1,316 เมตร	30 กม.	3 วัน 2 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
11	เขา ช้างเผือก	อุทยานแห่งชาติ ทองผาภูมิ จังหวัด กาญจนบุรี	1,249 เมตร	16 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
12	ภูบักได	เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าภูหลวง อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย	1,200 เมตร	5 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
13	ผาหินกูป	เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าเขาสอย ดาว จังหวัด จันทบุรี	1,000 เมตร	12 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking
14	ภูมุงชีลิต	อ.เบตง จ.ยะลา	607 เมตร	3 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	สถานที่	จังหวัด	ความสูง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา เดินป่า	ระดับของ เส้นทางเดินป่า
15	เขาหงอน นาค	อุทยานแห่งชาติ หาดนพรัตน์ ธารา-หมู่เกาะพี พี จังหวัดกระบี่	500 เมตร	7 กม.	2 วัน 1 คืน	เส้นทางเดินป่า ระดับ 2 Hiking or Beginner Trekking

ที่มา: National Geography Thai, 2018

จากข้อมูลตารางดังกล่าวพบว่า ในภูมิภาคทางเหนือของประเทศไทย มีเส้นทางเดินป่าที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมากถึง 8 แห่ง เพราะภาคเหนือมีสภาพภูมิประเทศที่ประกอบด้วยทิวเขาสูงมากมาย อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ดึงดูดใจ รวมทั้งชาติพันธุ์ชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ตามบริเวณเทือกเขาในภาคเหนือ ทำให้เป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในฤดูหนาว เช่นเดียวกับการศึกษาของ พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ (2541) เรื่องการท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงใหม่ (Trekking Tour) พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของประเทศไทยมีเส้นทางที่ยึดแนวบริเวณที่มีป่าไม้และใกล้แม่น้ำ กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าของแต่ละบริษัทจะมีรายการนำเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การเดินป่าเพื่อชมความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ น้ำตก พืชพันธุ์ไม้ต่าง ๆ การนั่งช้าง ล่องแพไม้ไผ่และการพักแรมในบ้านชาวไทยภูเขา ทั้งนี้จากข้อมูลพบว่า การท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเดินป่าเพิ่มมากขึ้นเป็นสาเหตุให้มีภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูงและได้พยายามหาจุดขายใหม่ ๆ ส่งผลให้มีผู้ลงทุนเข้ามาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามากขึ้นด้วยทำให้เกิดการพัฒนาเส้นทางเดินป่าในพื้นที่อื่น ๆ ในภาคเหนือของประเทศไทย อีกทั้งจากการศึกษาของ สุรางคณา ศรีสุทธิ (2563) เรื่องแผนธุรกิจ Home Camping (ธุรกิจแกลมปั๊งและแคมป์ปิ้ง) พบว่า เทรนด์การท่องเที่ยวแนวธรรมชาติกำลังเป็นที่นิยม และนโยบายจากภาครัฐช่วยส่งเสริมนักท่องเที่ยวไทยให้เที่ยวในประเทศมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาจากสถิติและสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน โดยเฉพาะฤดูหนาวที่นับเป็นช่วงที่ภาคเหนือได้รับความนิยมสูงสุดจากนักท่องเที่ยว และมักจะเดินทางขึ้นภูเขาเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ โดยทั้ง 4 จังหวัด โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการเดินป่า ซึ่ง

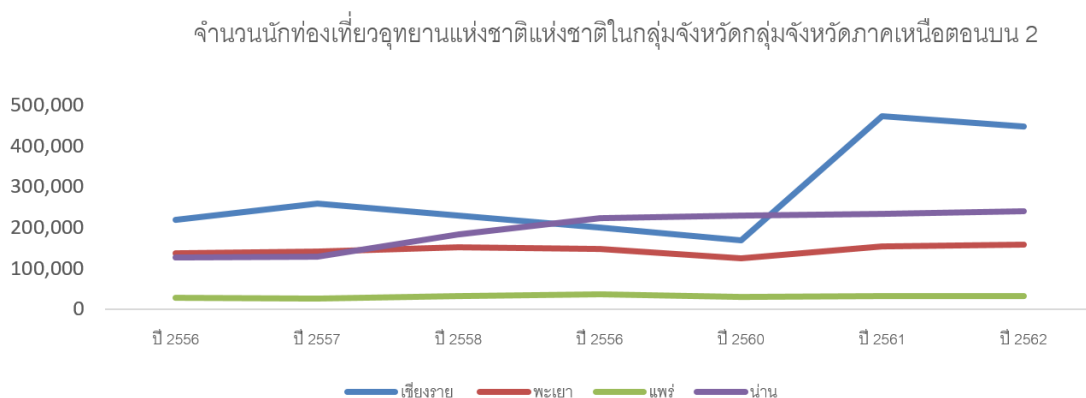
มีความได้เปรียบทางภูมิประเทศที่มีภูเขาที่สลับซับซ้อนและสวยงามมีพื้นที่อุทยานแห่งชาติประกอบด้วย

ตาราง 2 จำนวนอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จังหวัด	อุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
เชียงราย	ดอยหลวง / ขุนแจ / ล้ำน้ำกก (เตรียมการ) / ภูชี้ฟ้า (เตรียมการ) / ถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน (เตรียมการ)
พะเยา	ดอยภูนาง / แม่ปืม / ภูซาง
แพร่	เวียงโกศัย / แม่ยม / ดอยผาหิม
น่าน	ดอยภูคา / ขุนสถาน / ศรีน่าน / ขุนน่าน / แม่จริม / ถ้ำสะเกิน / นันทบุรี (เตรียมการ)

ที่มา: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561

เมื่อพิจารณาร่วมกับจำนวนสถิติท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในการเข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556–2562 จากระบบฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการบริหารอุทยานแห่งชาติ (2562) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวไปใช้บริการตามอุทยานแห่งชาติเพิ่มมากขึ้น มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเติบโตมากขึ้น โดยมีเส้นทางเดินป่าที่ได้จัดเป็นโปรแกรมทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวเดินป่าที่ได้รับความนิยมแต่ละจังหวัด ได้แก่ เส้นทางเดินป่าบ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย/เส้นทางเดินป่า ดอยหลวง-ดอยหนอก จังหวัดพะเยา/เส้นทางเดินป่าดอยแว จังหวัดน่าน และเส้นทางเดินป่าบ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561) สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหลักและสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ เป็นการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรและธรรมชาติให้ยั่งยืนด้วย อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากฤดูกาลท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีแล้ว ทำให้พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในภาคเหนือมีจำนวนน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) อีกทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะจุดที่เป็นธรรมชาติ การท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาทั้งในด้านการทำลายสภาวะแวดล้อม และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก



ภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ที่มา: ระบบฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการบริหารอุทยานแห่งชาติ, 2562

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลจากบริษัท Trekking Thai ที่เป็นบริษัทให้บริการท่องเที่ยวแบบเดินป่า กล่าวว่า สถานการณ์โดยรวมของตลาดการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทย ยังไม่มีความชัดเจนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบเดินป่ามากนัก สอดคล้องกับการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 กล่าวว่า มีการตั้งราคาขายทัวร์เดินป่าที่ต่ำกว่าราคากันเองจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอย่างถูกต้อง ซึ่งทำให้เกิดข้อร้องเรียนจนส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการกับระเบียบข้อบังคับของภาครัฐที่มีการกำหนดเวลาเปิดและปิดอุทยานในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของผู้ประกอบการ อีกทั้งความขาดแคลนมัคคุเทศก์เดินป่าที่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพ เช่นเดียวกับการศึกษาค้นคว้าของ ธนกฤต สังข์เนย และคณะ (2564) เรื่อง แรงจูงใจทางนันทนาการกลางแจ้งการศึกษาเชิงสำรวจกิจกรรมเดินป่าระยะไกลได้พบว่า นักท่องเที่ยวเดินป่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติแต่อย่างใด ปัญหาจากสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวแบบเดินป่าขาดการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดี รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในพื้นที่บริเวณรอบเส้นทางเดินป่า และผลทางเศรษฐกิจที่ไม่คุ้มค่ากับความเสื่อมโทรมของทรัพยากร จนกลายสภาพเป็นปัญหาสะสมอย่างยาวนานที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการ

จัดการท่องเที่ยวเดินป่าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนั้นจากปัญหาและผลกระทบดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีวิธีการบริหารและจัดการตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบันอย่างไร ทั้งยังต้องการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์ขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อสภาพการแข่งขันในธุรกิจด้วยแรงผลักดัน 5 ประการ และนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าชุมชนในพื้นที่เดินป่า ได้มีทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง ตามศักยภาพและโอกาสที่จะเกิดขึ้นอย่างเหมาะสม สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน ตรงเป้าหมายและตอบสนองความต้องการของประชาชนก่อให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน ในพื้นที่ที่มีการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 2 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน ตามความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

ปัญหาการวิจัย

1. สถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นอย่างไร
4. กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

4. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาผ่านความรู้ ประสบการณ์และความสามารถ
ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าที่รับรู้สถานการณ์ในการแข่งขันของตนเอง
ตามรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ประกอบการ
ธุรกิจท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว
และมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2559 และมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีอายุ 2 ปี ขึ้นไป หรือ
ตัวแทนมัคคุเทศก์อาชีพที่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ และ/หรือทั่วไป ที่มี
ข้อมูลใน สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ภาคเหนือ กรมการท่องเที่ยว

2. ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เช่น
การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเดินป่า มัคคุเทศก์เดินป่าที่มีใบอนุญาตนำเที่ยว การจัดกิจกรรมต่าง ๆ
ร่วมกับชาวบ้าน การจัดการที่พักในลักษณะที่พักร่วมกับชุมชน การจัดการด้านพาหนะรับ-ส่ง
การจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การจัดการแสดงประเพณีวัฒนธรรมภูมิปัญญาชาวบ้าน
ปัญหาและอุปสรรคในการร่วมโครงการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเดินป่าในอนาคต

ขอบเขตด้านพื้นที่

เป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละจังหวัดที่เป็นตัวแทนของกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 และผู้วิจัยได้เลือกโดยพิจารณาหลักเกณฑ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าตาม
เกณฑ์มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเป็นเครื่องมือในการกำหนดพื้นที่ (กรมการ
ท่องเที่ยว, 2555) รวมทั้งมีฐานข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ต และเอกสารสิ่งพิมพ์ของการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในแต่ละจังหวัด มีเส้นทางเดิน
ป่าและมีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย

จังหวัดเชียงราย บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว

จังหวัดพะเยา บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน

จังหวัดแพร่ บ้านแม่ลัว ตำบลป่าแดง

จังหวัดน่าน บ้านมณีพฤกษ์ ตำบลงอบ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตเนื้อหาเพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวเดินป่าและศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

2. ศึกษาถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย ปัจจัยทางกายภาพของการท่องเที่ยว/วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/รูปแบบของการเดินทาง/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ประเภทค่าใช้จ่าย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้ง/ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่า/ช่วงเวลาที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/แหล่งข้อมูล/รูปแบบของการท่องเที่ยวเดินป่า/ข้อมูลการท่องเที่ยวเดินป่า/สาเหตุในการตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่า/ลักษณะเส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และแรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

3. ศึกษาความสัมพันธ์ของสภาวะแวดล้อมของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ที่มีอิทธิพลจากแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่, แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต, แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว, แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

4. การสร้างกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ต้องเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากทั้ง 4 จังหวัด ประกอบด้วย

1. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

- 1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเดินป่า
- 1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม
- 1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- 1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง

2 หน่วยงานของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย

- 2.1 ผู้นำองค์กรท้องถิ่นหรือตัวแทน
- 2.2 หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่ ผู้อำนวยการหรือผู้แทนและผู้บริหารตัวแทนของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและกีฬาประจำ
- 2.3 หน่วยงานความมั่นคงและหน่วยงานด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัด ได้แก่ ผู้นำระดับบังคับบัญชาด้านความมั่นคง และผู้อำนวยการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมเดินป่าหรือท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนมากกว่า 24 ชั่วโมงในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 หรือท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติจำแนกตามจังหวัดได้แก่ จังหวัดเชียงราย, พะเยา, แพร่ และน่าน จากปี พ.ศ. 2562 เป็นจำนวน 878,472 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษามุ่งศึกษาสถานการณ์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การสร้างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในปัจจุบันของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่า นักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวเดินป่าและผู้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีดังต่อไปนี้

1. การจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแบบเดินป่าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
2. ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเดินป่าได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง
3. สร้างกลยุทธการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. แหล่งชุมชนท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
หมายถึง แหล่งชุมชนท่องเที่ยวเดินป่าจำแนกตามจังหวัดได้แก่ ประกอบด้วย บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว จังหวัดเชียงราย, บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านตุน จังหวัดพะเยา, บ้านแม่ลัว ตำบลป่าแดง จังหวัดแพร่ และบ้านมณีพฤกษ์ ตำบลงอบ จังหวัดน่าน
2. ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า
หมายถึง การดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ตามองค์ประกอบศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้
3. นักท่องเที่ยวเดินป่า
หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำแนกตามจังหวัดได้แก่ จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมเดินป่าและ/หรือนักท่องเที่ยวเดินป่าที่เคยมีประสบการณ์เดินป่าหรือเส้นทางศึกษาธรรมชาติในภาคเหนือของประเทศไทย
4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า
หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2559 และมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีอายุ 2 ปี ขึ้นไป หรือตัวแทนมัคคุเทศก์อาชีพที่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ และ/หรือทั่วไป ที่มีข้อมูลในสำนักงานทะเบียน

ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ภาคเหนือ กรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเดินป่าได้โดยไม่ต้องมีบริษัทนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2559

5. แรงผลักดัน 5 ประการ (Five forces model)

หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five forces model) ของ Porter (1980) โดยทั่วไปการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพลังผลักดันทั้ง 5 จะแสดงถึงศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย

5.1 แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ หมายถึง กิจกรรมธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งกีดขวางหรืออุปสรรคในการเข้ามาสู่ธุรกิจ (Barriers to Entry) ทั้งเรื่องการจัดทะเบียนบริษัทตามกฎหมายของกรมการท่องเที่ยว ทุนในการบริหารจัดการสถานที่ บุคลากร การประกันความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการประสานงานกับชุมชนในพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม การเข้ามาของบริษัทยาเดินป่าที่ใช้พื้นที่เส้นทางเดินป่าและความสามารถของส่วนแบ่งทางการตลาดที่แข่งขันด้านราคา หากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวก ก็จะทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบได้ง่าย อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ที่ไม่ได้รับอนุญาตในการนำเที่ยวเดินป่า และการจัดกลุ่มเดินป่าที่มีค่าใช้จ่ายจากการนำเที่ยวโดยไม่ได้เป็นมัคคุเทศก์อาชีพ

5.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีลักษณะบริษัทตัวแทนนำเที่ยว (Travel Agent) ที่ขายโปรแกรมท่องเที่ยวเดินป่าให้นักท่องเที่ยวจะต้องมีการประสานงานจ้างงานหลายแขนงและมีความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ทั้งการท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาความชำนาญของมัคคุเทศก์และคนท้องถิ่นที่สนับสนุนการให้บริการนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง บริษัทตัวแทนนำเที่ยวที่ขายโปรแกรมท่องเที่ยวเดินป่าให้นักท่องเที่ยว หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในการจัดการของผู้ที่ดูแลกิจกรรมเดินป่าในพื้นที่ไม่ว่าด้วยเหตุใด จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทันที

5.3 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวเดินป่าซึ่งหากนักท่องเที่ยวเดินป่าสามารถต่อรองราคา รวมถึงสามารถเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้เนื่องจากบริการของแต่ละรายไม่มีความแตกต่าง อีกทั้งหากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูง จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจต่อรองมาก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะในแง่ของรายได้และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

5.4 แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน หมายถึง การวิเคราะห์ถึงโอกาสที่สินค้าและบริการที่ธุรกิจดำเนินการอยู่นั้นจะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่าลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคตรูปแบบการให้บริการท่องเที่ยว ที่มีความสามารถ หรือคุณลักษณะการให้บริการที่สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การปั่นจักรยาน เลือภูเขา การวิ่งเทรล การแคมป์ปิ้งด้วยรถยนต์ เป็นต้น

5.5 การแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า หมายถึง การดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของบริษัทท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สภาพการแข่งขันของระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งความรุนแรงขึ้นอยู่กับเมื่อบริษัทหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด หรือ การเพิ่มการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

6. กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

หมายถึง การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ดำเนินธุรกิจให้เกิดความสำเร็จโดยใช้ฐานทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวแบบเดินป่า ให้เกิดความโดดเด่น แตกต่างและมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพื่อนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation) ประกอบด้วย 1) ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) 2) ความแตกต่างด้านบริการ (Services Differentiation) 3) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation) 4) ความแตกต่างด้านบุคลากร (People Differentiation)

ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการระหว่างสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินป่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ทำให้หยุดดำเนินการธุรกิจและไม่ได้ต่ออายุใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง“กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดในปัญหาการวิจัย และสามารถระบุตัวแปรได้อย่างรัดกุม รวมทั้งการออกแบบการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ผู้วิจัยจึงทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่า
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1.3 วงจรของแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.4 ทรัพยากรและรูปแบบทางการท่องเที่ยว
 - 1.5 แนวคิดและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.6 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า
 - 1.6.1 วิวัฒนาการของการพัฒนาเส้นทางเดินป่าและศึกษาธรรมชาติ
 - 1.6.2 ลักษณะและประเภทของเส้นทางเดินป่า
 - 1.6.3 รูปแบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินป่า
 - 2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - 2.2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและแรงผลักดัน 5

ประการ

- 3.1 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)
- 3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)
- 3.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis)
- 3.4 การวิเคราะห์เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคตามแนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)
- 3.5 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy)

4. บริบทพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

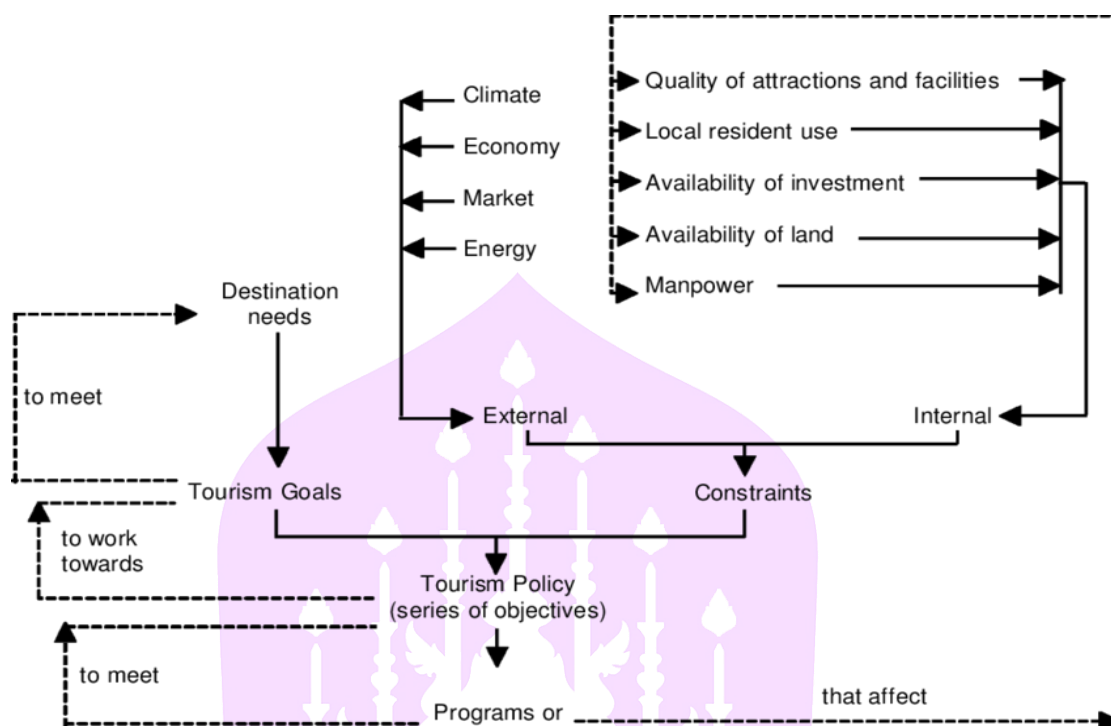
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่า

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางของการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในรูปแบบใหม่ที่เป็นผลมาจากการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมและการจัดการ ได้แก่ “3S” ดังนี้ “S” Security หมายถึง ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติทั้งหลาย และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน “S” Sanitation หมายถึง ความสะอาดปราศจากโรคและมลพิษทั้งอากาศ น้ำดื่มและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ “S” Satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจในประสบการณ์และสินค้าทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ Mill and Morrison (2002) ให้แนวคิดว่าการท่องเที่ยวเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของสังคมซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่นของสังคมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากระบบสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ยิ่งการท่องเที่ยวขยายตัวมากเท่าใดย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ นอกจากนี้ Mill and Morrison (2002) ได้เสนอแนะรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับสภาพสังคมไว้ว่าการรวมกันของประวัติศาสตร์กับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ผู้มาเยือนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพึงพอใจในพื้นที่ท่องเที่ยวก็จะกลับมาเที่ยวซ้ำ

สำหรับส่วนของเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีหน้าที่ในการดูแลรักษาพื้นที่ให้มีสภาพที่ดีโดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมจากระบบการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม ซึ่งการให้ความสำคัญกับคนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างความเข้าใจระบบการท่องเที่ยว มีการจัดการท่องเที่ยวร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยอยู่บนเงื่อนไขของความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมของแต่ละพื้นที่ (ตามภาพ 2)



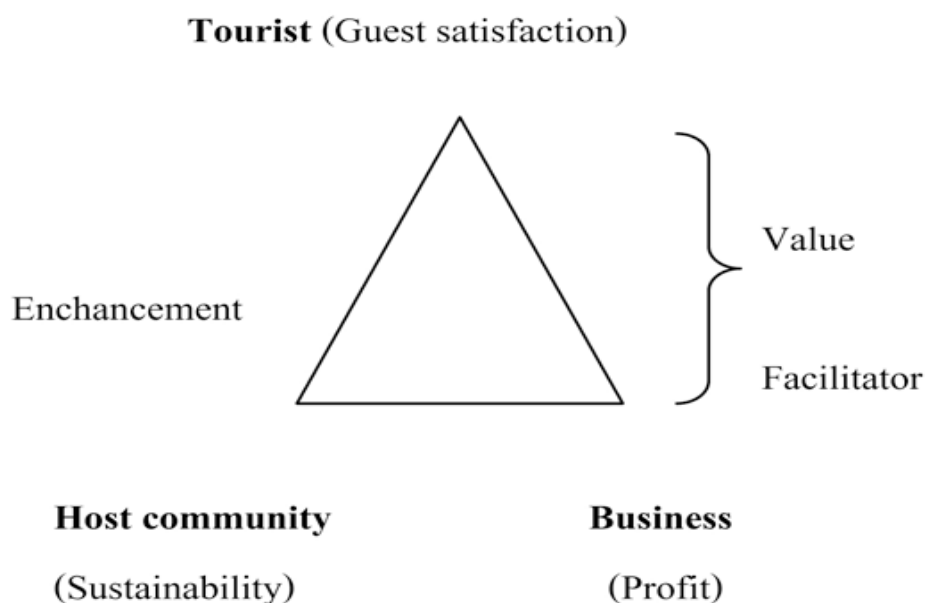
ภาพ 2 The tourism system and tourism policy (Mill and Morrison, 2002: 13)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ทำการศึกษาจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาประเทศได้สรุปการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานสากล กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชนในชาติและนานาชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม มีความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติให้มีการสืบทอดต่อไป อีกทั้งการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น การลงทุนในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจภัตตาคารสถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และ 6) การดำเนินงานนิทรรศการงานแสดงงานออกร้านโฆษณาเผยแพร่หรือการดำเนินงานอื่นใด ในส่วนความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ที่จำกัดความไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้ความหมาย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีคำตอบแทนและหมายรวมถึง

โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปจากการศึกษางานของนักวิชาการที่ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวโดยมีความสัมพันธ์กับความสำคัญ ได้ว่า “การท่องเที่ยว” คือ การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางอีกที่หนึ่งโดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เดินทางภายใต้เงื่อนไข คือเป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจและไม่แสวงหารายได้หรือประกอบอาชีพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของผู้เดินทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ก่อเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและมีมิตรภาพระหว่างมนุษยชาติ

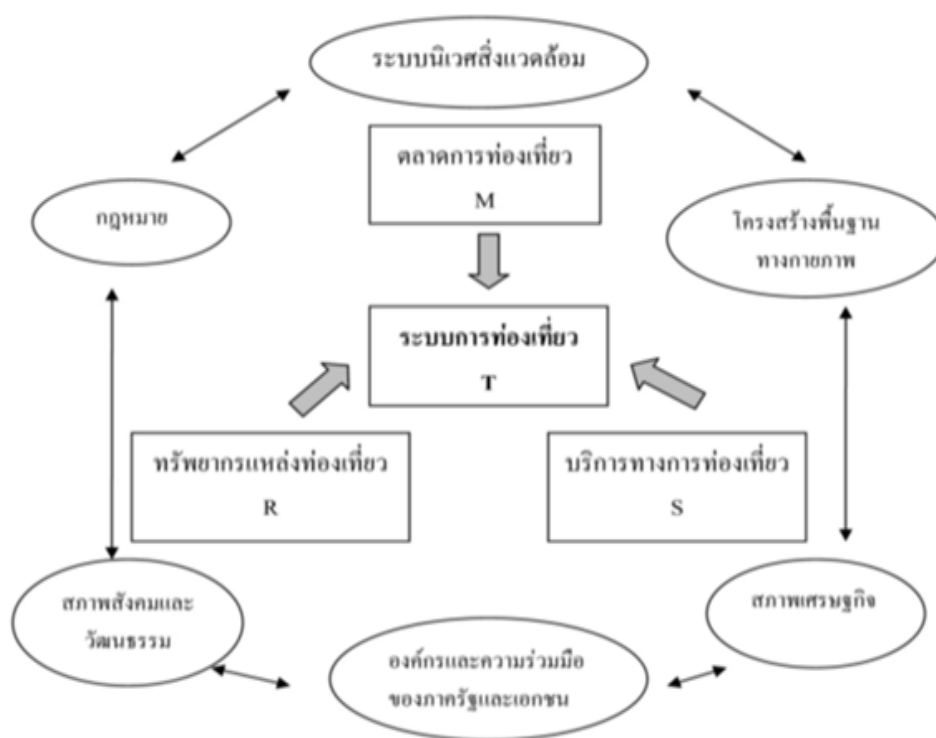
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ Prahalad and Ramaswamy (2000) องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว 2) เจ้าของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะสร้างความพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังชุมชน ทั้งนี้ชุมชนจึงต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สอดคล้องกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว (ตามภาพ 3)



ภาพ 3 Tourist destination as a contested space (Prahalad and Ramaswamy, 2000) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระบบท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นที่ว่าเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของสังคมซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่น ของสังคมอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในขณะที่การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การพิจารณาการท่องเที่ยวในเชิงระบบทำให้สามารถเข้าใจสภาพและความเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน มีการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) 2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และ 3) ตลาดท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีส่วนประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน



ภาพ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบการท่องเที่ยว (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2545)

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สภาพเศรษฐกิจและการลงทุน สภาพสังคมและวัฒนธรรม องค์กรความร่วมมือภาครัฐและเอกชนและกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้นต้องพิจารณาระบบย่อยและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้หรือไม่จะต้องอาศัยสิ่งสำคัญที่เป็นองค์ประกอบ 6 ประการข้างต้นดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้มาเยือน (Visitor) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืนและรวมถึง “นักทัศนอาจร” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสถานที่สำคัญทางโบราณคดีประวัติศาสตร์และศาสนาลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตของชุมชนตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากน้ำมือมนุษย์หรือจากที่ธรรมชาติให้มา

3. โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมความปลอดภัยขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองถนนไฟฟ้าประปาการสื่อสาร อิเล็กทรอนิกส์ฯ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ โดยสะดวกรวดเร็วปลอดภัยประหยัดเวลาตลอดจนได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พานะในการเดินทางท่องเที่ยวการรักษาพยาบาลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นต้น

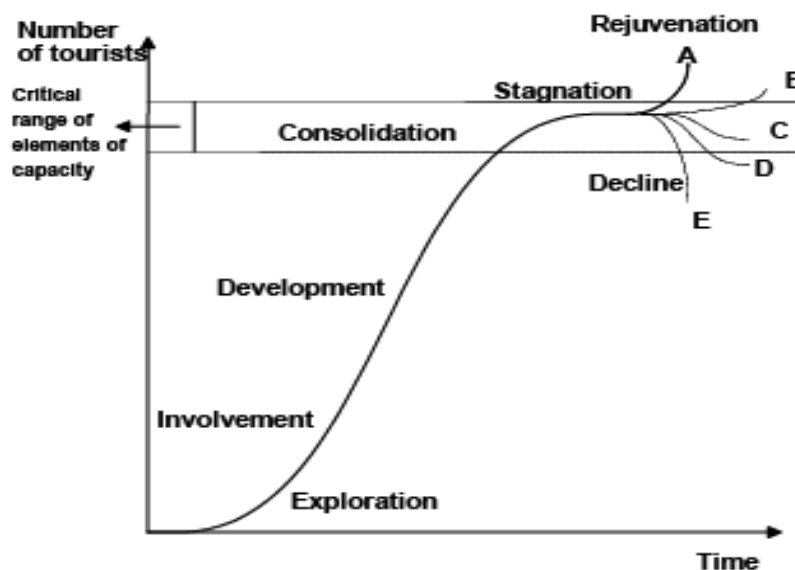
4. องค์การภาครัฐซึ่งมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุก ๆ รูปแบบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมในขณะเดียวกันก็ดูแลและเฝ้าระวังไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบหรือหาความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อมสังคมวัฒนธรรมประเพณีและคุณภาพชีวิตของชุมชน

5. องค์การภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลายเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจประทับใจและติดใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

6. เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะมีส่วนสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

3. วงจรของแหล่งท่องเที่ยว

Butler (1980) ได้มีแนวคิด Butler's Tourism Area Life Cycle (TALC) โดยได้ดัดแปลงแนวคิดจากการวิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไป โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพ 5 Butler's Tourism Area Life Cycle (Butler, 1980)

1. ขั้นการสำรวจ (Exploration) เป็นขั้นแรกสุด เรียกได้ว่าเป็นนักสำรวจได้เดินทางไปพบกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว โดยในระยนี้ ยังไม่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจจากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากที่สุด

2. ขั้นที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา (Involvement) เป็นระยะที่สืบเนื่องมาจากขั้นของการค้นพบแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระยนี้ เริ่มมีนักท่องเที่ยวที่รักการแสวงหา มีการร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามความรู้และความเข้าใจของตัวเอง เช่น มีการสร้างที่พักอาศัย การสร้างร้านขายสินค้าทั่วไปร้านอาหาร โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้นอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากชุมชนยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และยังขาดการวางแผนที่ดี ระยะนี้หากได้มีหน่วยงานของรัฐเฝ้าดู และให้ความรู้แก่ชุมชนอย่างถูกต้องก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน

3. ขั้นการพัฒนา (Development) เป็นระยะที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและได้ยินชื่อเสียงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวพอสมควร นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองให้กับนักท่องเที่ยว

4. ระยะติดตลาด (Consolidation) เป็นระยะที่แหล่งท่องเที่ยวเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกคน

ต้องไป นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้อย่างสม่ำเสมอ โดยมักเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นหมู่คณะใหญ่หรือที่เรียกว่าแมสทัวร์ริสต์ (Mass Tourist)

5. ระยะอิมตัว (Stagnation) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมจนค่อนหนักท่องเที่ยวทั่วไปมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาสมาเสมอ ในลักษณะที่คงที่ แหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป เนื่องจากเกิดปัญหามากขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกระแสหลัก นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ระยะนี้เป็นจุดเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากความนิยมของนักท่องเที่ยวเริ่มจะลดน้อยลง ทำให้ต้องมีการพิจารณากลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่

6. ระยะเสื่อมความนิยม (Decline) ระยะนี้แหล่งท่องเที่ยวเริ่มเสื่อมโทรม ผลกระทบจากการท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ชัดเจน นักท่องเที่ยวเริ่มเสื่อมความนิยม และลดจำนวนลงเรื่อย ๆ ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่ตลาดล่าง หรือเป็นจุดที่มีการเดินทางผ่าน หรือการเดินทางเป็นระยะเวลาสั้น ในระยะนี้ จำเป็นต้องมีการแก้ไขปัญหาล้างแวล้อมเสื่อมโทรม และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น หากไม่ปรับปรุงและแก้ไขอาจจะต้องปิดตัวลง เพราะไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว

7. ระยะปรับปรุง (Rejuvenation) เป็นระยะที่สืบเนื่องจากระยะเสื่อมความนิยม ระยะนี้การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นในด้านการพัฒนาและแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรม ขณะเดียวกันต้องหากลยุทธ์ทางการตลาดในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเสียใหม่ การหากลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือส่งเสริมให้เป็นแหล่งซื้อสินค้าปลอดภาษีหรือให้เป็นสวนสนุกของภูมิภาค เป็นต้น

Lundberg (2015) ได้ระบุว่า วงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle: TALC) ของ (Butler, 1980) ซึ่งเป็นแนวคิดวงจรวิวัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยว ที่ใช้อธิบายขั้น/ระดับของการพัฒนาการท่องเที่ยวและผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อทัศนคติของประชาชนในแง่ทั่วไป และแนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนให้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของประชาชนที่มีต่อผลกระทบของการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2553) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (The Tourist Destination Life Cycle) นั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากข้อเสนอของ Middleton และ Hawkins เกี่ยวกับผลกระทบทางด้านดีและผลกระทบในด้านลบของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นหลักสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว คือ ต้องพยายามเพิ่ม

ผลกระทบทางด้านดีหรือด้านบวกให้มากขึ้น และในขณะเดียวกันก็ต้องพยายามลดผลกระทบในด้านลบให้น้อยลง อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ทำให้ผลกระทบมีความแตกต่างกันออกไปแล้วแต่ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด ความแตกต่างของ ผลกระทบก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกันต่อไปนี้ 1) ปัจจัยทางด้านของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า พัฒนาขึ้นมาเมื่อใด ระยะเวลาสั้นเพียงใด และในเริ่มแรกก่อนที่จะมีการพัฒนา มีการวางแผนการ พัฒนาไว้ดีหรือไม่ 2) ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวและประเภทนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยว 3) ระดับของการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเมื่อเทียบกับองค์การ การท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่ 4) นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ และ 5) ความเปราะบางของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของพื้นที่

อัจฉราวรรณ อินตะโม่งค์ (2559) สรุปแนวคิด Butler (1980) ว่าการท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการเริ่มแรก แหล่งท่องเที่ยวถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงหาและรักการผจญภัย ระยะต่อมาประสบกับสภาวะการณ์เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วการท่องเที่ยวของมวลชนก็จะเริ่มเข้ามา เมื่อระยะเวลาผ่านไป จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นแล้วค่อย ๆ ลดลงจนถึงการชะงักงัน และซึ่งในที่สุด แหล่งท่องเที่ยวก็จะเข้าสู่วงจรแห่งความเสื่อมความนิยมที่ไม่ก็อาจจะกลับฟื้นคืนสู่ความนิยมอีก ครั้งหนึ่ง ต้องอาศัยการเพิ่มสิ่งดึงดูดอื่น ๆ ให้ท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือจัดการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่ ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มากขึ้น โดยที่แนวความคิดของ Butler จะพิจารณาเฉพาะประเภทนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว และระดับความสามารถใน การรองรับกิจกรรมของชุมชนในพื้นที่เท่านั้น หากจะให้สมบูรณ์ขึ้นควรพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น สภาพการแข่งขันและยุทธวิธีการขายร่วม ซึ่งนำแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในเขตใกล้เคียงกัน มาจัดเป็นรายการท่องเที่ยวเส้นทางเดียวกันรวมกันไป

4. ทฤษฎีการและรูปแบบทางการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ได้ให้ความหมายคำว่า “ทรัพยากร” หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้โดยไม่จำกัด แต่คำว่าทรัพยากรจะจำกัดเฉพาะสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หากเพิ่มคำว่าแหล่งท่องเที่ยวเข้าไป คือ “ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)” ความหมายก็จะเพิ่มเติมเป็น สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่าง ๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สิ่งที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์และสืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรม กล่าวได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา “ซื้อ” ถึงที่ตั้งของสินค้า หมายถึง สิ่งหรือสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้ และนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งสามารถนำมาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของชาติ ได้แก่ ความสวยงามทางธรรมชาติ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ชนเผ่า ประเพณี ประวัติศาสตร์ และการเรียนรู้ต่าง ๆ

4.1 การจำแนกทรัพยากรท่องเที่ยว จะจำแนกได้ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

4.1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural tourism resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองทางธรรมชาติทั้งกายภาพและชีวภาพที่มีความสวยงามและแปลกตาในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมหรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะ แก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติสามารถแบ่งแยกย่อยเป็น 4 ประเภท คือ ภูมิประเทศ (Topography/Scenery) ภูมิอากาศ (Climate) น้ำ (Water) สัตว์ป่ากับพันธุ์ไม้ (Wildlife and Flora) และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Phenomenon) ภูมิประเทศ (Land Form)

4.1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical resources) หมายถึง พื้นที่ หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่เหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมาและพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ ทั้งนี้รวมถึงวัตถุต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วยไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองทางธรรมชาติหรือเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถานภาพเขียน งานศิลปะ เครื่องมือเครื่องใช้ กำไล กระดุม ศิลาวาสิก ซากมนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือลักษณะการก่อสร้างหรือโดยลักษณะของหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสิ่งหามิทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี โบราณวัตถุ มักพบเห็นอยู่ในโบราณสถาน จึงมักเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยรวมกันว่าเป็นโบราณวัตถุสถาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุค คือ

1) โบราณวัตถุสถานยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นยุคที่เริ่มต้นตั้งแต่มีมนุษย์ในโลกจนถึงมนุษย์คิดค้นตัวอักษรเพื่อบันทึกเรื่องราวได้ ทรัพยากรท่องเที่ยวในยุคนี้จึง

เป็นหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบ เช่นโครงกระดูกมนุษย์โบราณ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำด้วยหินของมนุษย์โบราณ ภาพเขียนสีบนหิน ชุมชนโบราณบ้านเชียง เป็นต้น

2) โบราณวัตถุสถานยุคประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยุคประวัติศาสตร์เป็นแหล่งที่แสดงถึงอารยธรรมของมนุษย์หรือหลักฐานสำคัญที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์ ชนชั้นปกครอง ชุมชนในท้องถิ่น สถานที่ที่แสดงถึงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงกำเนิดและความสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาป รวมทั้งสถานที่ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อนั้น ๆ นอกจากนี้ในศาสนสถานยังมีการค้นพบโบราณวัตถุสำคัญทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป รูปปั้น พระเยซู จิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น

4.1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และเทศกาลงานประเพณี หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ภาษา การแต่งกาย การละเล่น ดนตรี กีฬา ศิลปะ และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรม ทรัพยากรท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อาจแบ่งย่อยได้เป็น 2 ประเภท คือ แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และแหล่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยมากเป็นการแสดงออกในด้าน ความคิด ประเพณีขนบธรรมเนียม แบบแผนของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นที่ยอมรับ

4.1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นหรือถูกจัดดำเนินการ โดยเจ้าของหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการปรับปรุง ดัดแปลงหรือสร้างแนวคิด และกิจกรรมขึ้นใหม่เพื่อให้สถานที่นั้นมีความหลากหลายในการเที่ยวชมหรือเข้าทำกิจกรรม ซึ่งสามารถดึงดูดผู้สนใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจมากที่สุด

4.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยว UNWTO (2008), Goeldner and Ritchies (2006) ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลักที่เป็นรูปแบบของการ ได้แก่

4.2.1 การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิง

ธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

4.2.2 การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางแหล่งประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หรือการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบทหรือชุมชน (Rural Tourism/Village Tourism)

4.2.3 การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่องค์การการท่องเที่ยวโลกได้ให้ไว้แล้วนั้น ยังสามารถแบ่งประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่ วาริชต์ มัชฌมบุรุษ (2552) ได้กำหนดไว้เป็นหลายลักษณะ ประกอบไปด้วย

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพเป็นกิจกรรมเป้าหมายของการท่องเที่ยว หรือเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจ ให้ได้ความสุขประทับใจเพิ่มพูนความรู้ในการรักษาคุณค่าของคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เช่น การผ่าตัดเสริมความงามหรือทำศัลยกรรมพลาสติกการลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพ การล้างพิษในร่างกาย หรือการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การอาบน้ำแร่ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม มีความใส่ใจ มีจิตอนุรักษ์ โดยครอบคลุมการท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ทำทายโดยเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจระหว่างกัน และอนุรักษ์ธรรมชาติให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการทำ

กิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การเดินป่า การดำน้ำ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา หรือการเข้าร่วมชมกีฬา

นอกจากที่กล่าวมา ลักษณะอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวที่มีมากในประเทศไทย ได้แก่ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการชื่นชม ศึกษา สิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะในแขนงต่าง ๆ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นศิลปวัฒนธรรม ประเพณี นอกจากนั้นแล้วการท่องเที่ยวอีกลักษณะ คือ “การท่องเที่ยวเชิงศาสนา” เป็นอีกลักษณะที่ถือเป็นการท่องเที่ยว โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปสักการะสถานที่สำคัญทางศาสนา การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นมัสการเกจิอาจารย์รวมถึงกิจกรรมด้านศาสนาเช่น การนั่งวิปัสสนา กรรมฐาน เป็นต้น หรือลักษณะการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำคือ “การท่องเที่ยวทางเรือ”ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวโดยมีเรือเป็นพาหนะเดินทาง ด้วยระดับความเร็วที่ไม่มากนักไปตามเส้นทางน้ำที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและความเพลิดเพลินจากการเดินทาง เช่น การล่องเรือเพื่อรับประทานอาหาร การล่องเรือสำราญที่มีบริการที่พักบนเรืออย่างครบวงจร หรือการล่องเรือเพื่อชมการแสดงต่าง ๆ การล่องเรือเพื่อชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นต่าง ๆ และการล่องเรือเพื่อชมความงามของธรรมชาติ เป็นต้น ลักษณะสุดท้ายที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้คือ “การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (นันทนาการและบันเทิง)” เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่มีได้มีความสำคัญ หรือมีความสำคัญน้อยในประวัติศาสตร์โบราณคดีศาสนาหรือวัฒนธรรม เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

5. แนวคิดและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme-UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (world tourism organization wto) ให้คำนิยามว่า “การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติมุ่งหวัง ในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติมีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติโดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกัน ก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากร ในท้องถิ่น”

Ralf, (1995) ให้คำนิยามสั้น ๆ ว่า “การท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผล ทางธรรมชาติ การจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทางการศึกษาซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์”

Hugo (1999) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการนำทรัพยากรธรรมชาติ มาเป็นต้นทุนในการท่องเที่ยวโดย ต้องจัดการให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด ก่อให้เกิดรายได้ในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ บุคคลอย่างถูกต้อง”

Weaver (2002) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่เรียนรู้ธรรมชาติด้วยประสบการณ์ที่ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทของพื้นที่ทั้งในมิติสังคม และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ และมีการจัดเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่มี ลักษณะส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (1997) ให้คำนิยามว่า "การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติสภาพสังคม วัฒนธรรม และ ชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ" ช่วงกระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแพร่ขยายไปทั่วโลก และได้จัดทำแผนพัฒนาและได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาเรื่อง Ecotourism ระยะแรก คณะทำงานมีมติใช้คำจำกัดความ Ecotourism ในความหมายภาษาไทยว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสื่อความหมายให้กับชาวไทยทุกระดับให้เข้าใจว่า รูปแบบการท่องเที่ยว Ecotourism นับเป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมในการรับรู้ของชาวไทย คือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อมาได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ทำการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และขอให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมายในที่สุดจึงได้ความหมายของคำว่า Ecotourism หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง “การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ” ในการให้ความหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงแสดงถึงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ตาราง 3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา	ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ	การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติมุ่งหวัง ในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติมีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติโดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากรในท้องถิ่น
Ralf (1995)	การท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผล ทางธรรมชาติการจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทางการศึกษาซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์
Hugo (1999)	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการนำทรัพยากรธรรมชาติ มาเป็นต้นทุนในการท่องเที่ยว โดย ต้องจัดการให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุดก่อให้เกิดรายได้ในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคคลอย่างถูกต้อง
Weaver (2002)	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เรียนรู้ธรรมชาติด้วยประสบการณ์ที่ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทของพื้นที่ทั้งในมิติสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ และมีการจัดเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่มีลักษณะส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (1997)	การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติสภาพสังคม วัฒนธรรม และ ชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ
ราชบัณฑิตยสถาน (2546)	การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ที่มา: การรวบรวมของนักวิจัย, 2562

ดังนั้นจากการศึกษาบทความวิชาการ งานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ จึงสรุปความหมายได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ไม่ใช่เพียงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ หากแต่รวมถึงสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นกิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืน โดยที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นมีลักษณะตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่ง

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ธรรมชาติ (Natural-Based), ด้านการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainability), ด้านกิจกรรมและกระบวนการศึกษาเรียนรู้ และด้านการมีส่วนร่วม (People participation) (Buckley, 1994; Diamantis, 2004) ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เน้นความยั่งยืน โดยให้ความสนใจในประสบการณ์และการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติที่ก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด แต่ก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนในท้องถิ่น ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น (Fennell, 1999, หน้า 43)

5.1 องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ ประกอบด้วย

5.1.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัส กับระบบนิเวศ (Eco-system) อาจมีบางแห่งที่รวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติหรือ เป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ไว้ (Nature-based tourism) โดยเฉพาะแม้ว่าจะ มีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตาม ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural tourism) จึงไม่ใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วย อาจเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ธรรมชาตินั้นอาจรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง กับระบบนิเวศ(Eco-system) ในพื้นที่ด้วย

5.1.2 องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งมีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุม ไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsibly travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

5.1.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ความประทับใจ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องกับผู้เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จึงเป็นการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

5.1.4 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นหรือชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีบทบาทในมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน และร่วมได้รับประโยชน์อย่าง เสมอภาค คอยติดตามตรวจสอบ รวมถึงร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ อาจมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ได้จากลักษณะดังกล่าวจึงมีสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเพิ่มเติม ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบปกติหรือ แบบประเพณีนิยม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลักและเน้น การส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจ เป็นสำคัญ

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ใช่สิ่งตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบคณะใหญ่ (Mass tourism) เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ได้ถูกจำกัดที่ขนาดของการท่องเที่ยว แต่จำกัดที่รูปแบบกิจกรรม และขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ สามารถทำลายสิ่งแวดล้อมได้เช่นเดียวกันหรือ มากกว่านักท่องเที่ยวคณะใหญ่ หากปราศจากการจัดการที่ดีการจัดการกับการท่องเที่ยวคณะใหญ่ ในทิศทางและภายใต้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้จัดเป็น Mass-Ecotourism

3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่าย ๆ ราคาถูก มีรูปแบบการท่องเที่ยว ที่ยากลำบาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวน้อย เพียงแต่มีการจัดการที่ดีมีการรักษาสีสิ่งแวดล้อมอย่างมี ประสิทธิภาพ มีการประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสมตามความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับ และมีรายได้สูงได้เช่นกัน

4) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ความสำคัญในการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกมากกว่า การให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีการประสาน ความเข้าใจกันอย่างเหมาะสมตลอดกระบวนการ

ดังนั้นการศึกษาแนวคิดด้านความหมายของการท่องเที่ยว องค์ประกอบของการท่องเที่ยว อุทธาหารกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งแต่ไม่ใช่เพื่ออยู่ประจำ โดยองค์ประกอบของการ

ท้องเทียม ประกอบไปด้วย นักท้องเทียม การตลาดการท้องเทียม การขนส่ง ทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท้องเทียม ซึ่งสอดคล้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท้องเทียม ให้เติบโตตามแนวคิดของ Collier and Harraway (2001) ที่ให้ความสำคัญกับ การขนส่ง ที่พัก กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ และการขายเป็นหลัก โดยอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ ในการท้องเทียม ซึ่งขึ้นอยู่กับทรัพยากรของแหล่งท้องเทียมนั้นว่าจะดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใด เนื่องจากรูปแบบทรัพยากรในพื้นที่ที่แตกต่างกัน จะทำให้รูปแบบการท้องเทียมแตกต่างกันไป และต้องอาศัยการเรียนรู้และความร่วมมือจากทั้งชุมชนในท้องถิ่น และนักท้องเทียมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการท้องเทียมให้นักท้องเทียม

5.2 การจัดการการท้องเทียมเชิงนิเวศของประเทศไทย

การท้องเทียมเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อต้องตั้งอยู่บนแนวคิดที่เน้นความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อมเข้ากับ การปรับตัวของชุมชนเพื่อการพัฒนา ท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับมิติของการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การท้องเทียม เชิงนิเวศไม่ควรมีสูตรสำเร็จรูปแบบที่ตายตัว หรือเป็นนโยบายที่มีมาตรฐานแนวเดียวและใช้กับทุกแห่งในทาง ตรงกันข้าม การท้องเทียมเชิงนิเวศ ควรเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในหลายมิติเช่น เศรษฐกิจของชุมชน การจัดการทรัพยากรของชุมชน ทางเลือกในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการสร้างเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างแท้จริงในชุมชนท้องถิ่น มีหลักการสำคัญ ดังนี้

5.2.1 เป็นการท้องเทียมที่ไม่ทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความเสื่อมโทรม ก่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท้องเทียม โดยรายได้ส่วนหนึ่งควรย้อนกลับไปสู่การอนุรักษ์ จัดประสบการณ์ให้การศึกษาด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม สภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น แก่นักท้องเทียมมีความรับผิดชอบทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมของตนเองต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนที่เป็นแหล่งท้องเทียม

5.2.2 การสร้างหรือการจัดการใด ๆ ควรยอมรับข้อจำกัดที่ดำรงอยู่ของสภาพแหล่งท้องเทียม หากต้องมี การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงควรเป็นไปเพื่อพัฒนาทัศนียภาพของท้องถิ่น การลงทุนทางด้าน การท้องเทียมควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา ทั้งการวางแผนตัดสินใจดำเนินการและการควบคุม และเป็นไปตามความต้องการของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

5.2.3 ควรมีการจัดทำธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม มีมัตคเหตุกัที่มืความรู้เรื่องระบบนิเวศ และ วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริงและมีการจัดการและควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและไม่เกินขีด ความสามารถที่ชุมชนในท้องถิ่นและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวจะรองรับได้

5.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถกระทำได้หลายรูปแบบในพื้นที่ธรรมชาติที่มีระบบนิเวศต่าง ๆ กัน เช่นกลุ่มระบบนิเวศป่าเขาจะเน้นกิจกรรมที่อาศัยทรัพยากรนันทนาการประเภท ป่าไม้สัตว์ป่า แหล่งน้ำ สภาพภูมิทัศน์ของลักษณะสัณฐานที่ดิน (Land Forms) และสัณฐานทางธรณี ที่เป็นลักษณะเด่นแปลกตา ส่วนกลุ่มระบบนิเวศแบบเกาะแก่งชายฝั่งมักจะได้รับความ สนใจในด้านทรัพยากรทางทะเล (Marine Resources) ที่ยังคงสภาพธรรมชาติสมบูรณ์สวยงาม เช่น ปะการัง ปลาสวยงาม ชายหาดที่สวยงาม ส่วนสภาพป่าเขาหรือแหล่งน้ำต่าง ๆ จะได้รับความสนใจเป็นอันดับรองลงมา ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเน้นไปในส่วนที่เป็นชายฝั่ง (Wetland) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ได้รับความนิยมมากคือการดูนกต่าง ๆ โดยเฉพาะ นกต่างถิ่นที่หาดูได้ยากเป็นต้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นควรพิจารณาปัจจัยหลัก 2 ประการ กล่าวคือ

5.3.1 ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรนันทนาการในพื้นที่ที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Site) ทั้งนี้สภาพดั้งเดิมและคุณค่าที่มีอยู่ในตัวธรรมชาติเป็นหัวใจของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แม้จะมีความงดงาม แต่ถ้าหากมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม อย่างมาก จนกระทั่งรูปลักษณ์เดิมสูญเสีย เหล่านั้นจะไม่อยู่ในเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เสื่อมโทรมลงไปจนไม่สามารถฟื้นตัวได้อีก พื้นที่ธรรมชาติที่มีแนวโน้มที่จะเกิดผลกระทบตอทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เมื่อจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น แหล่งพืช สัตว์ป่าหายาก บริเวณที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ฯลฯ ควรที่จะ ละเว้นการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว

5.3.2 ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาส เรียนรู้กับธรรมชาติไม่มากนักโดยผ่านทางโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติรูปแบบ เป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

5.4 มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2550) ได้ดำเนินงานจัดทำ มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สำหรับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

แหล่งท่องเที่ยวที่หน่วยงานกลางดูแลจะมีนโยบาย แผนงาน และโครงการในการจัดการด้าน การอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติที่ชัดเจน รวมถึงในด้านงบประมาณและบุคลากร แต่แหล่งท่องเที่ยวที่ดูแล โดยท้องถิ่นส่วนมากมักจะขาดระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีโอกาส ที่จะเสื่อมโทรมได้ง่ายกว่า อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยหน่วยงานท้องถิ่นสามารถ เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ของตนได้มากกว่า รวมทั้งเป็นการ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย ดังนั้นการกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน สำหรับหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตนจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย และยังสามารถใช้เป็นสิ่งบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องประกอบด้วย

1. การจัดการพื้นที่ ได้แก่ การจัดการเขตการใช้ประโยชน์ (Zoning) การศึกษาขีดจำกัดการรองรับได้ของพื้นที่ การกำหนดมาตรการใช้ประโยชน์ปลูกสร้างอาคารและปรับปรุงพื้นที่ และควบคุมการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้มาตรการป้องกันและลดผลกระทบในพื้นที่

2. การให้การศึกษา และสื่อความหมาย ได้แก่ การส่งเสริมให้สถานที่ให้ความรู้ทุกรูปแบบส่งเสริมกิจกรรมที่ให้ความรู้ และสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุนให้บริการที่มีคุณภาพส่งเสริมการใช้มัคคุเทศก์เฉพาะถิ่น จัดเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศน์และให้การศึกษากับชุมชน

3. การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ มุ่งกิจกรรมที่ไม่มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมหรือสามารถป้องกันแก้ไขได้ ส่งเสริมกิจกรรมที่ให้ความรู้ จัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยว

เฉพาะกลุ่มจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กันของนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และคนในท้องถิ่น

4. การบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมการบริการที่มีความรับผิดชอบ สร้างการมีส่วนร่วมในการบริการของชุมชน การอบรมคุณภาพบุคลากร และสนับสนุนการบริการที่ได้มาตรฐาน

5. การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และลดผลกระทบ ได้แก่ กำหนดมาตรการจัดเก็บ และกำจัดขยะมูลฝอย กำหนดมาตรการป้องกัน และกำจัดสิ่งปฏิกูล ควบคุมแบบอาคาร กวดขันกิจกรรมที่ทำลายสภาพแวดล้อม

กรอบการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้บริบทของพื้นที่ ซึ่งจะอยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ซึ่งต้องมี องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นระบบ และต่างก็มีประโยชน์ซึ่งกันและกัน แต่ละภาคส่วนต้องมีเป้าหมาย เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ให้เกิดความประทับใจอยากเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อ ๆ กัน โดยนอกจากจะขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น แล้วยังมีกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องอีกหลายประเภททั้งด้านการให้บริการ โปรแกรมการ ท่องเที่ยว การขนส่ง การคมนาคม การให้บริการที่พักร้านค้า ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกฯ ดังนั้นกรอบในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เพื่อรองรับการขยายตัวของการพัฒนาการท่องเที่ยว

3. ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และให้มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

4. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงหลักการอนุรักษ์

5.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย

จุดมุ่งหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การจัดให้มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ พื้นฟูและรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) ของพื้นที่ เนื่องจากยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกจำนวนมากที่ถูกคุกคามจากการท่องเที่ยวที่เกินขอบเขต ประกอบกับรายงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2555-2556 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีจำนวนมากที่สุดจำนวน 5,344,534 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีนักท่องเที่ยว จำนวน 26,546,725 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2556) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสัดส่วนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสัดส่วน ร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2562 มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยว จำนวน 28,430,632 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังคงเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่การขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยยังไม่ สามารถขับเคลื่อนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่าที่ควร การศึกษาประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมามีลักษณะและไม่มีการต่อยอดเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม ทั้ง ๆ ที่มีความ ตระหนักจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน อาทิ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Thai Ecotourism And Adventure Travel Association: TEATA) ที่ระบุถึงกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ ชุมชนท้องถิ่นโดยตรงในสัดส่วนที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการสนับสนุน ให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับ ผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ซึ่งเป็นแนวโน้มด้านบวกที่ส่งเสริมให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ราณี อิลิชัยกุล และรชพร จันทรสว่าง, 2560)

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพและไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การควบคุมดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำแนวปฏิบัติหรือคู่มือจัดการให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยและติดตามประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างรอบด้าน หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการ ถูกกระทบและฟื้นตัวได้ยาก จุดมุ่งหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการจัดให้มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับการจัดการอย่างมี ความสำเร็จและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่ยั่งยืน แนวคิดการท่องเที่ยวเชิง นิเวศเป็นแนวคิดที่สำคัญในการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยว จำนวนมากที่ถูกคุกคามจากการท่องเที่ยวเกินขอบเขต

ราณี อธิชัยกุลและรชพร จันทร์สว่าง (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนา มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ของภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักวิชาการจำนวน 85 คนในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ 6 แห่งใน ประเทศไทย ได้สรุปข้อเสนอแนะว่า แนวทางการจัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของประเทศไทย การบังคับใช้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง การให้ความรู้และ จิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดตั้งอำนวยการความสะอาดบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว และการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นเดียวกัน

เมื่อสรุปถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยและกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2 จึงควรพิจารณามิติความหมายที่แท้จริงผ่านการมีนโยบายระดับชาติ และระดับ ภูมิภาคในการบริหารจัดการ โดยการประสานงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วน เสียทั้งในด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การใช้ประโยชน์ของพื้นที่เกิดความ ยั่งยืน การให้ความรู้และจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้จาก การศึกษาความหมายและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว พบว่า การท่องเที่ยวแบบ เดินป่า เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษา สิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพ ทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural-based tourism) และแหล่งวัฒนธรรม (Cultural-based tourism) อันจะนำไปสู่การ จัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความ จำเป็น ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญ ฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบ น้อยที่สุดและ ใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

6. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า

การท่องเที่ยวเดินป่า ถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองต่อ การอนุรักษ์ธรรมชาติ และตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเดินป่า นับการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ทำให้เกิดความท้าทาย ตื่นเต้น และได้ประสบการณ์แปลกใหม่

องค์กร Adventure Travel Trade Association (1990) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยประเภทเดินป่ามีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) เป็นกิจกรรมที่กายภาพ 2) เน้นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 3) การเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง ซึ่งการท่องเที่ยวเดินป่าในปัจจุบันได้มีความการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเดินป่าให้มีความดึงดูดและหลากหลายทางธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่อุทยานแห่งชาติที่มีความหลากหลายของพืชและสัตว์ที่มีคุณค่าในเชิงวิทยาศาสตร์ และเชิงนิเวศวิทยา การท่องเที่ยวแบบเดินป่า (Trekking) นับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเรียนรู้และชื่นชมกับทัศนียภาพสภาพธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม

กิจกรรมเดินป่าจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Tourism) ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งพื้นที่หลักของอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและสวยงาม ทำให้ผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเข้าร่วมประกอบกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จนในปัจจุบันอุทยานแห่งชาติหลายแห่งมีการเปิดให้ใช้เส้นทางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมดังกล่าว

สำนักอุทยานแห่งชาติ (2550) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “กิจกรรมเดินป่า” ว่าหมายถึง การสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิดโดยการเดินเท้าเข้าไปในพื้นที่ป่าธรรมชาติโดยใช้ความสามารถและ ทักษะต่าง ๆ ในการช่วยเหลือตนเองให้สามารถเดินผ่านเส้นทางซึ่งอาจมีความยากลำบากไปยัง จุดหมายปลายทางได้ประสบการณ์นั้นหนทางการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับการประกอบกิจกรรมเดิน ป่าระยะไกล ได้แก่ การทำกิจกรรมที่มีความยากลำบากและท้าทายความสามารถ ได้รับความ สนุกสนาน ตื่นเต้น ผจญภัย ได้รับความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ และเกิดความเข้าใจและตระหนักถึง ความสำคัญของการอนุรักษ์ป่าไม้

นกวรณ ฐานะกาญจน์ (2549) เสนอว่า กิจกรรมเดินป่าจัดเป็นกิจกรรมนั้นหนทางการกลางแจ้งอย่างหนึ่ง ซึ่งประเภทของกิจกรรม นั้นหนทางการกลางแจ้งสามารถแบ่งตามระดับของการใช้พลังกำลังในการประกอบกิจกรรมได้เป็น 2 ประเภทหลัก 1) กิจกรรมที่ใช้พลังกำลังน้อย (Passive activities) เป็นกิจกรรมนั้นหนทางการที่ใช้พลังกำลังใน การประกอบกิจกรรมน้อย เช่น การชมวิว ถ่ายภาพ พักผ่อนในบรรยากาศที่สงบ เป็นต้น 2) กิจกรรมที่ใช้

พละกำลังมาก (active activities) เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ใช้พละกำลังใน การประกอบ กิจกรรมมาก และใช้ทักษะเฉพาะตัวค่อนข้างสูง เช่น เดินป่าระยะไกล ปีนเขา ล่องแก่ง ขี่จักรยาน เป็นต้น

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ และสันติธร ภูริภักดี (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริม ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยมุ่งศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เชิงนิเวศพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในอุทยานฯ โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปและบันทึกภาพและเสียง ในด้านความพึงพอใจและปัจจัยที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากร และราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว อีกทั้งการจัดทำโครงการสำรวจความคิดเห็นและ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้บริการโปรแกรมสื่อ ความหมายทางธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติภูกระดึง (ชัยยงค์ บัวบาน และคณะ, 2559) ทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการให้ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ รองลงมาคือการจัดการขยะ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในด้านการได้รับความรู้และ สื่อความหมายประเภทเส้นทางศึกษาธรรมชาติ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นควรปรับปรุง โปรแกรมสื่อความหมายให้เพียงพอและน่าสนใจ เพิ่มความชัดเจนของสื่อ

อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่าของภาคเหนือในประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวเดินป่า เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในหมู่นักท่องเที่ยว ชาวไทยและต่างประเทศ และเป็นกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมตลอดมาควบคู่กับแนวคิดของ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเริ่มต้นในปี 2535 มีการศึกษาถึงผลกระทบการ ท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชากรท้องถิ่น

ปฐพี มอนซอน และคณะ (2535) พบว่า จังหวัดที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ตาก เพชรบูรณ์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นครราชสีมา และกาญจนบุรี พบว่า ผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่า มีดังนี้

1. ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินป่าเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการขาดช่วงเวลาในการฟื้นตัว
2. ผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ-สังคมของประชากรท้องถิ่นพบว่า เป็นผลกระทบ เชิงบวกที่ช่วยให้ประชาชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งทางตรงเช่นการเป็นลูกหาบ การนวดผ่อนคลาย รวมถึงความแตกต่างทางเศรษฐกิจของประชากรท้องถิ่นที่ประกอบอาชีพ

ให้บริการด้านการท่องเที่ยวและประชาชนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. ผลกระทบต่อสภาพสังคม วัฒนธรรมและจิตใจ โดยชุมชนบางส่วนได้ดัดแปลง วัฒนธรรมให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว อีกทั้งขาดอำนาจในการต่อรอง

กล่าวโดยสรุปว่า การท่องเที่ยวเดินป่า จัดเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทกิจกรรมที่ใช้พลังกำลังและใช้ทักษะเฉพาะตัวค่อนข้างสูงประเภทหนึ่ง นอกจากจะได้ใช้พลังกำลังและผจญภัย ในพื้นที่ธรรมชาติแล้ว ผู้ประกอบกิจกรรมเดินป่ายังได้รับความเพลิดเพลินรวมถึงได้ความรู้เกี่ยวกับ สภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่พบเห็นในเส้นทางอีกด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบเดินป่าจึงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมธรรมชาติศึกษาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเดินป่านี้อาจช่วยสร้างรายได้ซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งรัฐจะสามารถนำมาใช้ ในโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพา ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ และที่สำคัญคือวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น รูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

6.1 วิวัฒนาการของการพัฒนาเส้นทางเดินป่าและศึกษาธรรมชาติ

นับตั้งแต่โบราณ มนุษย์มีความสัมพันธ์กับเส้นทางมาโดยตลอด มนุษย์ในยุคแรกเริ่มเรียนรู้ที่จะใช้เส้นทางเพื่อที่จะหาแหล่งอาหารมาเลี้ยงชีพ เส้นทางจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และศึกษาธรรมชาติ เพื่อที่จะได้รู้จักและเข้าใจในเรื่องของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์เอง ซึ่งความรู้ในเรื่องการใช้เส้นทางได้ถูกถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นแล้วรุ่นเล่า เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีพต่อมาเมื่อมนุษย์มีการวิวัฒนาการเพิ่มขึ้น เส้นทางต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาให้เกิดความสะดวกสบายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้นจนกลายเป็นเส้นทางคมนาคมติดต่อระหว่างชุมชนหรือเมือง จากเส้นทางก็มีการพัฒนาเป็นถนนเล็ก ๆ จนกระทั่งเป็นทางคมนาคมสายใหญ่ ๆ เมื่อจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น การขยายตัวของ การใช้ประโยชน์ที่ดิน และการใช้ทรัพยากรอย่างมหาศาลได้เพิ่มขึ้นหลายเท่าทำให้บทบาทของเส้นทางที่เคยใช้เพื่อการเรียนรู้ การหาประสบการณ์ การสร้างสมความเข้าใจในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการดำรงชีวิตเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ เปลี่ยนแปลงไปเป็นการใช้เส้นทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาดักดวงผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

เมื่อทรัพยากรธรรมชาติเริ่มลดน้อยลงและเหลือน้อยอย่างจำกัด สภาพแวดล้อมเริ่มเสื่อมโทรมมีภัยพิบัติต่าง ๆ นานาเกิดขึ้น ทำให้หลายคนเริ่มที่จะตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่จำกัด จนเป็นสาเหตุให้เกิดการความเสื่อมโทรมของพื้นที่ จึงมีผู้เริ่มหันมามองถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการเจริญเติบโตของสังคมและเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และได้มีปฏิกิริยาที่จะหยุดความต้องการในการทำลายสิ่งแวดล้อม โดยรัฐบาลภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนประชาชน เริ่มคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจึงได้กระตุ้นให้ประชาชนได้ตระหนักในเรื่องความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากนั้นแนวคิดในเรื่องเส้นทางศึกษาธรรมชาติ (Nature trail) จึงได้กลายเป็นบทบาทสำคัญในการให้ความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ผู้มาใช้เส้นทางในเรื่อง เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และได้กลายเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการถ่ายทอดความรู้ดังกล่าว ตลอดจนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้เส้นทางได้รับประสบการณ์เป็นครั้งแรก กลายเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการศึกษาสิ่งแวดล้อมกลางแจ้งและการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติ

ในที่แห่งอื่น ๆ ของโลก เช่น ทวีปยุโรป ได้เริ่มแนวคิดในเรื่องของเส้นทางศึกษาธรรมชาติขึ้น เป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2513 ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และในระหว่างปี พ.ศ. 2513 – 2515 เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติเส้นแรกได้ถูกสร้างขึ้นใน Cantons เมืองซูริค หลังจากนั้นก็ได้มีการ ขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ กระจายไปทั่วประเทศ และกลายเป็นเครื่องมือในการศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มีความสำคัญ สำหรับในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติ โดยเฉพาะในเรื่องของเส้นทางเดินป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติทุกแห่ง จึงพบได้ว่าในเส้นทางศึกษาธรรมชาติทุกเส้นทางในประเทศทั้งสองจะมีอุปกรณ์หรือคู่มือในการให้ความรู้ในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ สำหรับทวีปอเมริกา หลังจากที่มีการอพยพครั้งใหญ่จากแผ่นดินยุโรป ได้มีวิวัฒนาการเส้นทางศึกษาธรรมชาติตามลำดับดังนี้

ตาราง 4 วิวัฒนาการในเรื่องเส้นทางศึกษาธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา

ปี	เส้นทางศึกษาธรรมชาติของต่างประเทศ
พ.ศ. 2415	ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้มีการจัดทำทางศึกษาธรรมชาติเพื่อให้นักศึกษาด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมขึ้นแห่งแรก ที่ Central Park รัฐนิวยอร์ก
พ.ศ. 2461	สถานีทดลองเกี่ยวกับสัตว์ป่าและป่าไม้ Roosevelt ได้ศึกษาและพัฒนาเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติและประวัติศาสตร์ในเขต Palisades Interstate Park รัฐนิวยอร์ก และรัฐนิวเจอร์ซีย์
พ.ศ. 2462	ได้มีการพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่มีระยะทางหลายไมล์ขึ้นที่ Hemlock and Hoban Hills และ Tom Jones Mountain ในพื้นที่ทะเลสาบ Kanahwankee รัฐนิวยอร์ก
พ.ศ. 2463	ได้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง และพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติเพื่อใช้กับลูกเสือที่มาพักแรม ปี พ.ศ. 2464 William P. Alexander ได้จัดทำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติและจัดทำคำอธิบายประกอบการใช้เส้นทางที่เดินทางไปยังถ้ำหมี ในภูเขา Onondaga ของ Allegany State Park ในนิวยอร์ก
พ.ศ. 2468	ได้เริ่มมีการจัดตั้งสถานีวิจัยศึกษาธรรมชาติขึ้นบนเนื้อที่ 0.16 ตร.กม. ใน บริเวณป่าและทุ่งหญ้าบนภูเขา Ramapo ใกล้ Tuxedo นิวยอร์ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการ เกี่ยวกับการศึกษาหาวิธีการใหม่ ๆ ในการฝึกอบรมและจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ
พ.ศ. 2470	เป็นช่วงที่สำคัญที่สุดอีกขั้นหนึ่งของการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ คือ การจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติขึ้นที่ภูเขา Bear แม่น้ำฮัดสัน โดยมีการจัดการสื่อความหมายกลางแจ้งและเทคนิคในการบรรยาย ซึ่งต่อมาได้ถูกใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ใช้กันแพร่หลาย ในสหรัฐอเมริกาจนกระทั่งบัดนี้

ที่มา: Europeana Foundation, 2020

ในประเทศนิวซีแลนด์ The New Zealand Walking Commission ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแล ด้านเส้นทางเดินเท้า ซึ่งทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลเส้นทางและแผนที่แก่สาธารณชน ได้แบ่งเส้นทางเดินเท้าออกเป็น 3 ประเภท ตามระยะทางของเส้นทาง ได้แก่

1. Walk หมายถึง เส้นทางเดินเท้าระยะสั้นที่ออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับบุคคลทั่วไป รองรับผู้ใช้จำนวนมากได้ในทุกฤดูกาล ความกว้างของเส้นทางเฉลี่ย 1-2 เมตร มี การจัดทำป้ายสื่อความหมายและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเต็มรูปแบบ ส่วนใหญ่ เป็นเส้นทางเดินแบบทางเดียว หรือเป็นเส้นทางที่มาบรรจบจุดเดิม (Close – loop) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินตลอดเส้นทางไม่เกิน 4 ชั่วโมง

2. Track หรือเส้นทางเดินไกล หมายถึง เส้นทางเดินเท้าที่เหมาะสมสำหรับผู้มีสุขภาพแข็งแรง และมีประสบการณ์ในการเดินป่า สภาพเส้นทางมีข้อจำกัดด้านความสะดวกสบายและ

ขึ้นอยู่กับฤดูกาล การพัฒนาจึงมีเฉพาะที่จำเป็นและเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก เช่น มีป้ายสื่อความหมายเพื่อป้องกันการเดินออกนอกเส้นทาง มีการระบายน้ำและการปรับผิว ทางในบางครั้ง มีราวจับบริเวณขอบทาง เป็นต้น โดยมีความกว้างของเส้นทางเฉลี่ย 50-70 เซนติเมตร

3. Route หมายถึง เส้นทางเดินเท้าสำหรับผู้มีประสบการณ์เดินป่า มีการใช้อุปกรณ์ในการ เดินป่าอย่างครบถ้วน การพัฒนามีอย่างจำกัด เน้นการปล่อยเส้นทางให้มีสภาพตามธรรมชาติการบอกเส้นทางอาจใช้เครื่องหมายแบบง่าย ๆ เช่น ปักเสา ทำเครื่องหมายบน ต้นไม้ ทาสีและอาจมีจุดพักแรมระหว่างทาง

Centre for the Promotion of Imports from developing countries (2018) ได้กล่าวถึง การเดินป่าของนักท่องเที่ยวยุโรปสู่เอเชีย (Trekking tourism from Europe to Asia) ว่า การท่องเที่ยวเดินป่าที่เหมาะสมในแถบเอเชีย ต้องประกอบด้วย

1. รายละเอียดเส้นทาง (Product Description) การท่องเที่ยวเดินป่า ต้องมีการระบุ การเดินทางด้วยเท้า, ลักษณะภูมิประเทศ, ระยะทางของเส้นทาง, ความลาดชัน และการ คมนาคมขนส่ง

2. สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety measures) การให้ข้อมูล มาตรฐานความปลอดภัยของยานพาหนะ ที่พัก อุปกรณ์และสิ่งของจำเป็น ความเสี่ยงและ อันตรายจากการเดินป่าในพื้นที่ เนื่องจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่แปลก ใหม่อาจเกิดอันตรายจากภัยธรรมชาติเช่นน้ำป่า หรืออุณหภูมิความร้อนที่แตกต่าง นักท่องเที่ยวเดินป่าต้องศึกษาการใช้อุปกรณ์อย่างถูกต้อง ควรมีการฝึกสอนและให้คำแนะนำ จากมัคคุเทศก์หรือผู้เชี่ยวชาญ

3. ความมั่นคงทางการเมือง (Political Stability) การเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม ประเทศกำลังพัฒนาต้องมีการจัดทำข้อมูลสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศจุดหมาย ปลายทางเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรับประกันให้นักท่องเที่ยว

4. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Untouched natural environment and sustainability) นักท่องเที่ยวจะต้องมีการอนุรักษ์ธรรมชาติในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า และไม่สนับสนุนกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5. มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์ (Experienced and knowledgeable guides) มัคคุเทศก์ท่องเที่ยวเดินป่า สามารถถ่ายทอดความจริงและเรื่องราวเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวเดินป่า และเมื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ย่อมเป็นที่ประทับใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่พื้นที่อย่างเหมาะสม

6. คุณลักษณะนักท่องเที่ยว (Traveler profile) นักท่องเที่ยวเดินป่ามีอายุและประสบการณ์ที่ไม่เท่ากัน ย่อมมีผลต่อการเดินทางในระดับที่เป็นหมู่คณะจึงต้องการจัดระดับและความสามารถที่เหมาะสมกับลักษณะของเส้นทางเดินป่าด้วย

7. ระดับของเส้นทางเดินป่า (Trek grading system) การจัดระดับความยาก-ง่ายของเส้นทางเดินป่าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินป่าเตรียมพร้อมและพัฒนาศักยภาพให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่

7.1 ภูมิประเทศและเนินเขา (Hilly Terrain)

7.2 ความชันของเส้นทาง (Steepness of the terrain)

7.3 ระดับความสูงและคุณภาพของเส้นทาง (The Altitude and Quality of the Path) และมีตัวชี้วัดเพื่อจัดระดับเส้นทาง ประกอบด้วย

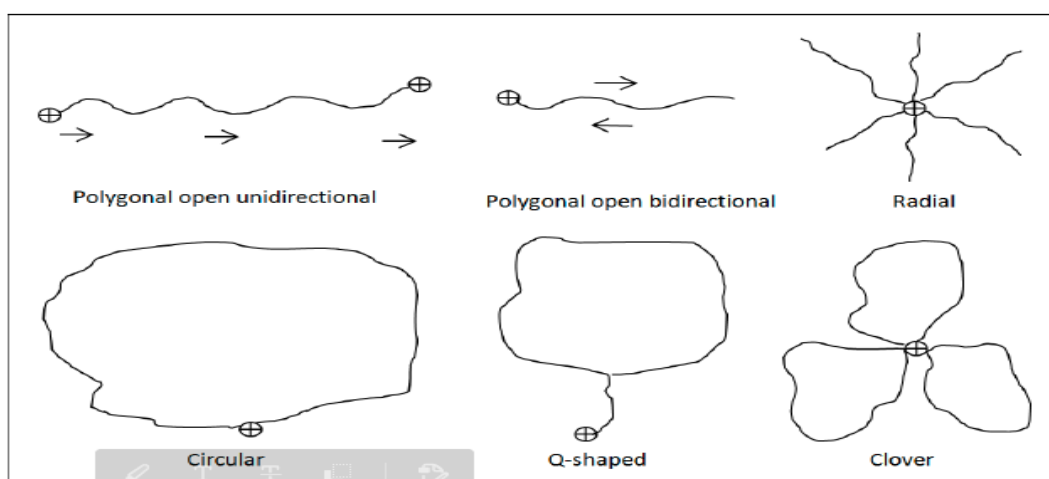
ตาราง 5 ระดับของเส้นทางเดินป่า

ระดับ	ระดับของเส้นทาง (ง่าย/ปานกลาง/ ยาก/ยากที่สุด)	เวลา (ชั่วโมง/วัน)	คุณภาพ เส้นทาง	สัมภาระและ กระเป๋า	รองเท้าเดินป่า และอุปกรณ์เดิน ป่า
1	ง่าย	2-4 ชั่วโมง ต่อวัน	ราบเรียบ	เล็ก	ไม่จำเป็น
2	ง่าย	4-6 ชั่วโมง ต่อวัน	ราบเรียบ	เล็ก	จำเป็น
3	ปานกลาง	5-7 ชั่วโมง ต่อวัน	ชัน	กลาง	จำเป็น
4	ปานกลาง	6-8 ชั่วโมง ต่อวัน	สูงชัน	ใหญ่	จำเป็นอย่างยิ่ง
5	ยาก	6-8 ชั่วโมง/ วัน/อาทิตย์	สูงชัน	ใหญ่	จำเป็นอย่างยิ่ง
6	ยากที่สุด	6-8 ชั่วโมง/ วัน/อาทิตย์	สูงชัน	ใหญ่	จำเป็นอย่างยิ่ง

ที่มา: <https://www.beringtravel.com/en/trip-grading-walking-and-trekking> สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564

6.2 ลักษณะและประเภทของเส้นทางเดินป่า

Gómez–Martín (2019) ได้อธิบาย Hiking Tourism in Spain: Origins, Issues and Transformations โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเส้นทางเดินป่าและศึกษาธรรมชาติในประเทศสเปนโดยใช้เกณฑ์ของ Spanish Federation of Climbing and Mountain Sports (FEDME) ซึ่งมีการกำหนดรูปแบบเส้นทาง เป็น 6 ลักษณะ (ตามภาพ 6)



ภาพ 6 ลักษณะเส้นทางเดินป่ามาตรฐาน (Spanish Federation of Climbing and Mountain Sports, 2019)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาเส้นทางประกอบด้วย 1) การจัดการเส้นทาง 2) รูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน 3) สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง 4) การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า โดยกำหนดระยะเส้นทาง ดังนี้

1. เส้นทางระยะไกล (มากกว่า 50 กิโลเมตร: GR)
2. เส้นทางระยะสั้น (ระหว่าง 10 – 50 กิโลเมตร: PR)
3. เส้นทางท้องถิ่น (น้อยกว่า 10 กิโลเมตร: SL)

ส่วนในประเทศไทยนั้น เส้นทางเดินป่าได้กำเนิดควบคู่กันมากับการใช้เส้นทางเพื่อการล่าสัตว์ และการหาของป่าเพื่อการยังชีพ ตลอดจนการตัดทางเพื่อการทำไม้ส่งออก ต่อมาเมื่อมีการประกาศ เขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติขึ้น อุทยานแห่งชาติหลายแห่งได้อาศัยเส้นทางเหล่านี้ในการตรวจตรา ลาดตระเวน และบางเส้นทางได้กลายเป็นเส้นทางที่จะใช้เดินไปสู่จุดหมายปลายทาง เพื่อการชมน้ำตก ถ้ำ ภาพเขียนโบราณ จุดชมทิวทัศน์ สภาพป่าเด่น ต้นไม้ที่มีขนาดใหญ่ เช่น ต้นกระบากใหญ่ และอื่น ๆ ที่เป็นจุดเด่นที่จะเรียกรึงความสนใจจากผู้มาท่องเที่ยว

โดยผู้ใช้เส้นทางยังขาดความ สนใจกับสภาพแวดล้อมหรือธรรมชาติสองข้างทาง เนื่องจากไม่มี สิ่งดึงดูดใจหรือการดำเนินการพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติในรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน เพื่อ เป็นการเสริมสร้างความรู้ในเรื่องของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบกับปัญหา การลักลอบตัดไม้ การบุกรุกทำลายป่าเพื่อ เป็นที่ดินทำกินมีแนวโน้มที่สูงขึ้น การป้องกัน ปราบปรามด้วยการจับกุมและใช้อาวุธตามที่ดำเนินการมาโดยตลอด ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เนื่องจากราษฎรส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจว่าธรรมชาติให้ ความสำคัญและประโยชน์แก่การดำรงชีวิต อย่างไร ในขณะที่เขานำทรัพยากรออกมาจำหน่ายและใช้พื้นที่เพื่อการเกษตรกรรมแล้ว สามารถแสดงผลออกมาในรูปของตัวเงินได้

ดังนั้น แนวคิดในเรื่องการ พัฒนาเส้นทางเดินป่าเพื่อเป็นการให้การศึกษาและ เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการจัดทำเส้นทางใน รูปแบบใกล้เคียงมาตรฐานสากล จึงได้มีขึ้นและถูกกำหนดไว้ในแผนการจัดการอุทยาน แห่งชาติทุกแห่ง แต่เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด และในระยะ แรก ๆ พื้นฐานความรู้ ความชำนาญในเรื่องการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ถูกต้องมีไม่มาก จึงทำให้การพัฒนา เส้นทางยังไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 จึงได้เริ่มมีการพัฒนา เส้นทางในอุทยานแห่งชาติขึ้นอย่างจริงจัง โดยได้มีการว่าจ้างให้มีการสำรวจ ออกแบบ เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ และส่วนอุทยาน แห่งชาติ ได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจเส้นทางเพื่อกำหนดเป็นเส้นทางสื่อความหมายที่อุทยาน แห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ ตาก ลำพูน โดยลำดับดังนี้

ตาราง 6 วิวัฒนาการเส้นทางศึกษาธรรมชาติประเทศไทย

ปี	เส้นทางศึกษาธรรมชาติ
พ.ศ. 2537	กรมป่าไม้ได้ใช้เงินรายได้เพื่อบำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติเพื่อจัดทำเส้นทางศึกษา ธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็น จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเป็นเส้นทางเดินเท้า ลาด ยางระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร พร้อมป้ายสื่อความหมาย และเมื่อปี 2539 ได้มีการ จัดตั้งงบประมาณในการสำรวจ ออกแบบ และก่อสร้างเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติที่หัวหน้า อุทยานแห่งชาติได้คัดเลือกแล้วในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัด นครราชสีมา ปราจีนบุรี นครนายก และสระบุรี และอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ชัยภูมิ

ตาราง 6 (ต่อ)

ปี	เส้นทางศึกษาธรรมชาติ
พ.ศ. 2540	ภาคเหนืออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ได้รับงบประมาณจากภายนอกสนับสนุน ในการก่อสร้างเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่กิ่วแม่ปาน อุทยานแห่งชาติดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ลำปาง พะเยา ได้รับสนับสนุนในการจัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่น้ำตกวังแก้ว จังหวัดลำปาง และอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ได้รับงบประมาณในการจัดสร้างเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นทางลาดยางพร้อมป้ายสื่อความหมายในบริเวณน้ำตกเอราวัณ
พ.ศ. 2542	อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร จังหวัดชุมพร ได้รับงบประมาณตามแผน งานเงินกู้เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมการสร้างงานภายใต้โครงการลงทุนเพื่อสังคม (SIP) จัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน เป็นสะพานยกระดับพร้อมป้ายสื่อความหมาย และอุทยานแห่งชาติ เขาสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับงบประมาณตามแผนดังกล่าว เพื่อจัดสร้างเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติทุ่งสามร้อยยอด เป็นสะพานยกระดับพร้อมป้ายสื่อความหมาย นอกจากนี้ยังมีเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนที่อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา จังหวัดพังงา และศูนย์ศึกษาธรรมชาติทำนุไพร จังหวัดภูเก็ต
พ.ศ.2552	โครงการความร่วมมือบริหารจัดการเพื่อการอนุรักษ์มรดกไทย มรดกโลก ระหว่างกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กับบริษัท ปตท.สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในการจัดทำป้ายสื่อความหมายและปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติ กองแก้ว ผาเดียวดาย และ กม.33 – หนองผักชี ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี สระบุรี เส้นทางศึกษาธรรมชาติบูตาปอด อุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัด สระแก้ว ปราจีนบุรี และเส้นทางศึกษาธรรมชาติปากกลางดงหิน อุทยานแห่งชาติตาพระยา จังหวัด สระแก้ว บุรีรัมย์ ในส่วนพื้นที่อื่นเช่น ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ได้มีการจัดเส้นทางเพื่อศึกษาธรรมชาติไว้เช่นกัน คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ“ ป่าพรุ” ที่จัดสร้างขึ้นที่ศูนย์วิจัยและศึกษาธรรมชาติสิรินธร อำเภอสว่างโฮง จังหวัดนราธิวาส ทางเดินศึกษาธรรมชาตินี้มีลักษณะเป็นทางเดินยกระดับ ผ่านเข้าไป ในป่าพรุ เพื่อศึกษาในเรื่องระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์ไม้ พันธุ์สัตว์ มีระยะทางประมาณ 1,200 เมตร ใช้เวลาเดินเพื่อศึกษาธรรมชาติประมาณ 30-45 นาที เป็นเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่จัดระบบการสื่อความหมายไว้ ทั้งการใช้คู่มือและป้ายสื่อความหมายที่ติดตั้งในพื้นที่ และอาจกล่าวได้ว่าเป็นเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติที่ได้มาตรฐานเส้นทางแรกของประเทศไทย วนอุทยานปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้จัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน เป็นทางยกระดับพร้อมป้ายสื่อความหมายและหอชมทิวทัศน์ ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติ เป็นกิจกรรมหลักที่มีการดำเนินการและจะมีการดำเนินการในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในอุทยานแห่งชาติทุกแห่งในประเทศไทย

ที่มา: สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2550

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2549) ได้ให้ความหมายว่า เส้นทางเดินป่า หมายถึง ถนนหรือ เส้นทางที่นักท่องเที่ยวเข้าสู่จุดประกอบกิจกรรม เช่น เพื่อการพักผ่อน นันทนาการ และการศึกษา เรียนรู้สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. เส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะสั้น คือ ระยะตั้งแต่ 500 เมตร-3 กิโลเมตร ส่วนใหญ่เป็น เส้นทางแบบทางเดียว (one-way หรือ close loop) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินตลอดเส้นทางไม่เกิน 4 ชั่วโมง เหมาะสำหรับบุคคลทั่วไป สภาพเส้นทางเดินมีการออกแบบ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกเพศทุกวัย ความกว้างของผิวเส้นทางเฉลี่ยประมาณ 1-2 เมตร อาจมีป้ายสื่อความหมายติดตั้งในจุดที่มีความน่าสนใจ มีการจัดสิ่งก่อสร้างเพื่อ ป้องกันอันตรายแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีราวสำหรับยึดจับ มีการปรับปรุงสภาพพื้นผิวให้มี ความมั่นคง มีป้ายชี้แนะ เป็นต้น

2. เส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะไกล ระยะทางระหว่าง 3-5 กิโลเมตร เหมาะสำหรับ ผู้ที่มี สุขภาพร่างกายสมบูรณ์มีประสบการณ์ในการเดินป่า สภาพเส้นทางมีข้อจำกัดด้านความ สะดวกสบาย และมีข้อจำกัดการใช้บางฤดูกาล อาจมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงเล็กน้อย เช่น ป้ายบอกทางเท่าที่จำเป็น ป้ายสื่อความหมายเพื่อป้องกันการเดินออกนอกเส้นทาง โดย เส้นทางกว้างน้อยกว่า 1 เมตร

3. เส้นทางเดินป่าระยะไกล เส้นทางที่มีระยะทางมากกว่า 5 กิโลเมตร เหมาะสำหรับ ผู้ที่มีประสบการณ์และผู้ที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างสันโดษ เนื่องจากเป็นพื้นที่ห่างไกลจาก สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างสิ้นเชิง สภาพการพัฒนาเส้นทางมีอย่างจำกัด ผิวทางปล่อยให้ เป็นไปตามสภาพธรรมชาติระหว่างเส้นทางอาจจัดให้มีจุดพักค้างแรม ผู้ที่เข้าใช้พื้นที่ใน เส้นทางธรรมชาติประเภทนี้ต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือในการเดินป่าอย่างครบถ้วน

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2541) ได้กล่าวถึงเส้นทางเดินเท้า (trail) ไว้ว่า เส้นทางเดินเท้าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นอย่างมากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่ง นอกจากจะทำหน้าที่ในการรับรองกิจกรรมนันทนาการแล้ว ยังมีหน้าที่รองคือช่วยเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยว ช่วยในการไหลเวียนนักท่องเที่ยว และช่วยป้องกันรักษาแหล่งท่องเที่ยวจาก ผลกระทบอัน เนื่องมาจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์โดยได้จำแนกเส้นทางเดินเท้า ในแหล่งท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ลักษณะ ตามวัตถุประสงค์ของเส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางเดินเดินป่า (hiking trail) ทั่วไปอาจตัดเป็นเส้นทางตรงหรือรูปเกือกม้า ขึ้นอยู่กับ ลักษณะภูมิประเทศ โดยเส้นทางเดินป่าในพื้นที่กึ่งสันโดษ และพื้นที่ธรรมชาติที่พัฒนามักมี การสร้างลานจอดรถบริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทาง

2. เส้นทางสื่อความหมาย (interpretive trail) ควร มีลักษณะเป็น loop trail คือ มีจุดเริ่มต้น และจุดสิ้นสุดบริเวณเดียวกัน ตัดผ่านบริเวณที่ภูมิประเภทและมีภูมิทัศน์หลากหลาย โดย เส้นทางเดินป่าในพื้นที่กึ่งสนโดษ และพื้นที่ธรรมชาติที่พัฒนาควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทาง เช่น ลานจอดรถ สุขา ป้ายแสดงเส้นทางเดิน ม้านั่งริมทาง เป็นต้น

3. เส้นทางศึกษาธรรมชาติ (Nature trail) รอบค่ายพักแรมเยาวชน ควรมีหลาย ๆ เส้นทาง โดยแต่ละเส้นทางมีจุดเริ่มต้นจากบริเวณค่ายพักเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนมีทางเลือกในการ ประกอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ

วสา สุทธิพิบูลย์ และรัตนา ลักษณะารกุล (2554) ยังแบ่งเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ (nature trail) เป็นเส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะใกล้ที่มุ่งเน้น ถึงการสื่อความหมายธรรมชาติอย่างเป็นระบบ ให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติอย่างง่าย ๆ แก่ผู้มาเยือนที่ต้องการชมธรรมชาติในระยะที่ไม่ไกลและไม่ลำบากเกินไป แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 เส้นทางศึกษาธรรมชาติโดยมีนักสื่อความหมาย (guided trail) เป็นเส้นทางศึกษา ธรรมชาติที่ต้องอาศัยนักธรรมชาติวิทยาที่มีความสามารถในการสื่อความหมายเป็นผู้นำทาง สำหรับเส้นทางประเภทนี้คุณภาพขึ้นอยู่กับเจ้าหน้าที่ผู้นำทางและเทคนิค การสื่อความหมาย

1.2 เส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง (Self-guided trail) เป็นเส้นทางที่สร้างขึ้นเพื่อให้ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติและได้ศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยตลอดเส้นทางจะมีการติดป้ายสื่อความหมาย ประกอบกับการใช้คู่มือ หรือใช้เทปบรรยายอธิบายจุดสำคัญหรือสิ่งที่น่าสนใจบนเส้นทาง

2. เส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะไกล (hiking trail) เป็นส่วนหนึ่งของระบบทางเดินศึกษา ธรรมชาติเป็นเส้นทางเดินป่าซึ่งมีระยะทางยาว ๆ แคบ ๆ ตามลักษณะของธรรมชาติโดยมีความกว้างของเส้นทางประมาณ 45 เซนติเมตร ไม่ควรกว้างเกิน 90 เซนติเมตร ความลาดชันที่เหมาะสม คือ 0-10 เปอร์เซ็นต์โดยอาจมีการปรับปรุงเส้นทางเล็กน้อยเท่านั้น เส้นทางประเภทนี้จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้ที่สนใจต้องการศึกษาธรรมชาติอย่างจริงจัง เพื่อให้ได้มีโอกาสศึกษาสภาพธรรมชาติโดยไม่ถูกรบกวนจากผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ เส้นทางในลักษณะนี้จะไม่เน้นถึงความสะดวกของเส้นทาง และการสื่อความหมายมากนัก

3. เส้นทางการใช้ประโยชน์พิเศษ (special-use trails) เป็นเส้นทางที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บางกลุ่ม และวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้มากกว่าจุดเด่นที่น่าสนใจ การสร้างเส้นทางไม่ขึ้นอยู่สภาพแวดล้อมทั่วไปของพื้นที่ เส้นทางในลักษณะนี้ ได้แก่ เส้นทางศึกษาธรรมชาติโดยการขี่ม้า (equestrian trail) เส้นทางศึกษาธรรมชาติใต้น้ำ (underwater trail) เส้นทางเรือ (boat trail) เส้นทางสำหรับคนพิการ (the disable trail) และเส้นทางสำหรับจักรยาน (bicycle trail)

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติมีวัตถุประสงค์ในการให้ ความรู้และความรู้สึกที่ดีต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ที่เข้าไปใช้เส้นทางโดยใช้สื่อสัมผัส ธรรมชาติโดยตรงเพื่อเป็นเส้นทางหรือเครื่องมือที่จะให้ความรู้ความเข้าใจ ทักษะและเจตคติเกี่ยวกับทรัพยากรป่าไม้เส้นทางที่จัดอาจมีหลายประเภท แต่ละเส้นทางมีจุดประสงค์และสิ่งที่น่าสนใจแตกต่างกันไป ซึ่งส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการชมทิวทัศน์ธรรมชาติการออกกำลังกาย การหาความเพลิดเพลินกับธรรมชาติซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น

6.3 รูปแบบและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทย

จากการศึกษาวิจัยของ Brockleman and Dearden (1990) เรื่อง The Role of Nature in Conservation: A Case-Study in Thailand พบว่า รูปแบบการเดินป่าของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์จากการพัฒนาพื้นที่ห่างไกล โดยการส่งเสริมให้ชุมชนที่ดำรงชีพกับการล่าสัตว์ การเลี้ยงช้าง รวมถึงการทำอุตสาหกรรมป่าไม้ที่อยู่ในป่าตามภูมิภาคของประเทศไทย ด้วยการให้ทำหน้าที่ด้วยการเป็นลูกหาบ การทำอาหารและการนำทางให้แก่นักท่องเที่ยวเดินป่า รวมถึงการบริจาคเงินเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ และสรุปว่าการเดินป่าในประเทศไทย มีองค์ประกอบดังนี้

6.3.1 ไกด์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ (Nature Guide) ต้องมีคุณสมบัติที่สามารถสื่อสารได้สองภาษา มีความรู้เรื่องธรรมชาติ พรรณไม้ และเข้าใจต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

6.3.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า (Relations with Villagers) มีความสำคัญต่อการสร้างเข้าใจอันดีต่อกันนักท่องเที่ยวเดินป่าและชุมชนเจ้าของพื้นที่ ต้องมีการสร้างความเข้าใจแก่ชุมชนและชุมชนพร้อมให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวไม่สร้างผลกระทบเชิงลบแก่ชุมชน

6.3.3 ผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ (Economic Return) การมอบค่าตอบแทนให้แก่ไกด์ท้องถิ่นหรือชาวบ้านในชุมชนโดยการให้เงินหรือกระจายรายได้สนับสนุนสินค้าพื้นเมือง นับว่าเป็นแนวคิดที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสร้างผลประโยชน์ต่างตอบแทนที่ทำให้ชุมชน

มีทัศนคติที่ดีและพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่อย่างเต็มที่ และอาสาในการส่งเสริมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอีกด้วย

6.3.4 ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ (Nature Theme) สภาพของธรรมชาติในเส้นทางเดินป่า จุดเด่นของธรรมชาติที่แปลกใหม่ หากแต่ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ การไม่เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมเดิมให้เกิดมลภาวะจากนักท่องเที่ยวเดินป่า รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่รบกวนสัตว์ป่าและพรรณพืช

6.3.5 นักท่องเที่ยว (Clients) ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงและไม่ใช่นักท่องเที่ยวกระแสหลัก มีความเข้าใจต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ เปิดรับวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยไม่เน้นนักท่องเที่ยวจำนวนมากแต่เน้นคุณภาพของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าดังกล่าวมาข้างต้น มักจะใช้ส่งเสริมในพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีศักยภาพสูง อย่างไรก็ตามการส่งเสริมกิจกรรมใดจำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบถึงความเป็นไปได้ ในการรองรับของพื้นที่ และขีดจำกัดในการจัดการดูแลเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการกระทำกิจกรรมดังกล่าวตามมา เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเดินป่าในพื้นที่ธรรมชาติบรรลุเจตนารมณ์ของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเหมาะสมกับประเทศไทย หลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัยกำหนดขึ้น มีดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. มีความพร้อมในการบริการจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวก สะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา มุมจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม
3. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบวงรอบ และวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรเป็นต้นไป อย่างน้อย 1 เส้นทาง
4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
5. มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
6. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวันใน แต่ละเส้นทางและในสถานที่ท่องเที่ยว

7. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ทั้งทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถอธิบายเรื่องราว ในท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้านได้

8. มีการบริหารจัดการพื้นที่และมีบริการร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์การ ภาครัฐบาล องค์การเอกชน องค์การพัฒนาเอกชน (NGO) องค์การบริหารท้องถิ่น (เทศบาลและ อบต.)

9. มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสียการจัดการมลพิษต่าง ๆ

10. มีแผนพัฒนาบุคลากรและบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

11. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษา สิ่งแวดล้อม (Eco lodge) ความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ คำว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเองนั้นเป็นเพียงสิ่งหนึ่งในส่วน ใหญ่ๆ ของการท่องเที่ยว ในขณะที่หลักการ เพื่อความยั่งยืนควรนำไปใช้กับทุกรูปแบบของ กิจกรรม การดำเนินกิจการ สถานประกอบการ ตลอดจน โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวรวมถึงรูปแบบที่มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาและรูปแบบที่เสนอให้เป็นตัวเลือกด้วย

Ralf (1995) ได้ศึกษาเรื่อง Adventure Tourism Research: A Guide to the Literature (Tourism Recreation Research, January 2006) โดยทำการทบทวนวรรณกรรมจาก บทความวิชาการที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเดินป่าพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่ามี ความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับกิจกรรมท่องเที่ยวจักรยานเสือภูเขา (อ้างอิงใน Watson and Morris 1991; Ramthun 1995; Carothers, Vaske and Donnelly 2001) แต่ขณะเดียวกันการท่องเที่ยว เดินป่าไม่เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมมากเท่ากับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (อ้างอิงใน Cole, 2004; Marion and Leung, 2004) สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องแนวทางการปฏิบัติที่ดี สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศของ อัครวิน แสงพิกุล (2010) ที่กำหนดหลักเกณฑ์ ในการประเมินการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่

1. การจ้ดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ
2. การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
4. การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
5. การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว
6. นโยบายธุรกิจ

Buckley (2007) ได้สรุปถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยการแบบเดินป่าจากทุกทวีป ประกอบด้วย สถานที่ (Place) ผู้ประกอบการ (Operator) กิจกรรม (Activity) อุปกรณ์ (Equipment) แหล่งที่พัก (Accommodation) ข้อมูลสถิติ (Statistics) การเข้าถึง (Access) ชุมชน (Community) ประสบการณ์ (Experience) สภาพแวดล้อม (Environment) ความปลอดภัย (Safety) และการตลาด (Marketing)

นอกจากนั้นแล้ว Pranil, (2018) ศึกษาเรื่อง Sustainable Management of Trekking Trails for the Adventure Tourism in Mountains: A Study of Nepal's Great Himalaya Trails กล่าวว่า ในการดำเนินการสร้างมาตรฐานของการท่องเที่ยวแบบป่าภูเขา การท่องเที่ยวเดินป่าจะต้องประกอบด้วย

1. เส้นทางและมาตรฐานความปลอดภัย (Trail path area safety quality)
 2. การจัดการข้อมูลและการสื่อสารเส้นทาง (Comprehensive information management on trail)
 3. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและระดับเส้นทาง (Trail's natural environment and its grading)
 4. คุณภาพของผู้ประกอบการ ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่ (Enterprise lodges, hotels, tea house, homestay, etc and/or camping facilities on trails and its status)
- ในขณะที่ กรมการท่องเที่ยว (2555) ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า กำหนดเกณฑ์ชีวิตมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ และปัจจัยหลักดังนี้

ตาราง 7 เกณฑ์มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
1. การบริหาร และการจัดการ องค์กร	1. มีมาตรฐานองค์กรที่ ให้บริการ	1. มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
	2. ความพร้อมทางด้าน บุคลากร	1. มัคคุเทศก์ 2. สัดส่วนมัคคุเทศก์ต่อจำนวน นักท่องเที่ยว 3. พนักงานสนับสนุนการเดินป่า
	3. มาตรฐานการขนส่ง ไปยังพื้นที่เดินป่า	1. การจดทะเบียนของยานพาหนะ 2. การระงับข้อพิพาทของพนักงานขับรถ 3. ใบอนุญาตขับขี่ของพนักงานขับรถ 4. ความพร้อมของพนักงานขับรถขณะ ปฏิบัติหน้าที่ 5. มารยาทและพฤติกรรมของการขับรถ 6. การใช้อุปกรณ์สื่อสารของพนักงานขับรถ ขณะควบคุมยานพาหนะ 7. การบรรทุกผู้โดยสาร 8. ใช้บริการยานพาหนะถูกประเภทตาม กฎหมาย 9. อายุการใช้งานของยานพาหนะ 10. ความสะอาดของยานพาหนะ 11. ความพร้อมในการใช้งานยานพาหนะ
	4. มาตรฐานการขนส่ง ในพื้นที่เดินป่า	1. อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยของ ยานพาหนะ 2. การบรรทุกของยานพาหนะ 3. ทักษะการควบคุมยานพาหนะ 4. ความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุการ ควบคุมยานพาหนะ

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
5. มาตรฐานอุปกรณ์และเครื่องมือเดินป่า		1. แผนที่เส้นทางเดินป่าที่ครอบคลุมตลอดแนวเส้นทางเดินป่า
		2. เข็มทิศหรืออุปกรณ์ระบุพิกัดพื้นผิวโลก (GPS) และแบตเตอรี่สำรอง
		3. เต็นท์
		4. ความพร้อมใช้งานของเต็นท์
		5. การดูแลเต็นท์
		6. จำนวนเต็นท์ต่อนักท่องเที่ยว
		7. เครื่องนอน
		8. ความสะอาดของเครื่องนอน
		9. ความเพียงพอของเครื่องนอน
		10. อุปกรณ์สื่อสารที่พร้อมใช้งาน
		11. ชุดปฐมพยาบาลของกิจกรรมเดินป่า
6. มาตรฐานน้ำดื่มและอาหาร		1. มีกระบวนการการทำให้ น้ำดื่มสะอาด
		2. ประเภทอาหารที่ใช้ในการเดินป่า
		3. ความสะอาดของอุปกรณ์ประกอบอาหาร
		4. อุปกรณ์ประกอบอาหารเหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว
7. คุณลักษณะของผู้ให้บริการเดินป่า		1. มนุษย์สัมพันธ์
		2. สุขลักษณะของผู้ให้บริการเดินป่าขณะปฏิบัติหน้าที่
		3. ทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
	8. การสร้างหลักประกันความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	1. การลงทะเบียนนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่ 2. ผู้ชำนาญพื้นที่เดินป่า 3. มาตรการดูแลความปลอดภัยในเส้นทางเดิน 4. การเตรียมความพร้อมนักท่องเที่ยวก่อนเดินป่า 5. การคัดเลือกจุดพักแรม 6. การฝึกทวนทักษะการปฐมพยาบาลของมัคคุเทศก์ 7. มีการยื่นรายชื่อนักท่องเที่ยวต่อบริษัทประกันภัยทุกครั้ง
	9. มาตรฐานหลักประกันความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว	1. มีช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว 2. การให้บริการเป็นไปตามข้อตกลง 3. มาตรการการชดเชยการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลง 4. การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการอาหาร 6. ปริมาณน้ำดื่ม

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
	10. การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม	1. การทำอันตรายต่อพรรณพืชในพื้นที่เดินป่า 2. การทำอันตรายต่อสัตว์ป่าในพื้นที่เดินป่า 3. การทำอันตรายต่อทรัพยากรธรณีในพื้นที่เดินป่า 4. การใช้เส้นทางเดินป่า 5. การเตรียมเชื้อเพลิงให้ความร้อน 6. การจัดการแหล่งก่อไฟ 7. การนำพรรณพืชและสัตว์ป่าในพื้นที่มาใช้ในการประกอบอาหาร 8. มีกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติ
	11. การกำจัดสิ่งปฏิกูล และการสุขาภิบาล	1. มาตรการกำจัดขยะที่ย่อยสลายได้ 2. มาตรการกำจัดขยะทั่วไป 3. การชำระล้างภาชนะ 4. การใช้สบู่และแชมพูในแหล่งน้ำธรรมชาติ 5. การกำหนดจุดขับถ่าย 6. การจัดการสิ่งขับถ่ายของนักท่องเที่ยว

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
2. การให้ความรู้แก่นักเดินป่า	1. ประเภทของความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า	1. รายการการท่องเที่ยวเดินป่า 2. การเตรียมความพร้อมของนักท่องเที่ยวในการเดินป่า 3. การปฏิบัติตนในพื้นที่เดินป่า 4. กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า 5. ระบบนิเวศของพื้นที่เดินป่า 6. ทรัพยากรพรรณพืชและสัตว์ป่าในพื้นที่เดินป่า 7. วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน 8. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
	2. การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า	1. การบรรยาย 2. ทักษะในการสื่อความหมายของมัลติมีเดีย 3. ประเภทสื่อให้ความรู้และข้อมูล 4. ลักษณะของสื่อให้ความรู้
	3. การสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และความรับผิดชอบ	1. การกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2. มีการบันทึกและแจ้งเหตุการณ์ในพื้นที่แก่ผู้ดูแลพื้นที่เดินป่า 3. กิจกรรมเสริมความรู้

ตาราง 7 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ปัจจัยหลัก	ดัชนีชี้วัด
3. การมีส่วนร่วม ร่วมกับท้องถิ่น	1. การมีส่วนร่วมกับ องค์กรเจ้าของพื้นที่ใน การวางแผนเดินป่า	1. การวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรใน พื้นที่เดินป่า 2. การกำหนดขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับพื้นที่พักแรมบนเส้นทางเดิน ป่า 3. ร่วมมือกับเจ้าของพื้นที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม
	2. การมีส่วนร่วมของ ชุมชนในการประกอบ กิจกรรม	1. เป็นลูกหาบ 2. เป็นผู้นำเที่ยว 3. มีชุมชนเป็นเครือข่ายการนำเที่ยว
	3. การกระจายรายได้	1. ซื้อสินค้าและหรือบริการจากประชาชนใน ท้องถิ่น 2. การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนใน ท้องถิ่น 3. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้า ที่ระลึกในชุมชนได้อย่างอิสระ
4. การตรวจ ติดตามคุณภาพ ภายใน	1. การดำเนินการ ควบคุมคุณภาพภายใน องค์กร	1. บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร 2. กำหนดแผนการติดตามตรวจสอบ มาตรฐานขององค์กรทุก 6 เดือน 3. ผลการติดตามตรวจสอบมาตรฐาน องค์กร 4. การปฏิบัติการแก้ไขให้เป็นไปตาม มาตรฐาน

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2555

นักวิชาการในประเทศไทยอีกหลายท่านได้ทำการศึกษาองค์ประกอบการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเส้นทางเดินป่าระยะไกล

ปฐพี และวิลาสินี (2535) ศึกษาเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนท้องถิ่น พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย เส้นทางเดินป่า/วิธีการจัดนำเที่ยวเดินป่า/การขยายตัวของการท่องเที่ยวเดินป่า/ผู้ประกอบการ และมัคคุเทศก์/สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

โดยเฉพาะความดึงดูดใจเหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่ไม่อาจเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทั่วไป โดยการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าจะมีความแตกต่างจากธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ซึ่งมีโครงสร้างประกอบด้วย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า

1.1 การจะลงทุนจัดตั้งกิจการท่องเที่ยวเดินป่า จะต้องมีการศึกษา ระเบียบกฎหมายและศึกษาถึงลักษณะของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า องค์ประกอบที่เป็นเงื่อนไขให้ปฏิบัติในการจัดตั้งธุรกิจประเภทนำเที่ยว และจะต้องมีการออกสำรวจเส้นทางในพื้นที่ที่สนใจจะทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าดอย การบันทึกเก็บข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจัดรายการนำเที่ยวและการคิดต้นทุน วิธีการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่า การจัดซื้อและเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ของกิจการที่จำเป็นต่อการเดินป่า

1.2 การสำรวจเส้นทางและเก็บข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่า ในการสำรวจเส้นทางนั้นจะต้องเข้าไปศึกษาถึงพื้นที่ให้บริการนำเที่ยวและบันทึกข้อมูลต่าง ๆ มีการแบ่งช่วงของการสำรวจ (ช่วงฤดูกาลต่าง ๆ) ข้อมูลที่ควรเก็บประกอบด้วย ระยะทาง ระยะเวลาในการเดินทางระหว่างจุดเริ่มต้น ถึงจุดแต่ละจุด สภาพสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ธรรมชาติและความสะดวกเหมาะสมของกิจกรรมที่สามารถจัดให้แก่นักท่องเที่ยวได้

1.3 การจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว จะใช้ข้อมูลที่บันทึกไว้จากการสำรวจเส้นทางทาง มีการจัดทำโปรแกรมไว้หลายลักษณะ คือ 1) ลักษณะที่แบบไม่มีรายละเอียดของเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีเพียงจุดเริ่มต้นและปลายทางเท่านั้น 2) ลักษณะโปรแกรมที่มีรายละเอียดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างคร่าว ๆ ไม่กำหนดเป็นจุดเวลาต่าง ๆ 3) ลักษณะโปรแกรมแบบมีรายละเอียดทั้งหมด กำหนดเวลาต่าง ๆ อย่างชัดเจน

1.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเดินป่า ควรต้องมีการศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวตามสภาวะเศรษฐกิจ

รายละเอียดการขาย จุดเสนอขายของเส้นทางเดินป่า และการส่งเสริมการขาย ซึ่งในปัจจุบันมีการสร้างช่องทางเสนอขายได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์จากความก้าวหน้าของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

2. มัคคุเทศก์เดินป่า

ในการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า มัคคุเทศก์เดินป่า มีความจำเป็นมากที่สุด และต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่า เพื่อช่วยในการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวเดินป่าอย่างถูกต้อง รวมทั้งประสานงานร่วมกับผู้ให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

การเป็นมัคคุเทศก์เดินป่า จะต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรมัคคุเทศก์เดินป่า ของกรมการท่องเที่ยว และมีใบอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ การประกอบอาชีพมัคคุเทศก์เดินป่าสามารถเลือกได้ 2 ลักษณะ คือ เป็นมัคคุเทศก์ในสังกัดประจำบริษัทนำเที่ยว หรือเป็นมัคคุเทศก์เดินป่าอิสระ สามารถรับจ้างกับบริษัทใด ๆ ก็ได้ ซึ่งในการนำเที่ยวเดินป่าทุกครั้งจะต้องมีการจัดทำเอกสารแบบฟอร์มลงทะเบียนนำเที่ยวให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ณ สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวก่อนปฏิบัติการนำเที่ยวเดินป่า

การปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์เดินป่า จะต้องรับผิดชอบในการนำทางและบริการนักท่องเที่ยวในทุกเรื่องที่มีข้อตกลงในรายการนำเที่ยว อีกทั้งจะต้องเป็นผู้นำส่งรายละเอียดจำนวนนักท่องเที่ยว รายชื่อนักท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินป่า เส้นทางเดินป่าและจุดพักแรม ชื่อของกิจการที่ประกอบธุรกิจนำเที่ยว นำส่งให้แก่สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวพื้นที่และต้องมีความรู้ในเส้นทางเดินป่านั้น ๆ ระบบนิเวศของป่า พืชพรรณไม้ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น รวมทั้งการบริการด้านอาหารที่มัคคุเทศก์เดินป่าต้องมีความรู้ความสามารถในการประกอบอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยว และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในระหว่างการท่องเที่ยวเดินป่า ด้วยเหตุนี้ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า จึงจำเป็นต้องมีการทำประกันชีวิตให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินป่าแต่ละครั้งตามเส้นทางต่าง ๆ

จากข้อมูลต่างๆ ทั้งในบทความ งานวิจัย และวารสารวิชาการต่าง ๆ การท่องเที่ยวเดินป่าทั้งนักวิชาการชาวไทยและต่างประเทศ และรวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นปัจจัยในองค์ประกอบแต่ละด้านดังนี้

ตาราง 8 ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

แหล่งข้อมูล	ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่า					
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านบุคลากรและการบริการ	ด้านมาตรฐานความปลอดภัย
Adventure Travel Trade Association (2014)	- ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ		- ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรม การประกอบกิจกรรม สนับสนุนการ	- ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า		
	- ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ	- นโยบายธุรกิจและผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ		- ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า	- ไปได้เดินป่า เส้นทางธรรมชาติ - คุณลักษณะนักท่องเที่ยว	
Brockleman (1990)		- การคำนึงถึงกระแทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	- การจัดทำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ	- การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว		
		- นโยบายธุรกิจและผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ	- การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อม			
Ralf (2006)			เชิงเศรษฐกิจ			

ตาราง 8 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า					
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านการบริการ	ด้านมาตรฐานความปลอดภัย
Pranil (2018)	- เส้นทางและมาตรฐานความปลอดภัย - สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและระดับเส้นทาง	การจัดการข้อมูลและการสื่อสารเส้นทาง		ร่วมของชุมชน		
Centre for the Promotion of Imports from developing countries (2018)	- รายละเอียดเส้นทาง - ระดับของเส้นทาง - เส้นทางเดินป่า	- การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - การอนุรักษ์สัตว์ป่า - การอนุรักษ์สัตว์ป่า - การอนุรักษ์สัตว์ป่า			คุณภาพของผู้ประกอบการที่ฝึกและสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่	- ความมั่นคงทางการเมือง (Political Stability) - สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety measures)

ตาราง 8 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล					
ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า					
ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านบุคลากรและการบริการ	ด้านมาตรฐานความปลอดภัย
- เส้นทางเดินป่า - สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	- วิธีการจัดนำเที่ยวเดินป่า - การขยายตัวของการท่องเที่ยว	- ร่วมของชุมชน		- ผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์	- มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์ (Experienced and knowledgeable guides)

ปฐพีและวลาลินี (2535)

ตาราง 8 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล		ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			
ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ		ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านบุคลากรและการบริการ
		กระบวนการ	ร่วมของชุมชน		
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ (2541)			- กิจกรรมที่ใช้กำลังน้อย (Passive Activities) - กิจกรรมที่ใช้กำลังมาก (Active Activities)		
	สำนักงานทะเบียนแห่งชาติ (2550)	- ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ (Nature Theme) - ความโดดเด่นของสังคมพืช - โอกาสในการพบสัตว์ป่า - รายละเอียดเส้นทาง	- กิจกรรมที่ใช้กำลังน้อย (Passive Activities) - กิจกรรมที่ใช้กำลังมาก (Active Activities) - ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ		- คุณลักษณะนักท่องเที่ยว (Traveler profile)

ตาราง 8 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล		ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า			
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านบุคลากรและความปลอดภัย
สิริรัตน์ สุขสุเสียง และคณะ (2554)	- คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์ - ลักษณะทั่วไปของเส้นทาง - จุดเด่นของทรัพยากรและนันทนาการ	- ความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่ได้รับ	- สิ่งอำนวยความสะดวกในเส้นทาง		- ความปลอดภัยในการใช้เส้นทาง
		- มาตรฐานการขนส่งไปยังพื้นที่เดินป่า - มาตรฐานการขนส่งไปในพื้นที่	- ประเภทของความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า - การนำเสนอมูลที่เกี่ยวข้องของกับการเดินป่า	- การมีส่วนร่วมร่วมกับองค์กรเจ้าของพื้นที่ในการวางแผนเดินป่า - การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประกอบกิจกรรม	- การตรวจติดตามคุณภาพภายใน - มาตรฐานและอาหาร - ความพร้อมทางด้านบุคลากร - มีมาตรฐานองค์กรที่ให้บริการ
กรมการท่องเที่ยว (2555)					

แหล่งข้อมูล		ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า							
ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและ กระบวนการ	ร่วมของชุมชน	ด้านการมีส่วน การบริการ	ด้านมาตรฐาน ความปลอดภัย				
เอกชัย พรหมแสง และคณะ (2557)	- ความมี เอกลักษณ์โดดเด่น ของฐานทรัพยากร เส้นทาง - ความโดดเด่น ของสังคมพืช - โอกาสในการ พบสัตว์ป่า	- การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ และความปลอดภัย - การกำจัดสิ่ง ปฏิกูลและการ สุขาภิบาล	- การสร้าง จิตสำนึกด้านการ อนุรักษ์และ รับผิดชอบต่อ - ความยากง่าย ของเส้นทางในการ ประกอบกิจกรรม - นโยบายต่อไป การสื่อความหมาย ธรรมชาติ		- การสร้าง หลักประกันความ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว - มาตรฐานและ อุปกรณ์เครื่องมือ เดินป่า				

แหล่งข้อมูล	ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดิมน้ำ				
ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและ	ด้านการมีส่วนร่วม	ด้านบุคลากรและการบริการ	ด้านมาตรฐาน
- อากาศที่เหมาะสม - คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์	- ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรม	- ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่	- การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม	- การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยเจ้าหน้าที่	- สิ่งอำนวยความสะดวก
- ความหลากหลายของประเภทของแหล่งท่องเที่ยว - ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	- การจัดการเส้นทางสำหรับผู้เดินป่าระยะไกลที่มีจุดพักแรม	- สิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจกรรม	- การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยว	- การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยใช้สื่อ	- ผลกระทบจากกิจกรรม

จากปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ผู้วิจัยได้นำข้อมูล มาศึกษาและวิเคราะห์ทำการสกัดและสังเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจคุณภาพและสรุปผล องค์ประกอบสำคัญต่อไป

6.4 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

ในการศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเดินป่า ภายใต้กรอบแนวคิดของ มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเดินป่านั้น มิใช่แค่การประเมินศักยภาพของการจัดการ การท่องเที่ยว หากแต่เป็นการจัดการความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าที่เอื้อต่อการ พัฒนาการปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามี เพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2550) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการ กำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทาง ประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาส สภาพภูมิทัศน์ ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการ เดินทาง ระยะ เวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถาน บริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทาง กายภาพ สภาพอากาศระบบนิเวศและ สภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัด ทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ความ เป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและ จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้จากรูจน์ กลิ่นดีปัส

วิภา ศรีระทุ (2551) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านการ ท่องเที่ยวที่ครอบคลุม องค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ คือการดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มี ลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุ สถานที่ที่มีความเกี่ยวเนื่อง กับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัย อื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยใน การท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีด ความสามารถในการรองรับ

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการคือการพิจารณาถึงความหลากหลายของ กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการมีส่วนร่วม คือการพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการ ควบคุมดูแล แหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่ จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

การจัดการท่องเที่ยว มีความหมายใกล้เคียงกับการจัดการ กล่าวคือการ จัดการท่องเที่ยวหมายถึง แนวทางวิธีการดูแลปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้ไม่ถูก ทำลายโดยนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการจัดที่ดี มีการวางแผน กำหนดนโยบายที่ชัดเจน การจัดการท่องเที่ยว ควรมีหลักการดังนี้ (สถาบันดำรงราชานุภาพ, 2543)

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพ ในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิง นิเวศในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น

2. องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น สมาคมตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรประชาชนอื่น ๆ

3. ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมี หน้าที่จะต้องทำงานกันอย่างเสมอภาคกัน

4. ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่าง ๆ ที่ จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

เช่นเดียวกับ ตรียุทธ์ เพชรมนต์และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องศักยภาพของ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ศักยภาพ ของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรประกอบด้วย 1) ศักยภาพในการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิด ความยั่งยืน 3) การ จัดการด้านการให้ความรู้ แหล่งท่องเที่ยวและการปฏิบัติตามกติกาชุมชน 4) การสร้าง

จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการรักษาวิถีชุมชน 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 6) การจัดการด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

เช่นเดียวกับ สิริรัตน์ สุขสุเสียง และคณะ (2554) จัดทำการศึกษาประเมินศักยภาพเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติระยะไกลในอุทยานแห่งชาติ พบว่า การประเมินศักยภาพเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติระยะไกลโดยการใช้ปัจจัยชี้วัดที่ได้จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 19 ปัจจัย เมื่อนำปัจจัยชี้วัดทั้ง 19 ปัจจัยมาจัดกลุ่มสามารถจัดได้ 5 กลุ่มตามประเภทของปัจจัยชี้วัด ดังนี้ 1) ลักษณะทั่วไปของเส้นทาง 2) ความปลอดภัยในการใช้เส้นทาง 3) จุดเด่นของทรัพยากรนันทนาการ 4) ความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่ได้รับ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกในเส้นทาง

เอกชัย พรหมแสง และคณะ (2557) ได้ศึกษาการประเมินศักยภาพทรัพยากรนันทนาการทางธรรมชาติและเพื่อออกแบบโปรแกรมการสื่อความหมายกล้วยไม้ป่าในบริเวณเส้นทางเดินป่าระยะไกลโหล่นแต่ โดยดัดแปลงตัวชี้วัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติของ Bacon, et al. (2002), Marion and Leung (2004)

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2541) และ Herman, et al. (2010) ประกอบด้วย

1. ความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง
2. ความโดดเด่นของสังคมพืช
3. ความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม
4. นัยสำคัญต่อการสื่อความหมายธรรมชาติ
5. ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ
6. ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่จะรองรับ
7. ความปลอดภัย
8. ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม
9. โอกาสในการพบสัตว์ป่า
10. อากาศที่เหมาะสม
11. คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์

อีกทั้ง แทนทศน์ เพียกขุนทด (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การบูรณาการศักยภาพด้านนิเวศวิทยาและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลในเขตอุทยานแห่งชาติของจังหวัดกาญจนบุรี กล่าวว่า การกำหนดเกณฑ์กิจกรรมมาตรฐานเดินป่าระยะไกลต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านธรรมชาติ มี 3 ปัจจัย ได้แก่
 - 1.1 ความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2 ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่
2. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก มี 3 ปัจจัย ได้แก่
 - 2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันรักษา สภาพแวดล้อมหรือป้องกัน

ผลกระทบจากกิจกรรม

- 2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้และศึกษาธรรมชาติ
 - 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจกรรม
3. องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและจัดการองค์การที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเดินป่า มี 3 ปัจจัย ได้แก่
 - 3.1 การจัดการผู้ประกอบการกิจการเดินป่า
 - 3.2 การจัดการเส้นทางสำหรับกิจกรรมการเดินป่าระยะไกลที่มีจุดพัก

แรม

- 3.3 การจัดการนักท่องเที่ยวในพื้นที่บริการ
4. องค์ประกอบด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มี 2 ปัจจัย ได้แก่
 - 4.1 การให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเจ้าหน้าที่
 - 4.2 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยใช้สื่อ
5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มี 2 ปัจจัย ได้แก่
 - 5.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมเดินป่า
 - 5.2 ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษารวบรวมข้อมูลทั้งแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ บทความวิจัยต่าง ๆ ดังนั้นผู้ศึกษา มีความจำเป็นและจำแนกกลุ่มปัจจัยที่มีคำอธิบายกำหนดตัวชี้วัดเพื่อศึกษาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการและ 6) ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย เป็นตัวชี้วัดศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 9 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

ศักยภาพการจัดการ ท่องเที่ยวเดินป่า	ตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพของ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า
1. ด้านพื้นที่	- ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน - คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง - ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า - ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม
2. ด้านการจัดการ	- การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว - นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ - การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า - สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	- การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ - การจัดงานเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ - ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ - ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	- การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว - ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า - การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น
5. ด้านบุคลากรและการบริการ	- มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ - การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า - คุณลักษณะนักท่องเที่ยว

ตาราง 9 (ต่อ)

ศักยภาพการจัดการ	ตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพของ
ท่องเที่ยวเดินป่า	การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	- สุขภาพและความปลอดภัย - กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า - ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว - บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินป่า

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะหากพิจารณาในแง่ของหลักเศรษฐศาสตร์แล้วการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนับว่า เป็นอุปสงค์ (Demand) ที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนคนในชุมชนท้องถิ่น และหากไม่มีนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกคน เพื่อที่บุคคลและหน่วยงานเหล่านี้จะได้วางแผนการดำเนินงานของตนได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นหัวข้อการศึกษาที่กว้างและครอบคลุมถึงหลายประเด็นด้วยกันจากการศึกษาและวิเคราะห์ถึงแนวคิดต่าง ๆ ทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ถูกคิดค้นและนำเสนอ โดยนักวิชาการท่านต่าง ๆ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist behavior) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-trip behaviors) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Behaviors during the trip) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post-trip behaviors) ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ (Factors influencing tourist behavior)

1.1 แนวคิดสำหรับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Schmöll (1977) ได้เสนอแนวคิดที่เน้นถึงความสำคัญและอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อ กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเขาได้จำแนกปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

1. สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว (Travel stimuli) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ คำแนะนำหรือบันทึกการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ และคำแนะนำของธุรกิจทางการท่องเที่ยว เป็นต้น
2. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมของนักท่องเที่ยว (Personal and social determinants of travel behavior) ซึ่งประกอบด้วยสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio economic status) บุคลิกภาพ (Personality features) อิทธิพลและความต้องการทางสังคม (Social influences & aspirations) และทัศนคติและค่านิยม (Attitudes and values) เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิตต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กล่าวคือทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็น (Desires/needs) และทำให้เกิดแรงจูงใจ (Motivations) ตลอดจนความคาดหวัง (Expectation) ในการเดินทางท่องเที่ยว
3. ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ (External variables) ประกอบด้วยความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Confidence in travel trade intermediaries) ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Image of destination) ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในอดีต (Previous travel experience) การประเมินถึงความเสี่ยงในการเดินทางท่องเที่ยว (Assessment of objective/subjective risks) และอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวเช่น ข้อจำกัดด้านเวลา และด้านการเงิน เป็นต้น
4. ลักษณะเด่นของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวและการให้บริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ณ จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวนั้น ๆ (Characteristics of destination and service-related factors) ประกอบด้วย การเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายไปและประโยชน์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว (Cost/value relations) สิ่งดึงดูดใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Attractions/amenities offered) ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Range of travel opportunities) ปริมาณและคุณภาพของข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Quality/quantity of travel information) และประเภทของการให้บริการทางการท่องเที่ยว (Type of travel arrangements offered) เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับทั้งปัจจัยผลัก (Push factors) และปัจจัยดึง (Pull factors) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม ทำหน้าที่เป็นปัจจัยหลักที่ผลักดัน (Push) ให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในขณะที่ลักษณะเด่นและการให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นปัจจัยที่ดึงดูด (Pull) ให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ นอกจากนี้แนวคิดนี้ยังให้ความสำคัญกับการรับรู้และตระหนักถึงอุปสรรคและข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้จัดรวมอยู่ในส่วนของปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

Mathieson and Wall (1982) นับว่าเป็นนักวิชาการรุ่นแรก ๆ ที่ได้เสนอแนวคิดเพื่ออธิบายถึง พฤติกรรม การซื้อหรือการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกว่าประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนด้วยกัน ซึ่งเกิดขึ้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้หรือตระหนักถึงความจำเป็นและความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว (Felt need/travel desire)
2. การรวบรวมข้อมูลและการประเมินภาพลักษณ์ของสินค้าทางการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว (Information & evaluation image)
3. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ (Travel decision choice between alternatives)
4. การเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวและการได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (Travel preparation & travel experiences)
5. การประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว (Travel satisfaction & evaluation)

Middleton and Clarke (2001) ได้เสนอแนวคิดสิ่งเร้าและการตอบสนองทางพฤติกรรมของผู้ซื้อ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการด้วยกัน ที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน องค์ประกอบทั้ง 4 ประการนี้ได้แก่

1. สิ่งเร้าที่กระตุ้นผู้ซื้อ (Stimulus input) หมายถึง สินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนมากมายและหลากหลายที่ได้ถูกนำเสนอและส่งเสริมการตลาดโดยธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น โปรแกรมนำเที่ยวต่าง ๆ ของธุรกิจนำเที่ยวหรือห้องพักประเภทต่างๆของธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเร้าเหล่านี้จะทำหน้าที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่จะซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว

2. ช่องทางการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยวไปยังผู้ซื้อ (Communication channels) ซึ่งหมายถึงช่องทางที่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งช่องทางดังกล่าว ประกอบด้วย

2.1 ส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotional mix) ของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) โบรชัวร์ (Brochure) การขายโดยบุคคล (Personal selling) และการประชาสัมพันธ์ (Public relations)

2.2 กลุ่มบุคคลอ้างอิงต่าง ๆ (Reference group) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อน และบุคคลอ้างอิงอื่น ๆ ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยวมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3. ลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer characteristics and decision process) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อย 2 ประการ ได้แก่

3.1 ตัวกรองการสื่อสาร (Communication filters) ทำหน้าที่กรองข้อมูลต่าง ๆ ที่ นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งตัวกรองเหล่านี้ประกอบด้วย การเรียนรู้ (Learning) การรับรู้ (Perception) และประสบการณ์ (Experience) ของนักท่องเที่ยว

3.2 แรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งก็คือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการกระตุ้นและมีพลังมากพอที่จะขับให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคม (Demographic economic and social position) และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic characteristics) ตลอดจนทัศนคติ (Attitudes) ของนักท่องเที่ยว

4. ผลของการซื้อหรือการตอบสนองที่เกิดขึ้น (Purchase output or response) ซึ่งในที่นี้ก็คือ ผลที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยว หรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยวนั่นเอง หากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกับประสบการณ์ที่เขาได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว หรือจากการใช้บริการทางการท่องเที่ยวแล้วก็มีแนวโน้มที่เขาจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกในอนาคต

แนวคิดกระบวนการตัดสินใจเดินทางของ Schmöll (1977) แนวคิดนี้เน้นว่ามีความสมบูรณ์ที่สุดแนวคิดหนึ่ง สำหรับ ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางในระหว่างการเดินทางและภายหลังจากการเดินทาง และยังได้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อ

พฤติกรรมในแต่ละช่วงดังกล่าวด้วย ซึ่งองค์ประกอบของแนวคิดนี้มีความสอดคล้องกับความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ได้นิยามไว้ในข้างต้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะเป็นผู้บริโภคประเภทหนึ่ง แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไป หากพิจารณาจากแนวคิดของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งนำเสนอโดย Clawson and Knetsch (1966) จะพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะใช้เวลาในการวางแผนและจินตนาการเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้าเป็นเวลานาน มากกว่าเวลาที่ผู้บริโภคโดยทั่วไปใช้ นอกจากนี้ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวกำลังจะเดินทางไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับจะเป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในแง่ของความรู้สึก และยังมีความสำคัญทางเศรษฐกิจด้วยเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้เงินจำนวนมาก ในขณะที่ช่วงเวลาทั้งสองดังกล่าวไม่ได้มีความสำคัญใด ๆ หรือมีความสำคัญที่น้อยมากต่อทั้งตัวผู้บริโภคเองและในด้านเศรษฐกิจ

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินทาง

Wood (2002) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมและลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นนักท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบมวลชน ชื่นชอบการเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก นิยมเรียนรู้เรื่องธรรมชาติกับมรดกเทคโนโลยี และชื่นชอบการอนุรักษ์ธรรมชาติในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมทั้งมีการศึกษาวิจัยจาก Australian research (Blamey, 1998) ที่ศึกษาถึงตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปได้แก่ เยอรมัน สวิสเซอร์แลนด์ และ สแกนดิเนเวีย ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในประเทศออสเตรเลีย โดยใช้หลักประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1. อายุ (Age)
2. เพศ (Gender)
3. การศึกษา (Education)
4. สถานะทางเศรษฐกิจของตน (Household Composition)
5. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (Party Composition)
6. ขนาดของกลุ่มเดินทาง (Trip Duration)
7. ค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทาง (Expenditure)
8. ความต้องการในการเดินทาง (Important Element of Trip)

9. แรงจูงใจในการเดินทางครั้งต่อไป (Motivation for Taking Next Trip)

Ardahan (2013) ศึกษาเรื่อง The Factors Affecting's Individual Participation in Cycling, Mountaineering and Trekking Activities: An Application of Probit Analysis for Turkey Case โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ อายุ, รายได้, สถานภาพ, ที่อยู่, ระดับการศึกษา, บุคลิกภาพ, ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล, ความฉลาดทางอารมณ์, คุณค่าของธรรมชาติ,ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต และทำการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเดินป่า มีปัจจัยหลัก ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่า (Decision Making Process), ลักษณะความต้องการ (Demand Structure), อุดมคติ (Hobbies), ประเภทกิจกรรมสันทนาการ (Preferred leisure activity type) (อ้างอิงใน Ardahan and Mert, 2012; Ibrahim and Cordes, 2002; Kalkan, 2012; Turgut, 2012) รวมทั้งการศึกษามหาวิทยาลัยการ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีความแรงจูงใจ (Motivation Theory), ทฤษฎีความต้องการ (the Needs Theory) (อ้างอิงใน Driver and Brown, 1986; Manfredo, et al., 1996) ซึ่งมีนัยยะสำคัญที่พบ คือ ความฉลาดทางอารมณ์, คุณค่าของธรรมชาติ,ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า

เช่นเดียวกับ ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาล (2539) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในการจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีการจำแนกเป็น 4 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกะทิ (hard-core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่โดยเฉพาะเพื่อจะได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (mainstream nature tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลก ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น เยือนลุ่มน้ำแอมะซอน (Amazon) อุทยานกอริลลาในรวันดา (Rwanda Gorilla-Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (Casual nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เลือกไป

ดรชนี เอมพันธุ์ (2549) ได้กล่าวถึงลักษณะของ “นักท่องเที่ยวเดินป่า” ว่า จากคุณลักษณะของกิจกรรมเดินป่าที่ต้องมีการใช้ทักษะและพลังกำลังในรูปแบบของการผจญภัย โดยปกติกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ประกอบกิจกรรมแนวผจญภัยจะมีลักษณะชื่นชอบความตื่นเต้นท้าทาย ต้องการเอาชนะธรรมชาติและได้รับการยอมรับจากสังคม ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรง ชื่นชอบการออกกำลังกาย อายุน้อย มีการศึกษาค่อนข้างดีและรายได้สูง

กาญจนาวดี และแสงสรรค์ (2563) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมมาพักผ่อนกับครอบครัวแบบมาท่องเที่ยวเช้าเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เลือกประกอบมากที่สุดโดยไม่ใช้กำลังมาก คือ ชมวิวทิวทัศน์ นั่งพักผ่อนและถ่ายภาพ ตามลำดับ โดยมีสภาพแวดล้อมที่บริสุทธิ์ และความเป็นธรรมชาติ เป็นแรงจูงใจสำคัญ และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า ต้องการให้พัฒนาหรือปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ในการประกอบกิจกรรมและป้ายสื่อความหมาย โดยเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยเป็นสำคัญ ได้แก่ ห้องน้ำ ไฟฟ้าส่องสว่าง รวบรวมบริเวณทางเดิน ทางลาดขึ้นลง ปุ่มกดฉุกเฉิน และอุปกรณ์ปฐมพยาบาล

2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาที่ประยุกต์หลักทางจิตวิทยาในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งในที่นี้คือการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วไป กล่าวคือการเดินทางท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะมีการวางแผนล่วงหน้าและนักท่องเที่ยวมักตั้งตารางและนับวันถอยหลังถึงการเดินทางท่องเที่ยว การเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ทำให้วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการกลับมาเที่ยว ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีด้านแรงจูงใจ และการศึกษาด้านแรงจูงใจ จึงนับเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาความพึงพอใจ การตัดสินใจและการตลาด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

Maslow's Hierarchy of Needs ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่อ้างอิงถึงมาเป็นเวลานานอย่างทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow สามารถนำมาอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของมนุษย์ได้อย่างมีความหมาย Maslow (1954) เสนอแนวคิดในการอธิบายความต้องการของมนุษย์ มาเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจาก ความต้องการด้านกายภาพ ลำดับที่สองคือความปลอดภัยจากนั้นเป็นความต้องการการยอมรับ ขั้นที่สี่คือความมีชื่อเสียง และขั้นสุดท้าย คือ การรู้จักตนเองว่าต้องการสิ่งใด Maslow เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการเป็น

ลำดับชั้นดังกล่าว หากความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจมนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงขึ้น และสิ่งที่จะมาจูงใจมนุษย์ได้นั้น คือสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจ



ภาพ 7 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow's Hierarchy of Needs

ที่มา: Maslow, 1954

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)

เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ปัจจัยสี่ความต้องการทางเพศ น้ำดื่ม อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อนนอนหลับ และสิ่งจำเป็นอื่น ๆ ที่ทำให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการพื้นฐานที่คนจะถูกจูงใจให้ทำทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อที่จะได้สิ่งจำเป็นเหล่านี้แต่เมื่อได้มาแล้วความต้องการเหล่านี้ก็ยุติที่จะเป็นตัวจูงใจหลัก (Prime Motivation) อีกต่อไป

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วจนเป็นที่พอใจความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นอีกประกอบด้วยความต้องการความปลอดภัย ประการหนึ่งที่จะได้รับความคุ้มครองจากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีต่อร่างกายเช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึงความต้องการความมั่นคงในการทำงานและมีบำนาญบำนาญความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัยนี้เมื่อได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจของบุคคลแล้ว

บุคคลก็จะเกิดความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้นไปอีกลำดับขั้นโดยการท่องเที่ยว ในขณะที่สองขั้นแรกถูกจัดอยู่ในลำดับขั้นต่ำของความต้องการของมนุษย์ ลำดับขั้นที่เหลือทั้งสามถูกจัดเป็นความต้องการขั้นสูง

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs)

เป็นความต้องการที่จะให้สังคมหรือองค์การยอมรับ และเห็นความสำคัญของเขาว่าเป็นสมาชิกขององค์การความต้องการที่จะให้ผู้อื่นชอบตนเป็นผู้มีความสำคัญต่อบุคคลอื่น ในขั้นนี้มนุษย์ต้องการเพื่อนต้องการคบค้าสมาคมต้องการมีครอบครัว มีความรัก และความเห็นใจจากเพื่อนร่วมงาน

4. ความต้องการชื่อเสียง (Esteem Needs)

หมายความว่ารวมถึงความต้องการให้เกิดความเคารพตนเอง (Self-Respect) ความรู้สึกว่าเป็นผู้ประสพ ผลสำเร็จและได้รับการยอมรับเช่นนั้นจากบุคคลอื่นต้องการสถานภาพ (Status) และความมีชื่อเสียง เกียรติยศ (Prestige) เป็นส่วนสำคัญของความต้องการยกย่องเคารพ การที่ความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองนำซึ่งความรู้สึกเชื่อมั่นในตัวเองในความสามารถและรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้มีประโยชน์ และมีความสำคัญในสังคม

5. ความต้องการรู้จักตนเอง (Self-actualization Needs)

เป็นความต้องการระดับสูงสุด หมายถึง การรู้จักตนเอง และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของตนเองการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้ตอบสนองความต้องการ ซึ่งอาจจะมากกว่าหนึ่งอย่าง ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน อาจตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันก็ได้

พัชรินทร์ งามเลิศ (2548) กล่าวว่า นอกจากความต้องการ 5 ขั้น ที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากอีก 2 ขั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ (The Need to Know and Understand) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม (The Need for Aesthetic Satisfaction) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรม แสวงหา สร้างสรรค์ และดำรงรักษาสีที่สวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามรสนิยมของตน สำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัย ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูดและบรรเทาให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

Beach and Ragheb (1983) ได้นำเสนอเรื่อง Leisure Motivation Scale (อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551, หน้า 44) ซึ่งแบ่งแรงจูงใจดังกล่าวออกเป็น 4 ประเภท โดยอิงหลักความต้องการของ Maslow ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด จินตนาการ

2. ปัจจัยด้านความต้องการทางด้านสังคม พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจประเภทนี้จะท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ประกอบไปด้วยเหตุผล 2 อย่าง คือ 1) ความต้องการเพื่อนต้องการเป็นที่ยอมรับ 2) ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งเหตุผลอย่างหลังนี้เป็นความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่น

3. ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ มักเป็นผู้ท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือทำกิจกรรมที่ให้ตนเองรู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งสำเร็จจุล่งด้วยความสามารถของตน

4. ปัจจัยด้านความต้องการปลื้มใจ คือความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสังคมหรือสิ่งที่น่าเบื่อในชีวิตประจำวัน ต้องการพักผ่อนปลดปล่อยตนเองออกมาจากชีวิตสังคม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราดของ อูมาพร และคณะ (2561) พบว่า พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน มาเพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติและทะเลที่สะอาดและสวยงามมากที่สุด อีกทั้งเกาะหมากมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ได้แก่ ถนน สนามบิน สถานที่พักแรม ร้านอาหาร การมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับคนในท้องถิ่นเช่นการปลูกผักปลอดสารพิษ รวมถึงความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหาความสัมพันธ์ของปัจจัยโดยการหาคำสำคัญที่เชื่อมโยงได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 10 วิเคราะห์ความสัมพันธ์พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า

แหล่งอ้างอิง	พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า
ปฐพีและวิลาสินี (2535)	-ทรัพยากรการท่องเที่ยว -การจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ -การตลาด -การบริการ
Wood (2002)	-เป็นนักท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบมวลชน -ชื่นชอบการเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก -นิยมเรียนรู้เรื่องธรรมชาติกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น -ชื่นชอบการอนุรักษ์ธรรมชาติในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548)	-มีความแตกต่างจากพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วไป -การเดินทางท่องเที่ยวมีการวางแผนล่วงหน้า
Maslow (1954)	-ความต้องการทางกายภาพ -ความต้องการความปลอดภัย -ความต้องการทางสังคม -ความต้องการชื่อเสียง -ความต้องการรู้จักตนเอง
Australian research (Blamey, 1998)	-อายุ (Age) -เพศ (Gender) -การศึกษา (Education) -สถานะทางเศรษฐกิจของตน (Household Composition) -ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (Party Composition) -ขนาดของกลุ่มเดินทาง (Trip Duration) -ค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทาง (Expenditure) -ความต้องการในการเดินทาง (Important Element of Trip) -แรงจูงใจในการเดินทางครั้งต่อไป (Motivation for Taking Next Trip)

ตาราง 10 (ต่อ)

แหล่งอ้างอิง	พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า
Ardahan (2013)	-ประชากรศาสตร์ (อายุ, รายได้, สถานภาพ, ที่อยู่, ระดับการศึกษา) -บุคลิกภาพ -ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล -ความฉลาดทางอารมณ์ -คุณค่าของธรรมชาติ -ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม -ความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต
กาญจนาวดี และแสงสรรค์ (2563)	-สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน -สิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย -อุปกรณ์ในการประกอบกิจกรรมและป้ายสื่อความหมาย

ดังนั้นในการศึกษางานวิจัย บทความวิชาการและเอกสารต่าง ๆ ผู้วิจัยสรุปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า จึงประกอบด้วย ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ในส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย ปัจจัยทางกายภาพของการท่องเที่ยว/วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/รูปแบบของการเดินทาง/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ประเภทค่าใช้จ่าย/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้ง/ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่า/ช่วงเวลาที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า/แหล่งข้อมูล/รูปแบบของการท่องเที่ยวเดินป่า/ข้อมูลการท่องเที่ยวเดินป่า/สาเหตุในการตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่า/ลักษณะเส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และส่วนที่ 3 แรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 องค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมและแรงจูงใจ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้บริหารภาครัฐและผู้นำดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมเช่นไร คิดตัดสินใจโดยมีสิ่งใดเป็นองค์ประกอบเพื่อนำมาประกอบกับผลการศึกษาที่จะทราบถึงระดับของแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน จะสามารถนำมาเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมตอบสนองพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ของธุรกิจ และสามารถสร้างความสามารถของธุรกิจที่จะกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการได้ต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและแรงผลักดัน 5 ประการ

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

แนวคิดและทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Porter (1980) เป็นทฤษฎีที่บอกว่าบริษัทใดบริษัทหนึ่งหรือองค์กรใดในอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศหรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมข้อได้เปรียบทางด้านแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัทนั้น แต่ในทางตรงข้ามถ้าข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริมหรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัทนั้น ในอุตสาหกรรมก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นจึงได้พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทย Porter (1980) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดส่วนเฉพาะ

ความสามารถในการแข่งขันเป็นประเด็นที่นักวิชาการทั่วโลกให้ความสำคัญเพราะเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่บ่งบอกถึงความเจริญก้าวหน้าของประเทศ นักวิชาการหลายคนได้นิยามความหมายของความสามารถในการแข่งขันในมิติที่แตกต่างกันดังนี้ Porter (1990) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถของอุตสาหกรรมภายในประเทศที่พยายามสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรมผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์จากการแข่งขันด้วยการปรับตัวให้ทันกับแรงกดดันต่าง ๆ และแสวงหาประโยชน์จากการแข่งขันนั้นได้

Barney (1991, p. 102) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินการทางกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่า (Value-creating Strategy) ให้เหนือกว่าคู่แข่งคือความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยคู่แข่งไม่สามารถดำเนินการทางกลยุทธ์แบบเดียวกันได้ในช่วงเวลาเดียวกันด้วยเหตุนี้การได้เปรียบเชิงการแข่งขันจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบผลลัพธ์ผลประโยชน์หรือคุณค่าอันเนื่องมาจากการใช้กลยุทธ์ที่องค์กรได้กำหนดหรือสร้างขึ้นมา

สุรกิจ จันทรแสงศรี (2550, หน้า 12) ความได้เปรียบทางการแข่งขันหมายถึงความสามารถขององค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าพื้นฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือความเหนือในด้านประสิทธิภาพคุณภาพนวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2550, หน้า 35) ความได้เปรียบทางการแข่งขันหมายถึงการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และของกิจการ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความต้องการและการยอมรับของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

จากการศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการ และนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาการสร้างความสามารถที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง และส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่นในตลาดซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บริการ คุณภาพ ประสิทธิภาพของต้นทุน เป็นต้น โดยการเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำได้ดีเท่าและเพื่อความอยู่รอดและเพื่อเอาชนะการแข่งขัน โดยแบ่งการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ 4 ด้าน ดังนี้

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

หมายถึง การแสวงหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือการบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้เกิดคุณค่า

2. ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Leadership)

หมายถึง การทำให้กิจการมีประสิทธิภาพผลด้านต้นทุนสูงสุด เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านต้นทุน การเป็นผู้นำด้านต้นทุนนี้จะใช้ต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แต่อาจจะไม่ใช่ต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยปกติต้นทุนต่ำจะเกิดขึ้นเมื่อตลาดใหญ่มากและสินค้าที่ผลิตจะต้องเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกันการที่ต้นทุนของสินค้าเพียงอย่างเดียวหรือสองอย่างต่ำ

เท่านั้นไม่เพียงพอแต่จะต้องเป็นต้นทุนส่วนรวมขององค์การและของทุกผลิตภัณฑ์ผลดีของต้นทุนต่ำก็คือบริษัทมีกำไรสูงกว่ากำไรปกติและขณะเดียวกันป้องกันคู่แข่งไม่ให้ลดราคาลง ป้องกันลูกค้าและผู้ขายวัตถุดิบกดดันในด้านราคาเพราะต้นทุนต่ำ

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response)

หมายถึง การมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหาร การตอบสนองอย่างรวดเร็วแสดงให้เห็นการมีความยืดหยุ่นของกิจการ

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus)

หมายถึง การมีขอบเขตซึ่งบริษัทเน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัดที่แคบ (Narrowly defined) หรือเป็นส่วนตลาดขนาดเล็ก (Niche segment) ซึ่งการมุ่งส่วนตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน แต่การมุ่งที่ตลาดเฉพาะส่วนจะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินการของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษาแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง (Barney, 1991) ทั้งการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงควรนำมาเป็นกรอบในการศึกษาหาข้อสรุปว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน 2

2. การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

ถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการพัฒนาธุรกิจที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ และนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมและสภาพแวดล้อมของธุรกิจ สภาพการแข่งขัน และจำนวนคู่แข่งในการตลาด

วิลเลียม อี. โรทซ์ไชด์ (William E. Rothschild) นักวางแผนกลยุทธ์ ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า บริษัทที่จะประสบผลสำเร็จนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ (Higgins and Vincze, 1993, p. 153)

1. ขณะนี้ใครเป็นคู่แข่งของเรา และต่อไปในอนาคตคู่แข่งของเราจะเป็นอย่างไร
2. กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย หลักสำคัญของคู่แข่งคืออะไร

3. ตลาดโดยเฉพาะนั้น มีความสำคัญอย่างไรต่อคู่แข่งและมีอะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นหลักประกันว่า คู่แข่งจะยังคงลงทุนในตลาดนั้นต่อไป

4. คู่แข่งมีจุดแข็งที่เป็นจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์อะไรบ้าง

5. อะไรคือจุดอ่อนของคู่แข่ง

6. กลยุทธ์ในอนาคตของคู่แข่งชั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

7. กลยุทธ์ที่คู่แข่งจะนำไปใช้ทางการตลาด

การทำการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis) มีรายละเอียดและจำเป็นที่จะต้องใช้เวลา จึงสรุปได้ดังนี้

1. วิธีการกำหนดคู่แข่งชั้น (How to identify competitors)

การกำหนดคู่แข่งชั้นคือ เสาหลักไมล์ (Milestone) ในการพัฒนากลยุทธ์ของบริษัท การกำหนดคู่แข่งชั้น เป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งเป็นภาระหนักสำหรับผู้บริหาร เพราะมีความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงมาก รวมทั้งอาจมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นจึงพิจารณาจากตัวแปรสำคัญ ดังนี้คือ (Pearce and Robinson, 2011, pp. 96–97)

1.1 พิจารณาจากการนิยามคำนิยามการกำหนดขอบข่ายตลาด (scope of the market) ว่าเหมือนหรือคล้ายกับตนเองหรือไม่ หากมีความคล้ายคลึงมากขึ้น ยิ่งควรพิจารณาได้ว่าเป็นคู่แข่งของเรามากยิ่งขึ้น

1.2 พิจารณาจากประโยชน์ (Benefit) ที่ลูกค้าได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการที่คู่แข่งชั้นอื่น ๆ เสนอให้กับลูกค้า หากประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอให้กับลูกค้าคล้ายกันมากเท่าใด โอกาสที่จะทดแทนกันได้ระหว่างผลิตภัณฑ์ก็จะมีมากยิ่งขึ้นเท่านั้น หากระดับความสามารถในการทดแทนกันได้ (substitutability) มีสูง ก็จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงเพื่อแย่งชิงลูกค้ากันได้

1.3 พิจารณาจากความคิดริเริ่มของคู่แข่งชั้นที่มีต่ออุตสาหกรรมนั้น เพราะความคิดริเริ่มของบริษัทแสดงถึงความตั้งใจและเป้าหมายระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวอาจแสดงถึงแผนงานการขยายกิจการของคู่แข่งชั้นในขั้นต่อไปในอนาคตได้

2. การรวบรวมข้อมูลของคู่แข่งชั้น (gather intelligence about competitors)

ข้อมูลคู่แข่งชั้น (Competitor intelligence) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนกลยุทธ์ เพราะจะทำให้เราทราบว่าคู่แข่งชั้นทำอะไรอยู่ และมีแผนการจะทำอะไรในอนาคต การรวบรวมข้อมูลสามารถทำได้หลายวิธี เช่นการ จัดตั้งหน่วยงานวิเคราะห์ข้อมูลในองค์กรเพื่อทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลจากฝ่ายต่าง ๆ และวิเคราะห์กับสภาพแวดล้อมภายนอก

ทั้งหมดเพื่อจัดทำรายงานวิเคราะห์และทำนายผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมและบริษัทได้

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์กรหรือบริษัท รวมไปถึงการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งถูกเรียกว่า SWOT MATRIX ซึ่งถูกสร้างขึ้นโดย Albert Humphrey จาก Stanford Research Institute ในช่วงปลายปี 1960s และ ต้นปี 1970s ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weakness), โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่ช่วยจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่องค์กรต้องทำเพื่อให้ธุรกิจเติบโตขึ้นได้ และประสบความสำเร็จ และยังเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาภาพรวม และมุมมองของธุรกิจ เพื่อวางกลยุทธ์ และทิศทางขององค์กรในอนาคต และยังสามารถใช้ค้นหาภัยคุกคามในตลาดได้อีกด้วย

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็น การวิเคราะห์ สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง เหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ของ องค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป (พิบูล ที่ปะปาล และธนวัฒน์ ที่ปะปาล, 2559)

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งขององค์กร และ แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทาง สภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มันน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้นจะต้องวิเคราะห์ทั้ง สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment Analysis)

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถ ภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการ ประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

1.1 จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

1.2 จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควร ปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อม ทางสังคม เช่น ระดับการศึกษา และอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชนชนบทชนเมือง ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

2.1 โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาคและองค์กรสามารถนำข้อดีเหล่านั้นมาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

2.2 อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กร จำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมเมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย เมื่อได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจแล้วสามารถนำสิ่งที่วิเคราะห์ได้มา กำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อให้สะดวกแก่การเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับปัจจัยแวดล้อมทั้ง ภายในและภายนอก โดยใช้หลักการที่เรียกว่าทาวส์เมทริกซ์ (TOWS Matrix) โดยน ปัจจัยภายในและภายนอกมาจับคู่กันในการกำหนดกลยุทธ์ (คุณากร เพชรคง, 2554, หน้า 23-24) องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ TOWS ดังกล่าวนี้องค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้

3.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนา ที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive -Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และมองหาโอกาสต่าง ๆ ที่เปิด มาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

3.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้าย ที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

3.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออก คือ กลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะเผชิญ โอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

3.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

The organization	Strengths - S Internal Factor > > > >	Weaknesses - W External Factor > > > >
Opportunities - O External Factor > > > >	SO Strategies Leverage strengths to maximize opportunities ATTACKING STRATEGY	WO Strategies Counter weaknesses through exploiting opportunities BUILD STRENGTHS FOR ATTACKING STRATEGY
Threats - T External Factor > > > >	ST Strategies Leverage strengths to minimize threats DEFENSIVE STRATEGY	WT Strategies Counter weaknesses and threats BUILD STRENGTHS DEFENSIVE STRATEGY

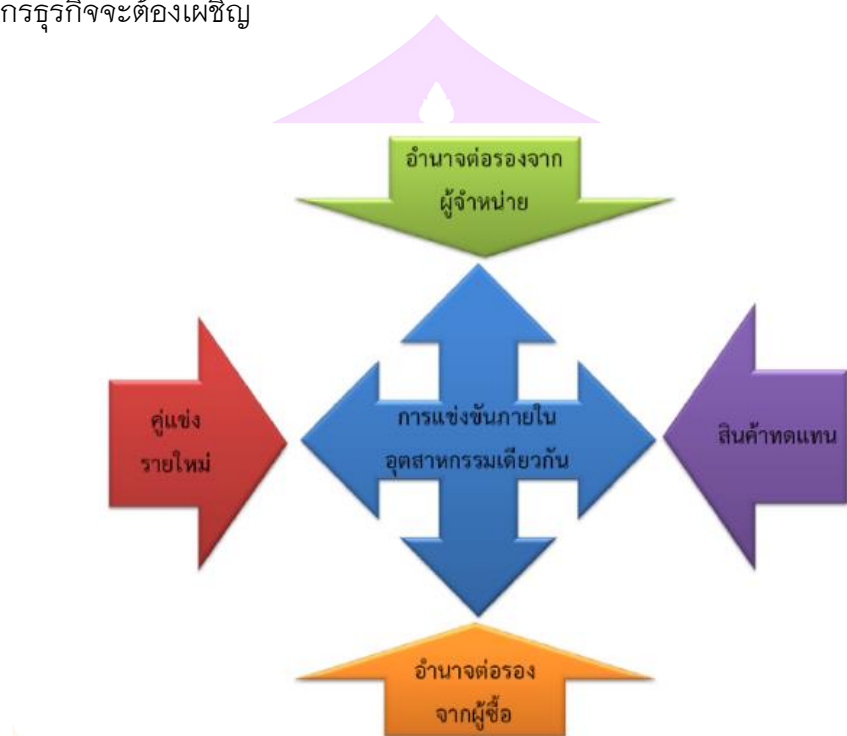
ภาพ 8 แบบจำลองเมทริกซ์ทาวน์ (TOWS Matrix)

ที่มา: วิชิต หล่อจิระชูณหกุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช, 2556

4. การวิเคราะห์เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคตามแนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

Porter (1980) ได้กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ที่บอกถึงสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งความเข้มแข็งของแรงผลักดันทั้งหมดจะเป็นตัวกำหนดศักยภาพในการทำกำไรในอุตสาหกรรม ถ้าแรงผลักดัน 5 ประการอ่อนแรงลงมาเพียงใด โอกาสในการบรรลุผลงานก็จะมากตามไปด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขันเหล่านี้ การวิเคราะห์นี้มีความจำเป็นสำหรับการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร เนื่องจากผู้บริหารไม่สามารถที่จะจัดทำกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จ โดยไม่มีความเข้าใจถึงลักษณะที่สำคัญของการแข่งขันได้เลยในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น Michael E. Porter ได้เสนอแนวคิดว่ามีปัจจัยสำคัญห้าประการที่ส่งผลต่อสภาวะในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรม หรือที่เราเรียกกันว่า Five-Forces Model ซึ่งได้กลายเป็นแนวคิดที่มีประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ อุตสาหกรรมคือกลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเหมือนหรือ

คล้ายกันหรือสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนกันได้ ในลักษณะการทดแทนความต้องการของลูกค้าเช่นเหล็กและพลาสติกที่ใช้ในการประกอบรถยนต์สามารถทดแทนซึ่งกันและกันได้ ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมจะช่วยให้การบ่งชี้ถึงโอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรธุรกิจจะต้องเผชิญ



ภาพ 9 แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

ที่มา: Porter, 1980

Porter (1980) เสนอว่าสภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจให้อุตสาหกรรมนั้น ๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเท่าใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ในขณะเดียวกันถ้าปัจจัยนั้น ๆ มีความอ่อนแอ ย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจให้อุตสาหกรรมนั้น ๆ เนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไรได้มากขึ้น แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอ

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันเป็นการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งเป็นขีดความสามารถในการผลิตจากปัจจัยการผลิตหน่วยหนึ่งว่าจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ได้เท่าใด เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งภาคธุรกิจสามารถใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตให้สูงขึ้น โดยความสามารถในการแข่งขันสามารถเกิดได้จาก 1) ความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรม และ 2) แนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐกิจในระดับจุลภาค และมหภาค ที่สร้างแนวคิดการแข่งขันตั้งแต่ระดับธุรกิจไปถึงปฏิรูปสถาบันและสังคมเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ในการนี้ผู้ศึกษาวิจัยจึงนำปัจจัยแรงผลักดัน 5 ประการที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถทางการแข่งขันการท่องเที่ยวเดินป่า มาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษา เช่นเดียวกับการวิเคราะห์การแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าด้วยแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคที่ธุรกิจเผชิญอยู่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์โดยปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์คือ

1. สภาพการณ์ของการแข่งขัน (Intensity of Rivalry)

ธุรกิจในอุตสาหกรรมใดก็ตามที่มีการแข่งขันสูง จะมีแนวโน้มที่ได้รับอัตราผลกำไรต่ำเพราะจะต้องแบ่งงบประมาณจำนวนมากไปใช้ในการแข่งขัน เราสามารถพิจารณาได้ว่าในอุตสาหกรรมนั้นมีการแข่งขันสูงอยู่ในระดับใด สามารถพิจารณาถึงระดับของแรงผลักดันได้ดังนี้

1.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม

หากธุรกิจสามารถถอนตัวออกจากธุรกิจได้ง่าย ไม่มีอุปสรรค หรือมีอุปสรรคน้อยในการออกจากธุรกิจ เมื่อมีแนวโน้มที่จะไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ก็จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันระดับต่ำจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Porter, 1980) เพราะจะมีธุรกิจถอนตัวและลดจำนวนออกไป ในทางกลับกัน หากธุรกิจสามารถถอนตัวออกจากธุรกิจได้ยาก มีอุปสรรคมากมายหากต้องการออกจากธุรกิจ จำเป็นต้องต่อสู้อยู่ในอุตสาหกรรมต่อไป ก็จะทำให้เกิดความเข้มข้นมากขึ้นในการแข่งขันเพราะจำนวนธุรกิจจะไม่ลดลง อีกทั้งธุรกิจดังกล่าวหากต้องการออกไปจากอุตสาหกรรมแต่ไม่สามารถออกไปได้จากเงื่อนไขต่าง ๆ เมื่อหมดทางเลือกก็มักจะเสนอกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของตนจนไม่สนใจการสร้างแรงกระทบที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมโดยภาพรวมแต่อย่างไร เช่น การใช้สงครามราคา จนทำให้เกิดผลกระทบต่อโครงสร้างราคาในอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น จำนวนและขนาดของคู่แข่ง เงินทุน ส่วนแบ่ง

การตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่งชั้น รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันและอัตรา การเติบโตของตลาด เป็นต้น หากอุตสาหกรรมยังเติบโตสูง การแข่งขันจะไม่รุนแรง

1.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม

ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมหนาแน่น จะเกิดการ ต่อสู้แย่งชิง ส่วนแบ่งทางการตลาดกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในระดับสูง เพราะ จะต้องใช้กลยุทธ์ ใช้งบประมาณเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดอย่างเข้มข้นอยู่ตลอดเวลา ในทางกลับกันหาก ความหนาแน่นของอุตสาหกรรมมีน้อย ธุรกิจเองก็สามารถสร้างกำไรได้ มากขึ้น ไม่ต้องวางแผนการตลาดที่จะต้องลงทุนในงบประมาณไม่มากนักในการรักษาส่วนแบ่ง ทางการตลาดที่ต้องคอยโต้ตอบกันไปมาในอุตสาหกรรมแต่อย่างใด

1.3 ต้นทุนคงที่

หากธุรกิจมีต้นทุนคงที่สูง เมื่อเกิดช่วงที่ธุรกิจสร้างกำไรได้น้อยหรือ ประสบปัญหา ขาดทุน จะมีการใช้กลยุทธ์การตลาดหรือการลดราคาเพื่อนำเสนอขายสินค้าที่ จะเป็นการระบาย สินค้าโดยเร็วหรือลดราคาเพียงแค่นี้ให้คุ้มต้นทุนการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลให้ เกิดแรงผลักดัน การทำธุรกิจจะอยู่ในระดับสูงจากการตอบโต้ของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมโดย ทันทีเพื่อรักษาส่วน แบ่งทางการตลาดเดิมของตนไว้

1.4 การเติบโตของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมใดมีการเติบโตในระดับสูง ยังมีโอกาสในส่วนแบ่งการตลาด อีกมากมาย ก็ส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการทำธุรกิจในระดับ เพราะกำลังอยู่ในช่วงขยายตัว ไม่ต้องแย่งชิง ลูกค้านัก ในทางตรงข้าม หากอุตสาหกรรมใดมีการเติบโตของ อุตสาหกรรมอยู่ในระดับต่ำหรืออยู่ในช่วงเกิดการอิ่มตัว ต้องแย่งกลุ่มผู้ซื้อกันเองเพื่อขยาย ส่วนแบ่งทางการตลาดส่งผล ให้เกิดแรงผลักดันในการทำธุรกิจในระดับสูงตามมา

1.5 ภาพลวงของความต้องการของตลาด

อุตสาหกรรมใดก็ตามหากความต้องการของตลาดเป็นภาพลวง คือ การที่ เหมือน จะมีความต้องการในการซื้อสินค้าจำนวนมาก แต่พอเข้าไปสู่อุตสาหกรรมผู้ซื้อ กลับมีไม่มากอย่างที่เห็น ก็จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในระดับสูง เพราะจะมีธุรกิจเพิ่มจำนวน เข้ามา อันเนื่องมาจากภาพลวงดังกล่าวและต้องมาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดกันรุนแรงมาก ขึ้น

1.6 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

การที่ภายในอุตสาหกรรมมีธุรกิจที่สร้างให้เกิดความแตกต่างของ ผลิตภัณฑ์อันปรากฏชัดเจนแก่สายตาผู้ซื้อเป็นจำนวนมาก ก็จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการ

ทำธุรกิจกันอยู่ในระดับต่ำ เพราะไม่ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่รุนแรงในการแย่งชิงลูกค้า ในทางตรงข้าม หากภายในอุตสาหกรรมมีธุรกิจจำนวนไม่กี่แห่งที่สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏชัดเจนแก่สายตาผู้ซื้อ ก็จะมีผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจในระดับสูง เพราะหากไม่มีความแตกต่างในการสร้างความดึงดูดใจ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นเพื่อนำมาใช้ในการแข่งขันกันมากขึ้น

1.7 ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน

หากเกิดต้นทุนสูงในการเปลี่ยนทดแทนของผลิตภัณฑ์ภายในอุตสาหกรรม จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ เพราะกลุ่มลูกค้าของแต่ละธุรกิจก็ยังไม่เปลี่ยนไปใช้ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรม ในทางตรงข้ามหากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เหมือนกัน และเกิดต้นทุนต่ำในการเปลี่ยนทดแทน จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับสูงตามมา

1.9 เอกสิทธิ์ตราสินค้า

หากธุรกิจภายในอุตสาหกรรมมีการสร้างเอกสิทธิ์ตราสินค้ากันเป็นจำนวนมาก จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ เพราะจะสร้างลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ธุรกิจไม่จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นมากในการแข่งขันกัน

1.10 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง

หากคู่แข่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านใด เช่น ด้านสินค้า บริการ หรือเทคโนโลยี จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับสูง เพราะจากการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ย่อมสร้างให้เกิดแรงกระทบกันภายในอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จนจะต้องดำเนินการปรับปรุง พัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์เพื่อจะใช้ให้ทันต่อสถานการณ์

1.11 การรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นพันธมิตร

หากในอุตสาหกรรมมีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นการรวมตัวกันอย่าง เป็นทางการหรือไม่ ย่อมส่งผลให้เกิดแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากจะมีแนวทางของกรอบการแข่งขันอันจะส่งเสริมอุตสาหกรรมโดยรวมไปในทิศทางเดียวกัน เป็นการสร้าง ความเข้มแข็งและการเติบโตของอุตสาหกรรมร่วมกัน

2. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

หากธุรกิจมีผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองสูง จะส่งผลให้บริษัทอาจมีการเปลี่ยนแปลง ในเรื่องของผลกำไรและปริมาณการขายได้ง่าย การสังเกตว่าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรอง

สูงหรือไม่ ดูได้จากขนาดของกลุ่มลูกค้ามักมีขนาดเล็ก มีจำนวนน้อยแต่เกิดการซื้อจำนวนมาก จะทำให้มีอำนาจการต่อรองกับธุรกิจได้มาก หรือหากผู้ซื้อมีทางเลือกในการเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของคู่แข่งอื่น ได้ง่ายก็จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากกว่า รายละเอียดที่จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองหรือไม่ อำนาจการต่อรองของลูกค้าซึ่งในที่นี้คือ นักท่องเที่ยว ซึ่งหากนักท่องเที่ยวสามารถต่อรองราคา รวมถึงสามารถเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้เนื่องจากบริการของแต่ละรายไม่มีความแตกต่าง อีกทั้งหากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูง จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจต่อรองมาก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจโดยเฉพาะในแง่ของรายได้และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 จำนวนผู้ซื้อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ขาย

หากในอุตสาหกรรมมีจำนวนผู้ขายสินค้ามากกว่าผู้ซื้อสินค้า จะส่งผลให้ผู้ซื้อ มีอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้ามากกว่า ซึ่งผู้ซื้อก็ย่อมตัดสินใจเลือกผู้ขายที่มีสินค้า คุณภาพดี ในราคาคุ้มค่าสูงสุด หรือหากต้องพึ่งพาผู้ซื้อเพียงไม่กี่รายเพราะเป็นรายใหญ่ก็จะทำให้ผู้ซื้อ มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่า

2.2 ปริมาณการซื้อ

หากผู้ซื้อปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรอง ในการซื้อสินค้ามากกว่า เพราะสามารถสร้างการต่อรองจากปริมาณที่เกิดขึ้นได้ ในทางกลับกัน หากผู้ซื้อปริมาณการซื้อสินค้าจำนวนน้อย ธุรกิจก็จะมีอำนาจต่อรองมากกว่า ขึ้นมาในทันที

2.3 ต้นทุนการเปลี่ยนทดแทนของผู้ซื้อเปรียบเทียบกับต้นทุนการเปลี่ยนทดแทนของธุรกิจ

หากผู้ซื้อเกิดต้นทุนสูงจากการเปลี่ยนใจไปใช้สินค้าอื่น และธุรกิจมีต้นทุนต่ำในการเปลี่ยนกลุ่มผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า ในทางกลับกัน หากผู้ซื้อเกิดต้นทุนต่ำในการเปลี่ยนใจไปใช้สินค้าอื่นแทน และธุรกิจมีต้นทุนสูงหากเปลี่ยนกลุ่มผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่าโดยทันที

2.4 ข้อมูลของผู้ซื้อ

หากผู้ซื้อที่มีข้อมูลข่าวสารของสินค้าและผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอย่างละเอียด ชัดเจน ผู้ซื้อจะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบกับต่อรองในการซื้อสินค้าได้ เพราะจะทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยของสินค้า ราคาที่คุ้มค่าสูงสุด อีกทั้งข้อมูลทางการตลาดในการนำมาใช้ต่อรองในการซื้อสินค้าจากธุรกิจ

2.5 ความสามารถในการมองปัญหาในอดีต

หากผู้ซื้อมีความสามารถในการมองปัญหาในอดีตของธุรกิจ สามารถนำปัญหา ที่อาจจะเกิดขึ้นมาใช้ในการซื้อสินค้า กรณีเช่นนี้จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่าธุรกิจขึ้นมาในทันที

2.6 การความสามารถของผู้ซื้อในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน

หากผู้ซื้อมีความสามารถในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทนได้ง่ายและสะดวก ผู้ซื้อ จะมีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่า ในทางกลับกันหากผู้ซื้อไม่สามารถหาผลิตภัณฑ์ทดแทนได้ หรือหาได้ยาก ผู้ซื้อ ก็จะกลับกลายเป็นมีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่าโดยทันที

2.7 ความสามารถของผู้ซื้อที่จะเปลี่ยนไปซื้อผ่านจากช่องทางอื่น

หากผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าโดยไม่ผ่านช่องทางของธุรกิจนั้น ๆ จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่า หากผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าผ่านช่องทาง การ จำหน่ายช่องทางเดียวของสินค้าเอง จะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า เพราะผู้ซื้อไม่สามารถซื้อผ่านช่องทางอื่น และไม่มีทางเลือกใด ๆ ในการซื้อหากต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้น

2.8 ราคาในการซื้อโดยรวม

หากผู้ซื้อใช้จ่ายในการซื้อสินค้าโดยรวมในจำนวนเงินที่สูงมาก ย่อมส่งผลให้ผู้ซื้อ มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่า ในทางกลับกัน หากผู้ซื้อใช้จ่ายในการซื้อสินค้าโดยรวมในจำนวนเงินที่ต่ำ ก็จะทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่าด้วยเช่นกัน

2.9 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

หากธุรกิจมีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญจนปรากฏชัดเจน แก่สายตาของผู้ซื้อ ความแตกต่างที่สังเกตเห็นถึงความเฉพาะชัดที่ปรากฏในสินค้าใดในอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อจะได้รับจากสินค้าชนิดนี้เท่านั้น ย่อมส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำ กว่าเพราะหากต้องการความแตกต่างนี้ก็ต้องซื้อสินค้าชนิดนี้เท่านั้น

2.10 เอกลักษณะตราสินค้า

หากธุรกิจมีเอกลักษณ์ตราสินค้าที่ชัดเจน เข้มแข็ง สร้างการรับรู้ถึงคุณค่าที่ น่าเสนอแก่ผู้ซื้อจนสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นได้ตามมา ย่อมส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า ในทางกลับกันหากธุรกิจไม่มีเอกลักษณ์ตราสินค้า หรือเอกลักษณ์ตราสินค้าไม่เข้มแข็ง หรือชัดเจนที่จะปรากฏแก่สายตาผู้ซื้อ ย่อมจะส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่า

2.11 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ

หากสินค้ามีคุณภาพหรือประสิทธิภาพที่ดีหลังจากที่ผู้ซื้อใช้งานหรือบริโภค ย่อมจะส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า เนื่องจากผลของคุณภาพหรือประสิทธิภาพที่ดีย่อมทำให้ผู้ซื้อพอใจและไม่เกิดการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่น

2.12 ผลกำไรของผู้ซื้อ

หากผู้ซื้อได้รับความคุ้มค่าสูงสุดในการซื้อสินค้านั้น ๆ เช่น ได้รับคำแนะนำสินค้าอย่างละเอียด สินค้ามีคุณภาพดี ราคาคุ้มค่า พร้อมทั้งบริการหลังการขาย จนสร้างความประทับใจ รู้สึกเกิดผลกำไร รู้สึกคุ้มค่าจากจำนวนเงินที่จ่ายไปใช้สินค้าอื่น ย่อมจะส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจ การต่อรองที่ต่ำกว่า เนื่องจากจะรู้สึกคุ้มค่าและไม่เปลี่ยนใจ

2.13 สิ่งเราในการตัดสินใจ

หากสินค้าสามารถสร้างสิ่งเราในการตัดสินใจซื้อได้มากกว่า เช่น คุณภาพที่ดี โปรโมชั่น หรือการโฆษณา เป็นต้น ย่อมส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า ในทางกลับกัน ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงกว่าหากสินค้าไม่มีสิ่งเรากระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อใด ๆ

3. อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่จำหน่ายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่ธุรกิจ โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต หากธุรกิจต้องพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็จะมีความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากหากผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทันที ในการเปลี่ยนแปลงไปใช้วัตถุดิบอื่นมีต้นทุนสูง วัตถุดิบของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีความสำคัญกับบริษัทมากจนไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้เลยหากปราศจากสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ อำนาจการต่อรองของ ผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบจะส่งผลมากหรือน้อย ประกอบด้วย

3.1 การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน

หากวัตถุดิบที่ผู้ผลิตได้ทำการผลิตหรือจัดจำหน่ายสามารถมีสิ่งเปลี่ยนทดแทนได้ อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบจะน้อยลง เพราะธุรกิจที่เป็นผู้ซื้อจะมีทางเลือกที่จะใช้ วัตถุดิบทดแทนนั้น ๆ ได้หากไม่พอใจการต่อรองระหว่างกัน

3.2 ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบ

หากธุรกิจต้องเกิดต้นทุนสูงในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบ จะส่งผลให้ ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่า เพราะต้องใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นในการเปลี่ยนแปลง ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบ

3.3 การมีผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบทดแทน

หากธุรกิจสามารถหาผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบทดแทนในอุตสาหกรรมได้ง่าย และสะดวก ผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบก็จะมีอำนาจต่อรองน้อยลงกว่าธุรกิจ เพราะธุรกิจที่เป็นผู้ซื้อ หากไม่พอใจการต่อรองก็เปลี่ยนใจไปหาผู้ผลิตทดแทนในอุตสาหกรรมอื่นได้ไม่ยาก

3.4 จำนวนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ

หากมีจำนวนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอยู่จำนวนน้อย จะส่งผลให้ ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าเพราะธุรกิจซึ่งเป็นผู้ซื้อจะมีทางเลือกผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบลดลง ในทางกลับกัน หากจำนวนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอยู่จำนวนมาก จะส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่ต่ำกว่าธุรกิจ

3.5 ปริมาณการสั่งซื้อ

หากธุรกิจซึ่งเป็นผู้ซื้อสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบใน ปริมาณสูง จะส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่ต่ำกว่าธุรกิจ ในทางกลับกันหากธุรกิจสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบในปริมาณน้อย จะส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าธุรกิจ

3.6 ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ

หากธุรกิจซึ่งเป็นผู้ซื้อ สั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบใน ยอดการใช้จ่ายที่สูง จะส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่ต่ำกว่าธุรกิจ ในทางกลับกัน หากธุรกิจสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบในยอดการใช้จ่ายที่ต่ำจะส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าธุรกิจ

3.7 ความแตกต่างของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ

หากมีความแตกต่างของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ เช่น ราคาหรือคุณภาพที่แตกต่างกัน อยู่ในอุตสาหกรรมมาก ผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบที่มีราคาสูงคุณภาพต่ำก็จะมีอำนาจ การต่อรองน้อยลงเพราะธุรกิจจะมีโอกาสที่จะเลือกหาวัตถุดิบที่คุ้มค่าในการสร้างกำไรได้สูงที่สุดมากขึ้น

4. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new Entrants)

ปกติการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่เป็นการเข้ามาเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตหรือบริการ ในการเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นการคุกคามโดยตรงต่อผู้ประกอบการเดิมในธุรกิจ จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในระดับใดขึ้นอยู่กับสิ่งกีดขวางหรืออุปสรรคในการเข้ามาสู่ธุรกิจ (Barriers to Entry) โดยการวิเคราะห์ความยากง่ายในการเข้ามาในอุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ หากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวก ก็จะทำให้

ธุรกิจได้รับผลกระทบได้ง่าย ดังนั้นการลดแรงคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่สามารถทำได้หากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีสิ่งกีดกัน ดังนี้

4.1 การประหยัดเนื่องจากขนาด

หากเป็นอุตสาหกรรมที่มีกำลังการผลิตสูงต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าจะลดต่ำลง และจะเกิดเป็นอุปสรรคในการเข้ามาของนักลงทุนรายใหม่ที่จะต้องสร้างการผลิตที่จะสามารถแข่งขันกับรายเก่าในอุตสาหกรรมให้ได้ เป็นการบังคับให้ธุรกิจรายใหม่หากจะเข้ามาต้องลงทุนสูงเพื่อสร้างหน่วยการผลิตที่ใหญ่มาต่อสู้หรือหากจะยอมเข้ามาด้วยขนาดกำลังการผลิตที่เล็กกว่าก็ต้องเพิ่มต้นทุนด้านอื่นทดแทนที่จะดึงดูดลูกค้า

4.2 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

ความสามารถการสร้างให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างความแตกต่างของสินค้าที่ชัดเจนอย่างมีนัยสำคัญที่จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1980) อาจเป็นการสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพ บริการ เทคโนโลยี แสดงค่านิยม ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อทำการสร้างภาพลักษณ์ (Image) หรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อแสดงความเด่นชัดดังกล่าวกว่าที่ลูกค้าจะรับรู้และยอมรับ และหากสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าที่ชัดเจนได้ คู่แข่งรายใหม่หากจะเข้ามาสู่อุตสาหกรรมจะต้องใช้เวลาและการลงทุนไม่น้อยใน ความพยายามเพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดลูกค้าให้หันมาสนใจบริการของตน

4.3 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า

เอกลักษณ์ตราสินค้าทำให้เกิดการจดจำตราสินค้า สร้างความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ลูกค้า หากสามารถสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการวางแผนการตลาดหรือใช้เครื่องมือการตลาด ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างและรับรู้ถึงคุณค่าที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ สร้างจุดแข็งที่นำเสนอแก่ลูกค้าในการแสดงควมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหนึ่งเดียว ก็จะสามารถสร้างอุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ที่จะต้องเข้ามาทุ่มเทงบประมาณ ทางการตลาดเพื่อดึงลูกค้าไปจากธุรกิจรายเดิมในอุตสาหกรรม

4.4 ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น

หากลูกค้าเกิดต้นทุนในการเปลี่ยนใจไปซื้อผลิตภัณฑ์อื่นสูงก็就会产生อุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ เพราะลูกค้าก็ย่อมจะเลือกผลิตภัณฑ์เดิมที่คุ้นเคยและเชื่อถือเช่นเดิมมากกว่าเป็นอุปสรรคขวางกั้นนักลงทุนหน้าใหม่ให้ต้องนำงบประมาณลงทุนเพื่อนำเสนอ สิ่งดึงดูดใจโปรโมชันต่าง ๆ ในการจะเปลี่ยนใจลูกค้ามาทดแทน

4.5 การลงทุนในอุตสาหกรรม

จะเกิดอุปสรรคขวางกั้นนักลงทุนหน้าใหม่ในการเข้ามาสู่ธุรกิจหากพิจารณา แล้วว่าต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อที่จะสามารถสร้างความสำเร็จในการเข้ามาสู่อุตสาหกรรม และยั้งต้องยอมรับความเสี่ยงหากเข้ามาดำเนินธุรกิจแล้วไม่ประสบความสำเร็จในการลงทุนดังกล่าว อุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงไม่เพียงเพื่อการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการ รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ฉะนั้นคู่แข่งรายใหม่จะต้องมีศักยภาพสูงด้านเงินทุน ไม่ว่าทั้งเงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนกว่าจะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากธุรกิจใอุตสาหกรรมเดิม

4.6 การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย

หากธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมจับจองช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution Channels) ไว้ครอบคลุม เกิดต้นทุนต่ำหรือมีประสิทธิภาพในการจัดจำหน่าย เป็นการปิดกั้นโอกาสที่คู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจเพื่อทำการแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งหากว่าผู้จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมอยู่แล้ว คู่แข่งรายใหม่ยังจะต้องเพิ่มการลงทุนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ของตนว่าจะสามารถ สร้างกำไรให้เกิดขึ้นมากกว่าธุรกิจใอุตสาหกรรมเดิมได้อีกด้วย

4.7 การรวมตัวในแนวตั้ง

หากธุรกิจขยายขอบเขตเดินหน้า (Forward) ที่จะจัดจำหน่ายเอง และถอยหลัง ในการผลิตวัตถุดิบได้เอง (Backward) จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางด้านต้นทุนมาก เพิ่มระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1980) เพราะเป็นการตัดส่วนต่างต้นทุนที่เกิดจากผู้ผลิต วัตถุดิบและผู้จัดจำหน่ายออกไปได้ สร้างให้เกิดการประหยัดของต้นทุนจนมีศักยภาพสูงในการดำเนินงานจัดการธุรกิจ เกิดเป็นอุปสรรคที่จะสกัดกั้นคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่อุตสาหกรรมได้

4.8 ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์

หากธุรกิจเป็นการดำเนินงานที่จะต้องใช้เวลาชำนาญประสบการณ์ที่สั่งสม กันมาไม่ว่าจะเป็นในส่วนการผลิตหรือส่วนการบริหารที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในสร้างความได้เปรียบจนสามารถลดต้นทุนหรือลดการดำเนินงาน เกิดการเรียนรู้จากการดำเนินงาน มาก่อนจนพัฒนาศักยภาพได้เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดเป็นอุปสรรคสกัดกั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ได้มากขึ้น

4.9 ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ

หากธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมได้เข้าถึง หรือมีการครอบครองแหล่งวัตถุดิบ ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจไว้แล้วเป็นจำนวนมาก จะสร้างให้เกิดเป็นอุปสรรคขวางกั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่เพราะจะต้องลงทุนเพื่อจะเข้ามาสร้างความสามารถในการเข้าถึงหรือแย่งชิงแหล่งวัตถุดิบนั้น ๆ จากธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรม

4.10 การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต

หากธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมมีเทคโนโลยีการผลิต ไม่ว่าจะเป็นสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์ของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสินค้า คู่แข่งรายใหม่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และจะส่งผลให้เกิดเป็นอุปสรรคสกัดการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในการเข้ามาสู่อุตสาหกรรม

4.11 นโยบายของภาครัฐ

ทำให้ส่งผลต่อการส่งเสริมหรือจำกัดการเข้ามา เช่น การคุ้มครองผู้ผลิตเดิม ให้ใบอนุญาต สัมปทาน จำกัดแหล่งวัตถุดิบหรือการแทรกแซงของรัฐในอันที่จะช่วยคุ้มครอง ผู้ผลิตเดิมที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในกรณีของการปิดกั้นโอกาสแห่งการแข่งขันของนักลงทุนต่างชาติ ในทำนองเดียวกัน กรณีของการช่วยเหลือของรัฐบาลในอดีตแต่ได้ยกเลิก ไปภายหลังก็อาจมีผลให้กลุ่มผู้ผลิตเดิมในอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบผู้เข้ามาใหม่ซึ่งไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น

4.12 การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม

หากมีแนวโน้มว่ากลุ่มผู้ผลิตเดิมในอุตสาหกรรมมีการสร้างอุปสรรคหรือโต้ตอบการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามารุนแรงเพื่อที่จะป้องกันส่วนแบ่งทางการตลาดของตนไว้ จะสามารถสร้างเป็นกำแพงสกัดกั้นจำนวนของคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจให้มีจำนวนน้อยลงได้

5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of Substitutes)

โดยการวิเคราะห์ถึงโอกาสที่สินค้าและบริการที่ธุรกิจดำเนินการอยู่นั้นจะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทน ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการลดลงรวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต ปัจจัยที่จะช่วยลดการคุกคามจากสินค้าทดแทนคือต้องพยายามสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ รักษาคุณภาพเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้าและสร้างภาพพจน์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง หากธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ของบริษัทใดมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนได้ ซึ่งลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้แทนโดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมที่สูง ผู้บริหารควรทราบว่าการที่ธุรกิจนั้นมีความเสี่ยงต่อการรักษากำไรให้คงที่ เพราะอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ สามารถวิเคราะห์แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน ดังนี้

5.1 ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน

หากสินค้ามีราคาที่ถูกกว่าหรือคุ้มค่ากว่า มีประสิทธิภาพเหนือสินค้าทดแทน จะสร้างแรงผลักดันการทำธุรกิจให้เกิดขึ้นในระดับต่ำ จะสามารถสร้างกำไรได้สูงขึ้น เนื่องจากผู้ซื้อจะไม่หันไปเลือกใช้สินค้าทดแทน ในทางกลับกันหากสินค้ามีราคาที่สูงกว่า คุ้มค่าเท่ากันหรือน้อยกว่า อีกทั้งประสิทธิภาพน้อยกว่าสินค้าทดแทน จะส่งผลให้สินค้าทดแทนกลับมาสร้าง แรงผลักดันการทำธุรกิจให้เกิดขึ้นในระดับสูงโดยทันที เพราะผู้ซื้อย่อมจะมีโอกาสเปลี่ยนใจ ไปใช้สินค้าทดแทนได้มากขึ้น ธุรกิจจะมีกำไรลดต่ำลงจากการลดจำนวนลงของผู้ซื้อและต้องใช้งบประมาณเพื่อนำไปใช้แข่งขันกับสินค้าทดแทน

5.2 ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน

หากผู้ซื้อเกิดต้นทุนที่สูงขึ้นในการเปลี่ยนใจไปใช้สินค้าทดแทน สินค้าทดแทน จะส่งผลสร้างแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ ในทางกลับกัน หากผู้ซื้อไม่เกิดต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทนหรือเกิดต้นทุนน้อยมากหากเปลี่ยนทดแทน สินค้าทดแทนจะกลับส่งผลสร้างแรงผลักดันการทำธุรกิจอยู่ในระดับสูง เพราะธุรกิจจะมีกำไรลดต่ำลงจากการลดจำนวน ลงของผู้ซื้อและต้องใช้งบประมาณเพื่อนำไปใช้แข่งขันกับสินค้าทดแทน

5.3 ความชื่นชอบของผู้ซื้อในการเปลี่ยนทดแทน

หากผู้ซื้อเกิดความชื่นชอบในการเปลี่ยนทดแทน เช่น ใช้จานพลาสติกมากกว่าจานเซรามิคเพราะจะไม่เกิดการแตกหัก สินค้าทดแทนจะเข้ามาส่งผลสร้างแรงผลักดันในการทำธุรกิจในระดับสูง ในทางกลับกัน สินค้าทดแทนจะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการทำธุรกิจในระดับต่ำ หากผู้ซื้อไม่เกิดความชื่นชอบในการเปลี่ยนทดแทน

กล่าวสรุปได้ว่า แรงผลักดัน 5 ประการที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดิปป่า จะแบบจำลองเป็นเครื่องมือวิเคราะห์การจัดการที่สำคัญมากที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ช่วยในการกำหนดความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม, ความสามารถในการทำกำไรและความน่าดึงดูดใจของอุตสาหกรรมจากมุมมองภายนอก ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจในสภาพธุรกิจและการวิเคราะห์อุตสาหกรรมของตนอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะกิจกรรมของคู่แข่งในอุตสาหกรรม เพื่อหาโอกาสสำหรับธุรกิจในการกำหนดตลาดของตนเองอย่างเหมาะสม นำไปสู่กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดิปป่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน มีด้วยกันหลายกลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม (Cost leadership strategy) กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation strategy) กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (focus or niche strategy) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ (Quality) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation) กลยุทธ์ด้านความเร็ว (Speed)

กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 8P 's เป็นต้น

5. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy)

ปัจจุบันแนวคิดกลยุทธ์กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้มองเห็นถึงภาพรวม เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เพื่อให้องค์การบรรลุผลตามเป้าหมาย ปัจจุบันแนวคิดที่นำมาใช้วิเคราะห์สถานการณ์เราจะใช้ทั้งแนวคิดของทั้งตะวันออกคือแนวคิดของซุนวู และแนวคิดของตะวันตกคือไมเคิล อี. พอร์เตอร์ เติบโตขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ปัจจุบันแนวความคิดกลยุทธ์ของสำนักคิดตะวันออกและตะวันตก มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันซุนวู นักวิชาการได้ให้คำนิยาม อธิบายกลยุทธ์ไว้สรุปได้ว่า คำว่ากลยุทธ์ (Strategy) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Strategia” หรือที่แปลเป็นภาษาอังกฤษว่า “Generalship” หมายถึง ศาสตร์หรือศิลปะในการบังคับบัญชากองทัพ ผู้ที่นำทัพจะต้องกำหนดแผนการรบและนำทัพ ให้ได้ชัยชนะเหนือศัตรู (มัลลิกา ต้นสอน, 2544) เป็นยุทธวิธีของแม่ทัพในการจัดทัพเคลื่อนย้ายกำลังพลเพื่อต่อสู้กับกองทัพของข้าศึก วิธีการต่อสู้ที่ต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) สรุปได้ว่า กลยุทธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะในการสั่งการกองทัพ การนำทัพเพื่อเอาชนะคู่ต่อสู้ให้ได้ เป็นวิธีการสู่จุดหมายปลายทางระดับปฏิบัติการ และเป็นแนวทางเพื่อตอบสนองวิธีการสู่จุดหมายปลายทางระดับนโยบาย กลยุทธ์เป็นชุดของข้อตกลงและแนวทางปฏิบัติที่ถูกออกแบบขึ้นด้วยการบูรณาการ และการประสานจุดเด่นด้านความสามารถหลัก (Core Competencies) และข้อได้เปรียบในการ แข่งขันเป็นรูปแบบการตัดสินใจต่าง ๆ หรือการดำเนินการเพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์อย่างที่ต้องการ (Mintzberg, 1991) วิธีการดำเนินงานที่มั่นใจได้ว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ธุรกิจจะประสบความสำเร็จจากการสร้างความแตกต่างจำเป็นต้องมีลักษณะเฉพาะ มีคุณค่าเฉพาะตัว มีประสิทธิภาพ ลักษณะเด่น ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะส่งผลให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาสู่ธุรกิจได้ยากและจะมีจำนวน ลดน้อยลง อีกทั้งไม่มีสินค้าหรือบริการอื่นจะสามารถทดแทนได้จนสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าคู่แข่ง โดยความแตกต่างนั้นจะต้องมีนัยสำคัญที่ปรากฏชัดเจนแก่สายตาผู้ซื้อว่าโดดเด่นและแตกต่างอย่างมีคุณค่า (Porter, 1980) มีรายละเอียด คือการสร้างความแตกต่างที่ผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) โดยการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือผลิตขึ้นเองให้มีความเหนือกว่าคู่แข่งใน ด้านรูปลักษณ์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และการใช้งาน การสร้างความแตกต่างที่บริการ (Services differentiation) เลือกเสนอบริการที่มีคุณค่าต่อลูกค้า การสร้างความแตกต่างที่ช่องทางบริการ

(Channel differentiation) เลือกกลยุทธ์จัดช่องทางให้บริการที่เข้าถึงได้ง่ายสะดวกและมีคุณภาพ การสร้างความแตกต่างที่ผู้ให้บริการ (People differentiation) ใช้กลยุทธ์สร้างความโดดเด่นที่ตัวผู้ให้บริการ และการสร้างความแตกต่างที่ภาพลักษณ์ (Image differentiation) เป็นการใช้ Brand, Symbol, Slogan เป็นเครื่องมือโดยการสื่อถึงคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ผู้ซื้อเห็นได้อย่างชัดเจน และแน่นอนว่าต้องจัดการให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพตามที่สื่อสารไว้ด้วย ลูกค้าจึงจะเชื่อถือและมั่นใจในความแตกต่างนั้น

องค์กรต้องเลือกกลยุทธ์สร้างความแตกต่างเหล่านี้อย่างเหมาะสมโดยอาจเลือกใช้เพียงด้านเดียวหรือหลายด้านประกอบกัน ซึ่งสามารถคำนึงถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นความแตกต่างที่สร้างประโยชน์อย่างสูงแก่ลูกค้า (Important) โดดเด่นจนคู่แข่งไม่สามารถทำได้ (Distinctive) เหนือกว่าทางเลือกอื่นที่ลูกค้าจะหาได้ (Superior) สามารถสื่อสาร ปรากฏชัดเจน แก่สายตาลูกค้า (Communicable) มีความเฉพาะตัว คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Preemptive) อีกทั้งลูกค้าสามารถจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับความแตกต่างนั้นได้ (Affordable) และการนำเสนอความแตกต่างนั้นเพิ่มผลกำไรให้แก่องค์กร (Profitable) ตัวอย่างการสร้างความแตกต่าง เช่น การเน้นคุณภาพ ความสามารถหรือบริการพิเศษเพิ่มเติม การให้สินเชื่อ, เครดิต หรือบรรจุกุณที่ดึงดูดหรือการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว

บริบทพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มาศึกษา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน อยู่ทาง ตอนบนของประเทศระยะทางจากกรุงเทพมหานคร 785 กิโลเมตร มีชายแดนด้านเหนือติดกับประเทศสหภาพ เมียนมาร์ระยะทาง 130 กิโลเมตร (เป็นแนวภูเขา 100 กิโลเมตร และเป็นแนวแม่น้ำ 30 กิโลเมตร คือ ส่วนที่เป็นแม่น้ำกกและแม่น้ำรวก) ชายแดนด้านตะวันออกติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระยะทาง 437 กิโลเมตร (เป็นแนวภูเขา ยาว 219 กิโลเมตร และแนวแม่น้ำโขงยาว 219 กิโลเมตร) มีพื้นที่รวม 36,323 ตารางกิโลเมตร โดยจังหวัด เชียงรายมีพื้นที่มากที่สุด 11,678 ตารางกิโลเมตร

ขอบเขตของบริเวณนี้ประกอบด้วยพื้นที่ภูเขาซึ่งมีอัตราส่วนที่สูงกว่าพื้นที่ราบประมาณ 4:1 ครอบคลุมพื้นที่บริเวณจังหวัดเชียงราย แม่ฮ่องสอน พะเยา เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง น่าน แพร่ และอุดรดิตถ์ ซึ่งขอบเขตทางทิศใต้จะเป็นพื้นที่รอยต่อกับที่ราบลุ่มภาคกลาง

ขอบเขตทางทิศตะวันออกจรดประเทศลาว โดยมีทิวเขาหลวงพระบางกั้นพรมแดนซึ่งทิวเขานี้วางตัวทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แล้วทอดผ่านลงมาทางทิศใต้ในเขตจังหวัดพะเยา แพร่ น่าน และอุดรดิตถ์ รวมความยาว 590 กิโลเมตร

ส่วนใหญ่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นทิวเขาสูงและหุบเขาแคบ ๆ มีความลาดชันมากและมีระดับความสูงมากกว่าภาคอื่น ๆ ทิวเขานี้ปันน้ำส่วนหนึ่งลงสู่แม่น้ำโขงทางทิศตะวันออกและปันน้ำลงสู่แม่น้ำยมและแม่น้ำน่านทางทิศตะวันตก

ทางด้านทิศเหนือและทิศตะวันตกของบริเวณนี้จรดเขตประเทศสหภาพเมียนมาร์ โดยมีทิวเขาแดนลาวและทิวเขาถนนธงชัยกั้นพรมแดน ทิวเขาเหล่านี้มียอดเขาจำนวนมากที่สูงกว่า 2,000 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง ทิวเขาแดนลาวมีความต่อเนื่องมาจากเทือกเขาสูงในประเทศพม่าซึ่งในช่วงที่เป็นแนวกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศพม่า มีความยาวประมาณ 120 กิโลเมตร และทอดตัวลงไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปบรรจบกับทิวเขาถนนธงชัย ซึ่งเป็นทิวเขาที่อยู่ทางทิศตะวันตกของภาคเหนือ ทิวเขาถนนธงชัยประกอบด้วยเทือกเขาที่สำคัญหลายเทือกเขา วางซ้อนกันอยู่ในแนวเหนือ-ใต้จากด้านตะวันตกไปตะวันออก รวมความยาวทั้งหมด 880 กิโลเมตร เช่น เทือกเขาสุเทพ เทือกเขาจอมทอง เทือกเขาอินทนนท์ซึ่งมียอดเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทยคือ ยอดดอยอินทนนท์ ซึ่งสูงประมาณ 2,590 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง ระดับความสูงของบริเวณนี้จะมีความสูงมากด้านทิศเหนือและทิศตะวันตกแล้วจะค่อย ๆ ลดต่ำลงสู่แอ่งที่ราบเชิงใหม่-ลำพูน

สำหรับตอนกลางของบริเวณนี้ ประกอบด้วยทิวเขามีลักษณะซับซ้อนเป็นสันยาวต่อเนื่องกันรวม 3 ทิว มีความยาวทั้งหมด 412 กิโลเมตร ส่วนใหญ่วางตัวในแนวตะวันออกเฉียงเหนือ-ตะวันตกเฉียงใต้ ทิวเขาในบริเวณนี้โดยทั่วไปจะเรียกว่าทิวเขาผีปันน้ำ เนื่องจากทำหน้าที่เป็นสันปันน้ำให้ไหลไปทางทิศเหนือส่วนหนึ่งและไหลลงไปทางทิศใต้อีกส่วนหนึ่ง ตามลักษณะความลาดชันของแนวสันเขา ทางน้ำที่ไหลไปทางทิศเหนือ ได้แก่ แม่น้ำฝาง น้ำแม่กก น้ำแม่จัน และน้ำแม่อิง เป็นต้น ซึ่งแม่น้ำเหล่านี้จะไหลลงสู่แม่น้ำโขงต่อไป ส่วนทางน้ำที่ไหลลงทางทิศใต้ ได้แก่ แม่น้ำปิง วัง ยม และน่าน ซึ่งแม่น้ำทั้งสี่สายนี้เป็นสาขาที่สำคัญของแม่น้ำเจ้าพระยา

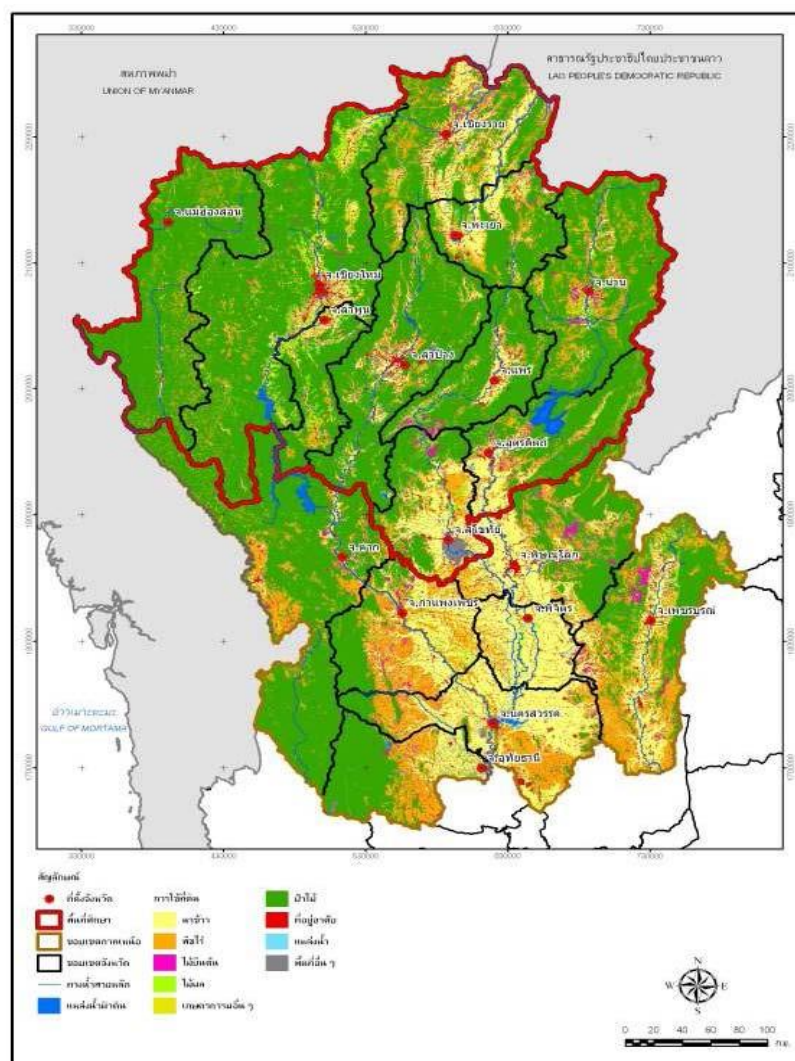
บริเวณระหว่างแนวเขาเหล่านี้จะเป็นแอ่งที่ราบหุบเขา (valley plain) และที่ราบลุ่มริมน้ำ (fluvial plain) กระจายตัวอยู่ทั่วไปหลายแห่ง ซึ่งเป็นแหล่งที่ตั้งของชุมชนขนาดใหญ่ทางภาคเหนือ ที่สำคัญได้แก่ แอ่งเชียงราย บริเวณลุ่มแม่น้ำกกและแม่น้ำอิง แอ่งแพร่ บริเวณลุ่มแม่น้ำยม แอ่งลำปาง บริเวณลุ่มแม่น้ำวัง แอ่งเชียงใหม่-ลำพูน บริเวณลุ่มแม่น้ำปิง แอ่งปาย แอ่งฝาง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น โดยแอ่งเหล่านี้ทางด้านตะวันตกจะมีระดับความสูงมากกว่าด้านตะวันออก (กรมทรัพยากรธรณี, 2560)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีพื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นป่าไม้และภูเขาที่มีความสูงจากน้ำทะเล สูงสุดที่ดอยภูคา 1,980 และความสูงเฉลี่ยคือ 76.16 ของดอยสูงที่สุดในประเทศไทย

มีแม่น้ำสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำโขงไหลมาจากประเทศจีนและผ่านกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 แม่น้ำยมมีต้นกำเนิดที่จังหวัดพะเยา แม่น้ำน่านมีต้นกำเนิดที่จังหวัดน่าน แม่น้ำกกมีต้นกำเนิดที่จังหวัดเชียงใหม่ ในรัฐฉาน ประเทศเมียนมาร์ แม่น้ำอิงมีต้นกำเนิดที่จังหวัดพะเยา เป็นสาขาหนึ่งของแม่น้ำโขง โดยไหลลงแม่น้ำโขงที่บ้านปากอิง ม.16 ต.ศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เศรษฐกิจของจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือ ขยายตัวไม่ค่อยดีนักเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรม ได้รับผลกระทบจากต้นทุนด้านพลังงานและค่าจ้างแรงงานมีความผันผวนไม่คงที่ ภาคการเกษตรยังขยายตัวได้ในสัดส่วนที่ไม่สูงมาก ส่วนการค้าขายแดนขยายตัวในระดับสูง เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านมีการขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดที่มีชายแดน ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน มีการลงทุนปลูกสร้างทั้งแนวราบและแนวตั้ง เช่น จังหวัดเชียงราย ในอำเภอเชียงแสน เชียงของ และแม่สาย แต่เกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาไวรัส (Covid-19) การลงทุน จึงมีแนวโน้มชะลอตัวลง

อย่างไรก็ตามจากสภาพภูมิประเทศที่มีความสำคัญทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นพื้นที่สำคัญทางยุทธศาสตร์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และมีบทบาทสำคัญต่อประเทศไทยดังนี้

1. เป็นประตูการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่ม GMS และประชาคมอาเซียน
2. เป็นแหล่งดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. เป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ข้าว ชา กาแฟ ลิ้นจี่ และลำไย
4. เป็นพื้นที่อนุรักษ์พัฒนาและส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์และมีการจัดการที่ดี



ภาพ 10 แผนที่ภาคเหนือตอนบน

ที่มา: กรมทรัพยากรธรณี, 2560

รวมทั้งจากความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และทรัพยากรทางธรรมชาติหลายแห่ง จึงมีการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวนทั้งสิ้น 18 อุทยานแห่งชาติ ประกอบด้วย

1. จังหวัดเชียงราย จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติขุนแจ/อุทยานแห่งชาติดอยหลวง/อุทยานแห่งชาติถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน (เตรียมการ)/ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า (เตรียมการ)/อุทยานแห่งชาติลันนากก (เตรียมการ)

2. จังหวัดพะเยา จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติดอยภูนาง/อุทยานแห่งชาติภูซาง/อุทยานแห่งชาติแม่ปืม

3. จังหวัดแพร่ จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติดอยผาหลวง/อุทยานแห่งชาติแม่ยม/อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย

4. จังหวัดน่าน จำนวน 7 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติดอยภูคา/อุทยานแห่งชาติขุนน่าน/อุทยานแห่งชาติขุนสถาน/อุทยานแห่งชาติแม่จริม/อุทยานชาตินันทบุรี (เตรียมการ)/อุทยานแห่งชาติศรีน่าน/ อุทยานแห่งชาติถ้ำสะเกิน



ภาพ 11 แผนที่อุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ

ที่มา: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561

การท่องเที่ยวเดินป่า (Trekking tour) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รูปแบบหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้ และความรู้รักชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เริ่มต้นมาประมาณ 30 ปี โดยมีการพัฒนาเส้นทางเดินป่าเพื่อเป็นการให้การศึกษาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการจัดทำเส้นทางในรูปแบบใกล้เคียงมาตรฐานสากล จึงได้มีขึ้นและถูกกำหนดไว้ในแผนการจัดการอุทยานแห่งชาติทุกแห่ง แต่เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด และในระยะแรก ๆ พื้นฐานความรู้ความชำนาญในเรื่องการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ถูกต้องมีไม่มาก จึงทำให้การพัฒนาเส้นทางยังไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 จึงได้เริ่มมีการพัฒนาเส้นทางในอุทยานแห่งชาติขึ้นอย่างจริงจัง โดยได้มีการว่าจ้างให้มีการสำรวจ ออกแบบ เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ และส่วนอุทยานแห่งชาติ ได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจเส้นทางเพื่อกำหนดเป็นเส้นทางสื่อความหมายที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดตาก และจังหวัดลำพูน

จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังคงเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่การขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยยังไม่สามารถขับเคลื่อนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่าที่ควร การศึกษาประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมามีลักษณะ และไม่มีการต่อยอดเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม ทั้ง ๆ ที่มีความตระหนักจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน อาทิ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Thai Ecotourism and Adventure Travel Association: TEATA) ที่ระบุถึงกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นโดยตรงในสัดส่วนที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการสนับสนุน ให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม

การท่องเที่ยวแบบเดินป่าถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ และตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเดินป่าได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเดินป่า นับการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับ

ธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ทำให้เกิดความท้าทาย ตื่นเต้น และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิประเทศทางเหนือของประเทศไทย มีสภาพภูมิประเทศที่ประกอบด้วย ทิวเขาสูงมากมาย อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ดึงดูดใจ รวมทั้งชาติพันธุ์ชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ตามบริเวณเทือกเขาในภาคเหนือ ทำให้เป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในฤดูหนาว มีเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

1. จังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ ได้แก่ สหภาพเมียนมาร์และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีจุดผ่านแดนกับทั้ง 2 ประเทศ ที่ด่านอำเภอแม่สาย ที่ใช้ติดต่อกับประเทศ สหภาพเมียนมาร์ และด่านที่อำเภอเชียงของ สำหรับการติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จำนวน 121 แห่ง โดยจำแนกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 58 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 46 แห่ง ด้านศิลปวัฒนธรรม 17 แห่ง และยังเป็นแหล่งอารยธรรมชนเผ่าชนชาติมากกว่า 30 ชนเผ่า แหล่งรวมศิลปิน มากกว่า 100 ชีวิต เป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา ถือว่าเป็นต้นกำเนิดอาณาจักรล้านนา ซึ่งมีอายุมากกว่า 700 ปี โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติ เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวดังนี้

ตาราง 11 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดเชียงราย

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดินป่า	ความสูง	ระยะเวลา	การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว
1. อุทยานแห่งชาติขุนแจ	ต.แม่เจดีย์ใหม่	168,750 ไร่	ดอยลังกา	600-2031 เมตร (สูงเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทย)	4 วัน 3 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และ ต้องเตรียมอุปกรณ์ต่างแรมมา เอง
2. อุทยานแห่งชาติดอยหลวง	อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย ต.แม่เย็น อ.พาน จ.เชียงราย	730,927 ไร่	ดอยมด ดอยผาโงม ดอยหลวง ดอยหมอก	1700 เมตร 1700 เมตร 400-1,694 เมตร 1,077 เมตร	2 วัน 1 คืน	-ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และ ต้องเตรียมอุปกรณ์ต่างแรมมา เอง
3. อุทยานแห่งชาติถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน (เตรียมการ)	บ้านจ้อง หมู่ 9 ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย	12,000 ไร่	ดอยนางนอน	300-1,410 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และ ต้องเตรียมอุปกรณ์ต่างแรมมา เอง
4. อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า (เตรียมการ)	43/1 หมู่ที่ 24 ตำบลตับเต่า อำเภอเทิง จังหวัด เชียงราย	201,082.31 ไร่	ภูชี้ฟ้า	400-1,700 เมตร	1 วัน	มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ และชมทิวทัศน์

ตาราง 11 (ต่อ)

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดิน	ความสูง	ระยะเวลา	การเตรียมตัวของ
			ป่า		เดินป่า	นักท่องเที่ยว
5. อุทยานแห่งชาติลำน้ำกก (เตรียมการ)	ต.ดอยสะเก. อ.เมือง เชียงราย จ. เชียงราย	368,339.88 ไร่	ยอดดอยช้าง (เพื่อหาเขาที่ สำคัญใน พื้นที่ได้แก่ ดอยยาว ดอยป่อ ดอย ช้าง ดอย ผามูบ)	500-1,720 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้อง เตรียมอุปกรณ์ดังกล่าวมาเอง

การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในจังหวัดเชียงราย มีการดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 (ปฐพี อาคมานนท์ มอนซอน และคณะ, 2535) โดยศึกษาเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนท้องถิ่น พบว่า เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเป็นกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมตลอดมาควบคู่กับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยสภาพภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายมีภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีพื้นที่ราบค่อนข้างน้อย ทำให้อากาศเย็นตลอดปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2546–2549 ที่ดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่ และตลาดเฉพาะกลุ่ม ให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือที่สำคัญมี 3 เส้นทาง คือ 1) ลำน้ำกก บริเวณจังหวัดเชียงราย และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เส้นทางลำน้ำแฉ่ง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ 3) บริเวณลำน้ำปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก เป็นชุมชนริมแม่น้ำกกที่มีชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันประกอบด้วย ชาติพันธุ์ ปกาเกอญอ อาข่า และลาหู่ ดำเนินชีวิตอยู่กับธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินป่า ได้แก่ การนั่งเรือ ล่องแพ ตั้งแคมป์ นั่งช้างและการค้างแรมในหมู่บ้านชาวเขา จากการสำรวจพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่า บ้านห้วยชมมีความได้เปรียบจากพื้นที่ธรรมชาติที่อยู่ไม่ไกลจากอำเภอเมือง มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อยในการมาท่องเที่ยวธรรมชาติและเดินป่า อย่างไรก็ตามสภาพธรรมชาติเริ่มมีความเสื่อมโทรม และขาดการวางแผนเพื่อพัฒนาส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย อีกทั้งการท่องเที่ยวเดินป่า มีความขาดแคลนของบุคลากรที่เชี่ยวชาญ จึงต้องมีการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเดินป่า เป็นการสร้างรายได้และขีดความสามารถทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเดินป่าของจังหวัดเชียงรายให้โดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2. จังหวัดพะเยา

จังหวัดพะเยา มีที่ตั้งและอาณาเขตอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทยมีระยะทางห่างจาก กรุงเทพมหานคร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) 735 กิโลเมตร มีพื้นที่ปกครอง 6,335 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,959,412 ไร่ จังหวัดพะเยา เป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่งแห่งล้านนาไทย เป็นเมืองเล็ก ๆ ซึ่งแยกตัวออกจาก จังหวัดเชียงราย เดิมเป็นเพียงอำเภอรอบนอกหลาย ๆ อำเภอของจังหวัดเชียงราย ก่อนที่จะรวมตัวกันก่อตั้งเป็นจังหวัดพะเยา เป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีตกาล จะเห็นได้จากซากของสิ่งก่อสร้างที่ปรากฏ ตาม

โบราณสถานต่าง ๆ ในเมืองพะเยา ซึ่งโบราณสถานและโบราณวัตถุที่พบแล้วแต่แสดงถึงความเจริญ ทางด้านศิลปกรรมได้เป็นอย่างดี หากย้อนกลับไปในอดีตจะพบว่า เมืองพะเยาเดิมชื่อว่า “ภูกามยาว” หรือ “พยาว” ก่อตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 1638 โดยพ่อขุนศรีจอมธรรม พระราชโอรสของกษัตริย์แห่งราชวงศ์ลัวะในพุทธศตวรรษที่ 18 (พ.ศ. 1700-1799) และในยุคสมัยพ่อขุนงำเมืองเป็นกษัตริย์เมืองภูกามยาวมีความเจริญรุ่งเรืองมาก มีฐานะ เป็นเมืองเอก เรียกว่า “อาณาจักรพยาว” ต่อมาในปี พ.ศ. 1881 เจ้าผู้ครองเมืองหิรัญนครเงินยาง (เชียงใหม่) ได้สมคบกับเจ้าผู้ครองเมืองนันทบุรี (น่าน) ยกทัพเข้าตีอาณาจักรพยาว เป็นเหตุให้อาณาจักรพยาวถูกผนวก เข้าไว้ในอาณาจักรล้านนาไทยตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่สูงและภูเขา มีระดับความสูงของพื้นที่ตั้งแต่ 300-1,500 เมตร จากระดับน้ำทะเล มีพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 2,008,648 ไร่ หรือร้อยละ 50.70 ของพื้นที่ ซึ่งป่าไม้ส่วนใหญ่ เป็นป่าดงดิบและป่าเบญจพรรณ โดยมีพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า ไม้ชิงช้า ไม้ยาง ไม้เต็ง ไม้รัง เป็นต้น มีเทือกเขาล้อมรอบทั้งทางด้านทิศตะวันตก ทิศตะวันออก ทิศใต้ และทางตอนกลาง ของจังหวัด มีทิวเขาฝิปันน้ำโอบล้อม ถือเป็นกำแพงตามธรรมชาติและเป็นเทือกเขาที่สำคัญ อันได้แก่ ดอยภูลังกา ดอยสันปันน้ำ ดอยแม่สูก ดอยขุนแม่แฝก ดอยขุนแม่ตา และดอยขุนแม่ต๋อม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติ เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยว คือ เส้นทางดอยหลวง-ดอยหนอก (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561) สามารถขึ้นได้ 2 ทาง เส้นทางแรกขึ้นจากบ้านปากบอ อำเภองาว จังหวัดลำปาง ระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตรและเส้นทางที่สอง ขึ้นจากบ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร แต่เส้นทางค่อนข้างลาดชัน ดังนี้

ตาราง 12 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดพะเยา

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดินป่า	ความสูง	ระยะเวลาเดินป่า	การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว
1. อุทยานแห่งชาติดอยภูนาง	หมู่ 6 ต.บ้านม่วง อ.เชียงม่วน จ. พะเยา	537,424 ไร่	ดอยภูนาง	361-1,222 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ ค้างแรมมาเอง
2. อุทยานแห่งชาติภูซาง	146 หมู่ที่ 8 ตำบล ภูซาง อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา	178,049.62 ไร่	ดอยผาหม่น	440-1,548 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ ค้างแรมมาเอง
3. อุทยานแห่งชาติแม่ปืม	หมู่ 8 บ้านป่าตึง ต. แม่ใจ อ.แม่ใจ จ. พะเยา	219,266 ไร่	ดอยงาม	403-936 เมตร	1 วัน	มีเส้นทางเดินศึกษา ธรรมชาติและชม ทิวทัศน์

จากการสำรวจผู้มาเยือนจังหวัดพะเยาของกรมการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2559 พบว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดพะเยาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าตัว ส่งผลให้รายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีของการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา แต่จากการเพิ่มขึ้นของจำนวน นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยที่จังหวัดพะเยาไม่ได้มีการเตรียมแผนการรองรับที่ดี โดยเฉพาะด้านบริการทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อบริการทางการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาในด้านบริการที่พัก บริการอาหาร และบริการขนส่ง ในระดับ “พอใช้” เท่านั้น (กรมการท่องเที่ยว, 2556) เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งสำคัญ และอาจส่งผลกระทบต่อกรท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาในอนาคต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยว และศึกษาบริการ ทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพะเยาเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยว และหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาแก้ไขและเพิ่มการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับจังหวัดพะเยา

3. จังหวัดแพร่

จังหวัดแพร่ตั้งอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 155 เมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามทางหลวง หมายเลข 11 และ 101 ประมาณ 551 กิโลเมตรและทางรถไฟ 550 กิโลเมตร (ถึงสถานีรถไฟเด่นชัย) มีเนื้อที่ประมาณ 6,538.59 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,086,625 ไร่ พื้นที่จังหวัดแพร่ล้อมรอบด้วยภูเขาทั้ง 4 ทิศ พื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 เป็นภูเขา มีพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 20 โดยลาดเอียงไปทางทิศใต้ตามแนวไหลของแม่น้ำยมคล้าย ก้นกระทะ พื้นที่ราบของจังหวัดจะอยู่ระหว่างหุบเขามี 2 แปลงใหญ่ คือ ที่ราบ บริเวณพื้นที่อำเภอร้องกวาง อำเภอเมืองแพร่ อำเภอสูงเม่น และอำเภอเด่นชัยและอีกหนึ่งแปลง คือ บริเวณที่ตั้งอำเภอลองและอำเภอ วังชิ้น ซึ่งที่ราบดังกล่าวใช้เป็นที่อยู่อาศัยและทำการเกษตร โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติ เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวดังนี้

ตาราง 13 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดแพร่

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดินป่า	ความสูง	ระยะเวลาเดินป่า	การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว
1. อุทยานแห่งชาติดอยผา กลอง	ต.ต้าผามอก อ. ลอง จ.แพร่	117,982 ไร่	ดอยช้างผาด่าน	400-1200 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ ค้างแรมมาเอง
2. อุทยานแห่งชาติแม่ยม	ต. ปณ. 4 อ.สอง จ. แพร่	284,218.75 ไร่	ดอยหลวง ดอย ยาว ดอยขุนห้วย แปะ และดอย โดม	180-1200 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ ค้างแรมมาเอง
3. อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย	ต. ปณ. 1 อ.งัซัน จ.แพร่	256,115.60 ไร่	ยอดดอยแม่เกิ้ง	800-1267 เมตร	1 วัน	มีเส้นทางเดินศึกษา ธรรมชาติและชม ทิวทัศน์

4. จังหวัดน่าน

จังหวัดน่าน ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทาง รถยนต์ประมาณ 668 กิโลเมตร มีพื้นที่ติดกับ สปป.ลาว เป็นระยะทางยาว 277 กิโลเมตร มีอำเภอ ชายแดน 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสองแคว อำเภอทุ่งช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอบ่อเกลือ อำเภอแม่จริม อำเภอเวียงสา และอำเภอนาน้อย เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็ก ๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่าน และแม่น้ำสาขา ในหุบเขาทางตะวันออกของภาคเหนือของประเทศไทย ในปีพ.ศ. 1993 พระเจ้าติโลกราช กษัตริย์นครเชียงใหม่ ต้องการครอบครองเมืองน่าน และแหล่งเกลือภูเขา "บ่อมาง" ต.บ่อเกลือใต้ อ.บ่อเกลือ ที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์และหาได้ยากทางภาคเหนือ จึงได้จัดกองทัพเข้ายึดเมืองน่าน ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาเมืองน่านจึงถูกผนวกเข้าไว้ในอาณาจักรล้านนา ตลอดระยะเวลา เกือบ 100 ปีที่เมืองน่านอยู่ในภายใต้อาณาจักรล้านนาได้ซึมซับเอาศิลปวัฒนธรรมของล้านนามาไว้ในวิถีชีวิต

จังหวัดน่าน มีทิวเขาหลวงพระบางและทิวเขาผีปันน้ำ ซึ่งเป็น ทิวเขาหินแกรนิตที่มีความสูง 600-1,200 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลทอดผ่านทั่วจังหวัด คิดเป็นพื้นที่ประมาณร้อยละ 40 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด พื้นที่ของจังหวัดน่านโดยทั่วไป มีสภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนชัน และมีความลาดชันเกิน 30 องศา ประมาณร้อยละ 85 ของพื้นที่จังหวัด ส่วนลูกคลื่นลอนลาดตามลุ่มน้ำ จะเป็นที่ราบแคบ ๆ ระหว่างหุบเขาตาม แนวยาวของลุ่มน้ำน่าน สา ว้า ปัว และน้ำกอน นอกจากนี้จังหวัดน่าน ยังมีสภาพภูมิประเทศโดยรอบเป็นหุบเขาและภูเขาสูงชันมาก ทิวเขาวางตัวในแนวเหนือใต้ ทำให้บริเวณยอดเขา สามารถรับความกดอากาศสูง ที่แผ่มาจากประเทศจีน ในฤดูหนาวได้อย่างทั่วถึงและเต็มที่ ขณะเดียวกันที่ทิวเขาวางตัว เหนือใต้ ทำให้เสมือนกำแพงปิดกั้นลมมรสุมทางทิศตะวันออก รวมทั้งยังมีระดับความสูงเฉลี่ย บนยอดเขากับความสูงเฉลี่ยที่ผิวแตกต่างกันมาก และยังมีระดับความสูงเหนือระดับน้ำทะเล จากปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ ในตอนกลางวัน ถูกอิทธิพลของแสงแดดเผา ทำให้อุณหภูมิร้อนมาก และในตอนกลางคืนจะได้รับอิทธิพลของลมภูเขาพัดลงสู่หุบเขา ทำให้อากาศเย็นในตอน กลางคืน (รายงานแผนแม่บทพัฒนาลุ่มน้ำ จังหวัดน่าน, 2563)

จังหวัดน่านนอกจากจะเป็นแหล่งกำเนิดแม่น้ำน่านแล้วยังมีพื้นที่ป่ามากถึง 6,496,231.62 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 85.45 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดโดยจำแนกเป็นป่าอนุรักษ์ 2,781,676.12 ไร่ และป่าสงวนแห่งชาติ 17 แห่ง 3,714,555.50 ไร่ จึงทำให้น่านยังมีอุทยานแห่งชาติมากถึง 7 แห่งได้แก่อุทยานแห่งชาติดอยภูคา, อุทยานแห่งชาติขุนน่าน, อุทยานแห่งชาติขุนสถาน, อุทยานแห่งชาติแม่จริม, อุทยานชาตินันทบุรี, อุทยานแห่งชาติศรีน่าน

และอุทยานแห่งชาติถ้ำสะเกิน โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติ เป็น
เส้นทางท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวดังนี้



ตาราง 14 เส้นทางเดินป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติของจังหวัดน่าน

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดินป่า	ความสูง	ระยะเวลาเดินป่า	การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว
1. อุทยานแห่งชาติดอยภูคา	ตำบลภูคา อำเภอ ปัว จังหวัดน่าน	1,065,000 ไร่	ยอดดอยภูคา	1,837 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ ค้างแรมมาเอง
2. อุทยานแห่งชาติขุนน่าน	82 หมู่ 12 บ้าน หนองน่าน ต.ป่อ เกลือใต้ อ.ป่อเกลือ จ.น่าน	153,982 ไร่	ยอดดอยฝิปันน้ำ ในเทือกเขาฝิปัน น้ำ ในท้องที่ ตำบลดงพญา	1,910 เมตร 600-1,745 เมตร	พื้นที่เดินป่า 1 เอ	ไม่อนุญาตให้เป็นพื้นที่ สันหนากการเนื่องจาก ผลกระทบต่อสภาพ ธรรมชาติ
3. อุทยานแห่งชาติขุนสถาน	ต. ปณ.5 อ.น่าน จ.น่าน	214,058 ไร่	ดอยภูสถาน (ดอยธง)	1,630 เมตร	3 ชั่วโมงจากบ้าน ขุนสถาน	ไม่อนุญาตให้เป็นพื้นที่ สันหนากการเนื่องจาก ผลกระทบต่อสภาพ ธรรมชาติ
4. อุทยานแห่งชาติแม่จริม	35 หมู่ 5 บ้านห้วย ทรายมูล ต.น้ำปาย อ.แม่จริม จ.น่าน	270,000 ไร่	ดอยขุนลาน	300-1,652 เมตร	1 วัน	มีเส้นทางเดินศึกษา ธรรมชาติและชม ทิวทัศน์

ตาราง 14 (ต่อ)

ชื่ออุทยาน	สถานที่	ขนาดพื้นที่	เส้นทางเดินป่า	ความสูง	ระยะเวลาเดินป่า	การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว
5. อุทยานแห่งชาติอินทบุรี (เตรียมการ)	ต. ป.ณ. 3 อ.ท่าวัง ผา จ. น่าน	269,464.71 ไร่	ดอยภู	300-1,710 เมตร	1 วัน	มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติและชมทิวทัศน์
6. อุทยานแห่งชาติตาดโตน	ต. ป.ณ. 14 อ. น่าน จ. น่าน	640,237.50 ไร่	ดอยขุนหัวเข็ก	1,234 เมตร	2 วัน 1 คืน	ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และต้องเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ มาเอง
7. อุทยานแห่งชาติภูผาสงคราม	ต. ป.ณ. 13 อ.ท่าวัง ผา จ. น่าน	156,187 ไร่	ยอดดอยเจ็	300-1,752 เมตร	ไม่มีกิจกรรมเดินป่า	เที่ยวภู/ศึกษาสภาพธรณี

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก โครงสร้างของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงอยู่ในลักษณะของธุรกิจครอบครัว ปัจจุบันการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านกำลังขยายตัว และเป็นที่รู้จักมากขึ้น การเติบโตที่สูงขึ้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมองว่าไม่ได้ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นแต่ทว่าทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดน่านเติบโตไปด้วยกัน เป็นธุรกิจคู่ค้าที่ดีต่อกัน ส่งเสริมให้เศรษฐกิจจังหวัดน่านเติบโต

ในส่วนของการกำหนดนโยบายของรัฐบาลเช่น นโยบายลดต้นทุนค่าขนส่งผลโดยตรงกับธุรกิจคมนาคมขนส่งเพราะทำให้นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งการเข้ามาของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น เพราะเป็นเมืองที่มีวิวทิวทัศน์ ธรรมชาติที่สวยงาม อากาศดี มีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน อีกทั้งประชาชนในท้องถิ่นยังมีอัธยาศัยที่ดี มีวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่าย อนุรักษ์การแต่งกายพื้นบ้าน สินค้าที่ระลึกมีความสวยงาม หาได้เฉพาะถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่สำคัญของจังหวัดน่าน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งผลงานที่เป็นการศึกษาในระดับประเทศ และท้องถิ่น ที่มีการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอาเซียนและในประเทศ โดยมีการศึกษางานมิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2536) ที่ศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศในอนุภูมิภาคสุมาตราและประเทศในกลุ่มอินโดจีน การศึกษาดังกล่าวพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด แต่เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบสินค้าทางการท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาหาร อัธยาศัยของผู้คน และการจัดการของภาครัฐและเอกชน พบว่า ประเทศไทย ยังเป็นรองกัมพูชาในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และเป็นรองสิงคโปร์ 2 ด้าน คือ การท่องเที่ยวที่เป็นสวนสนุก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะด้านมาตรฐานสุขอนามัยและการจัดการสาธารณสุข อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางอันดับ 1 สำหรับผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็นการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะรูปแบบหนึ่ง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทยที่เป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น และท้าทาย อีกทั้งมีกิจกรรมที่พัฒนามาผสมผสานกับการท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง

โครงการศึกษาสถานการณ์และส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนิเวศและผจญภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) เปรียบเทียบประเทศไทยกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย (ญี่ปุ่น, จีน, เวียดนาม, เกาหลี, กัมพูชา) พบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม Eco & Adventure ไม่จำเพาะกิจกรรมเดินป่าของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับเมื่อคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ประเทศไทยยังไม่มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรของประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง และยังไม่สามารถสร้างจุดแข็งที่ชัดเจนได้รวมถึงในปัจจุบัน ชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ให้ความสำคัญการอนุรักษ์ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนมีการกำหนดมาตรการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ทั้งนี้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และเนื่องจากขาดการควบคุมมาตรฐาน รวมถึงผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกองค์ความรู้ จึงควรมีการปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีข้อได้เปรียบ ในภูมิภาคด้านการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างทำได้ดี ผู้ประกอบการค่อนข้างมีความพร้อม และมีศักยภาพในการปรับตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน

ผู้ศึกษาได้ศึกษาบทความวิชาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จาก Ly and Bauer (2014) ที่ศึกษาเรื่อง Ecotourism in Thailand, Cambodia, and Vietnam: Theory and practice โดยมีวัตถุประสงค์เปรียบเทียบทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การตลาดการท่องเที่ยวโดยจัดลำดับการแข่งขันในอุตสาหกรรม ดังนี้ 1) ประเทศไทย (Mature market) มีศักยภาพสูง 2) ประเทศเวียดนาม (Developing Market) มีศักยภาพกำลังพัฒนาสู่ระดับสูง และ 3) ประเทศกัมพูชา (Recent Economic Development) มีศักยภาพระดับปานกลาง โดยได้วิเคราะห์ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นกรอบแนวคิด พบว่า ประเทศเวียดนามและกัมพูชา ไม่มีแผนการและกลยุทธ์ในระดับประเทศเชิงนโยบายต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งแตกต่างจากประเทศไทยที่มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมขับเคลื่อนในการวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทยพึ่งพาการท่องเที่ยวแบบมวลชนมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาคเอกชนจำนวนน้อย รวมถึงภาคสังคม มีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกลุ่มองค์กรอิสระเป็นส่วนใหญ่ Ly and Bauer (2014) ได้กล่าวอีกว่า จากระบบการเมืองที่แตกต่าง เป็นช่องว่างในการร่วมมือและแลกเปลี่ยนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน อีกทั้งขาดการติดต่อและประสานงานในระดับนโยบาย รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Cochran, 2009)

ธนกฤต สังข์เนย และคณะ (2564) ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจทางนันทนาการ กลางแจ้ง การศึกษาเชิงสำรวจกิจกรรมเดินป่าระยะไกล ผลการวิเคราะห์พบว่า สถานการณ์โดยรวมของตลาดการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทย ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวเดินป่า เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ มีจำนวนที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวกระแสหลัก และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทยต้องมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการอีกหลายด้าน โดยเมื่อพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์หลายพื้นที่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยมาก และถูกจำกัดระยะเวลาตามฤดูกาลเท่านั้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวเดินป่าที่เป็นกลุ่มคนไทย มีการใช้จ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งการกระจายตัวของปริมาณนักท่องเที่ยวไม่มีความสม่ำเสมอในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเดินป่าโดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบผสมผสานทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการท่องเที่ยวเดินป่าของประเทศไทยคือ กฎระเบียบที่เข้มงวด และระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีการเชื่อมกับโครงข่ายระบบขนส่งสาธารณะ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเดินป่า เช่น การแข่งวิ่งเทรล หรือ การปั่นจักรยานเสือภูเขา ในช่วงเดือนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล และคณะ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬากีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬากีฬาปีนหน้าผา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่ายุทธศาสตร์กีฬากีฬาปีนหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ เป็น 6 ยุทธศาสตร์ 33 กลยุทธ์ ในการจัดองค์การมีคณะดำเนินงานบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ศูนย์ส่งเสริมกลยุทธ์เพื่อการบริหารจัดการ และศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการ มีการปฏิบัติ 6 ด้าน คือ โครงสร้างการพัฒนาองค์กร ที่ชัดเจน การจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืน การส่งเสริมมาตรฐานกีฬา การจัดกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์กีฬากีฬาปีนหน้าผาเฉพาะถิ่น การจัดกิจกรรมกีฬากีฬาปีนหน้าผาเชิงนิเวศเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬากีฬาปีนหน้าผาเพื่อการแข่งขันและมีการควบคุม 4 ด้าน คือการตรวจสอบและติดตามประเมินผลการทำงาน ระบบวิธีการติดตาม ตรวจสอบและหาแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ และการสรุปวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบันเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานต่อไป

ในขณะที่ มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.(2555) ดำเนินโครงการศึกษาผลกระทบจากการเปิดตลาดการค้าเสรีภายใต้กรอบอาเซียน+3 และอาเซียน+6 และแนวทางการเจรจาที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยเฉพาะการเปิดเสรีสาขาบริการท่องเที่ยว พบว่า ประเทศคู่เจรจาอาจจะเรียกร้องให้ไทยเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวในระดับของข้อผูกพันที่เพิ่มเติมมากกว่าที่ไทยได้ตกลงไว้ในกรอบ WTO โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของชาวต่างชาติให้สูงขึ้นเป็นร้อยละ 60 เป็นการทั่วไป ในสาขาบริการธุรกิจโรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและการจัดเลี้ยง โดยมีเงื่อนไขผูกพันเฉพาะโรงแรมหรูขนาดใหญ่และภัตตาคารขนาดใหญ่ และคาดว่าจะไม่มีการผูกพันเพิ่มเติมจากในกรอบ WTO สำหรับสาขาบริการตัวแทนนำเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว

ส่วนสาขาอาชีพมัคคุเทศก์ยังคงน่าจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ในส่วนของภาคบริการโรงแรมและที่พัก บริการภัตตาคารและการจัดเลี้ยง ในปัจจุบัน มีเครือข่ายของโรงแรมต่างชาติรายใหญ่เข้ามาลงทุนและประกอบกิจการในไทยอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก และมีการลงทุนของต่างชาติในร้านอาหารขนาดใหญ่อยู่แล้วเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน จึงคาดว่า จะไม่มีผลกระทบมากนักในส่วนนี้ทั้งยังอาจส่งผลดีในการเปิดให้ชาวต่างชาติเข้ามาบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจเหล่านี้อีกด้วย

ในด้านโอกาสของไทยในการรุกเข้าสู่ตลาดประเทศคู่เจรจาพบว่ายังมีอุปสรรคอยู่บ้างในด้านบริการโรงแรมและที่พักเนื่องจากประเทศเหล่านั้นส่วนใหญ่มีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงและมีความพร้อมในด้านเงินทุนพร้อมทั้งมีเครือข่ายการตลาดที่กว้างขวาง ส่วนในด้านบริการภัตตาคารพบว่า มีโอกาสเป็นไปได้ค่อนข้างสูงเนื่องจากความโดดเด่นและชื่อเสียงของอาหารไทยในตลาดโลก แต่มีข้อควรให้ความสนใจในด้านกฎระเบียบภายในของแต่ละประเทศที่ต่างจากไทย ในส่วนของบริการนำเที่ยวพบว่าไม่น่าจะมีผลกระทบมากนัก เนื่องจากมีการลงทุนของชาวต่างชาติอยู่พอสมควร สำหรับในธุรกิจจัตนำเที่ยวไปต่างประเทศ (Outbound) คาดว่าจะไม่มีผลกระทบเนื่องจากมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ในส่วนธุรกิจนำเที่ยวแบบ Inbound คงไม่มีผลกระทบมาก เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้เป็นเจ้าของโดยคนไทยร้อยละ 100 เพียงไม่กี่บริษัทและมีการร่วมทุนกับชาวต่างชาติในระดับหนึ่ง ส่วนธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ก็คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบมากนักเนื่องจากผู้ประกอบการไทยน่าจะเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนไทยได้ดีกว่าต่างชาติ

ภาครัฐควรมีการแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องและมีความยืดหยุ่นต่อการเปิดเสรีทั้งในสถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่จะมีการผูกพันในอนาคต ส่วนกฎหมายที่มีได้มีความเกี่ยวข้องกับการเปิดเสรีแต่เป็นกฎหมายที่ควบคุมการให้บริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ภาครัฐและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ส่วนบุคลากรที่เกี่ยวข้องในสาขาบริการท่องเที่ยวควรจะต้องมีการเพิ่มพูนและพัฒนาทักษะที่จำเป็น โดยเฉพาะทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านการบริหารจัดการที่เป็นระบบ และการพัฒนาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ระบบการจองผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งในปัจจุบันมีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายแต่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนโดยภาครัฐหรือภาคเอกชนนอกจากนี้ภาครัฐควรให้ข้อมูลความรู้และความเข้าใจแก่ภาคเอกชนเพื่อเปิดโอกาสการทำธุรกิจในต่างประเทศ

สุชนี (2555) ได้ศึกษาเรื่องการเคลื่อนไหวทางการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวแบบ Outbound โดยใช้แนวคิดแรงกดดันทางการแข่งขัน (Competitive Force) ของไมเคิล อี.พอร์เตอร์ และประเมินสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจด้วยแรงกดดัน 5 ประการ (Five Force) พบว่า แรงกดดันทางการแข่งขันด้วยปริมาณคู่แข่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ราย ทำให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวไม่ใช่เรื่องง่ายและได้ประเมินสถานการณ์ความรุนแรงของการแข่งขันทางธุรกิจไว้ 5 ด้าน ดังนี้

1. แรงกดดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (New Entrant) บริษัทนำเที่ยวต้องจดทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว 200,000 บาท กติกาข้อนี้ถือเป็นการกีดกันคู่แข่งรายใหม่ทางหนึ่ง หากนักธุรกิจหน้าใหม่ต้องการเริ่มทำธุรกิจนำเที่ยว อาจต้องคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันทางการเงิน เพราะนอกจากการวางเงินประกันไว้กับภาครัฐแล้ว ยังต้องมีค่าเช่าสำนักงานขาย ค่าพนักงานขาย ที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ทั้งยังไม่รวมค่าใช้จ่ายต่อทริป เช่นค่าไกด์ ค่าจองตั๋วเครื่องบิน ค่าจองโรงแรมล่วงหน้า ค่าจองรถ ถือเป็นการเสียที่บริษัทต้องชำระไปก่อนการเดินทางแต่ละครั้ง ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงสามารถกีดกันคู่แข่งรายใหม่ทางธุรกิจได้ระดับหนึ่ง

2. แรงกดดันจากคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม (Segment Rivalry) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยซึ่งกว่าร้อยละ 70 เป็นผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มที่รุนแรงขึ้น และการแข่งขันปัจจุบันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ดำเนินธุรกิจเหมือนกัน โปรแกรมนำเที่ยวๆเหมือนกัน และการลดราคาให้นักท่องเที่ยวอย่างดุเดือด ถือเป็นการกดดันจากคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม

3. แรงกดดันของสิ่งทดแทน (Substitute) เมื่อพิจารณาสิ่งทดแทนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้ว มีมากมายไม่ว่าจะพักผ่อน ดูรายการท่องเที่ยวที่บ้าน ทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือการสนทนากับเพื่อน การเล่นเกม การช้อปปิ้งเพื่อทดแทนรวมทั้งกิจกรรมด้านอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวได้

4. แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyer) จากการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสาร เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการประเมินทางเลือกบริษัทนำเที่ยวนั้นมีแหล่งเปรียบเทียบกับคู่แข่งจำนวนมาก เช่นทางเว็บไซต์ บริษัทนำเที่ยวที่ทำการตลาดบนโลกออนไลน์ จะชี้รายชื่อมาให้ผู้บริโภคเปรียบเทียบราคา สถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว มีอาหารได้อย่างมากมาย จึงทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้าสูงในธุรกิจท่องเที่ยวได้

5. แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของการจ้างงานภายนอก (Outsource) ธุรกิจนำเที่ยวแบบ Outbound ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ คือ 1) บริษัทตัวแทน (Agency) ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้าและคอยให้บริการกับลูกค้าโดยตรงแต่บริษัทเหล่านี้ มิได้ติดต่อ Supplier ที่ต่างประเทศเองเช่น การจองโรงแรม การจองร้านอาหาร รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอื่น 2) บริษัทแลนด์ (Land) ที่คอยคิดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และส่งให้บริษัทตัวแทน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทตัวแทนในประเทศไทยกับบริษัททัวร์ที่ต่างประเทศ ทำให้ความเสียดกอยู่กับบริษัทแลนด์มากกว่า หากโปรแกรมที่ออกแบบไม่สามารถหานักท่องเที่ยวได้ตามจำนวนที่กำหนด ย่อมส่งผลต่อการขาดทุน และหากปลายทางที่เดินทางไปขัดข้องด้วยเหตุใดก็ตาม ทางบริษัทแลนด์ต้องรับผิดชอบ 3) บริษัทนำเที่ยวชำนาญเฉพาะบางประเทศ คือบริษัทนำเที่ยวเป็นบางประเทศ เช่น อินเดีย บางบริษัทจะติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวที่อินเดียโดยตรงเนื่องจากชำนาญด้านพื้นที่ 4) บริษัทที่ใช้วิธีผสมผสาน เช่น จัดการเรื่องตัวเอง หรือสมัครเป็นตัวแทนขายตัว ส่วนการจองโรงแรม จองร้านอาหารให้บริษัทแลนด์จัดการแทน ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวสามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับความชำนาญ ความสามารถ และโอกาสของบริษัทนั้น ๆ จากข้อมูลการทำธุรกิจจะเห็นว่า ธุรกิจนำเที่ยวต้องติดต่อประสานงานกับการจ้างงานภายนอกหลายแขนง ทำให้บริษัทนำเที่ยวต้องวางแผนเรื่องค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบ

อัศรพงศ์ อั่นทอง และคณะ (2558) วิจัยเรื่องแผนงานนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในด้านดีมานด์โดย UNWTO ซึ่งวัดจากรายรับประเทศไทยเป็นที่ 7 ของโลก และที่ 1 ในอาเซียน แต่ในด้านการบริหารจัดการชะงักงัน ซึ่ง World Economic Forum (WEF) เป็นผู้จัดลำดับกลับกลายเป็นที่ 43 ของโลก เป็นรองทั้งสิงคโปร์ และมาเลเซีย และข้อมูลรายงาน WEF ในปี ค.ศ. 2013 ยังชี้อีกว่า ในบรรดาปัจจัยหลักที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไทยมีคะแนนและลำดับที่ค่อนข้างต่ำ เช่น ในด้านนโยบายอยู่ในลำดับ 4 ของอาเซียน ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมเป็นลำดับ 6 ในด้านคุณภาพการศึกษาเราอยู่ในลำดับต่ำสุดตัวชี้วัดในด้านสุขอนามัยเราอยู่ในลำดับ 5 และในด้านความปลอดภัยเราอยู่ใน

ลำดับ 7 จาก 8 ประเทศที่มีข้อมูล ตัวชี้วัดที่ไทยมีลำดับต่ำล้นเป็นตัวชี้วัดจากการบริหารจัดการของรัฐบาลจึงสรุปได้ว่า ระบบราชการที่รองรับการจัดการท่องเที่ยวยังด้อยประสิทธิภาพ ดังนั้น แม้ว่าไทยจะโดดเด่นที่สุดในบรรดาประเทศอาเซียนในเวทีโลกในแง่การรับจากการท่องเที่ยวและจำนวนผู้มาเยือน แต่ก็ค่อนข้างตกต่ำในด้านการจัดการ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ถึงโดยใช้แรงผลักดัน 5 ประการ ผู้ศึกษาวิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะออก 2 ด้าน ได้แก่

**ตาราง 15 การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์-อุปทาน แผนงานนโยบายการส่งเสริมและพัฒนา
ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่ม
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์	การวิเคราะห์ด้านอุปทาน
แบบแผนและรสนิยมและความชอบของ นักท่องเที่ยวอาเซียน	-กรณีศึกษาเปรียบเทียบภายใน อุตสาหกรรมโรงแรมในอาเซียน
-วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไทยของ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนแยกตาม รายประเทศ (สัญชาติ)	-ศึกษาประสิทธิภาพอุปทานการท่องเที่ยวใน อาเซียน: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมโรงแรม ไทย
-กลุ่มความชอบของนักท่องเที่ยวโดยอาศัย แบบจำลองทางเศรษฐมิติ สำหรับ นักท่องเที่ยวทั่วไป	-การกำหนดค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรม โรงแรม
-ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาเพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจ	

โดยในผลการศึกษารายได้เสนอข้อเสนอแนะที่สำคัญเป็นกลยุทธ์ในการยกระดับ
อุตสาหกรรมและแนวทางพัฒนาแรงงาน เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดแรงผลักดัน 5
ประการ มีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 16 กลยุทธ์ในการยกระดับอุตสาหกรรมและแนวทางพัฒนาแรงงานจากรูปแบบ
แรงผลักดัน 5 ประการ

รูปแบบแรงผลักดัน 5 ประการ (Michael E. Porter, 1980)	กลยุทธ์ในการยกระดับอุตสาหกรรมและแนวทาง พัฒนาแรงงาน
1. สภาพการณ์ของการแข่งขัน (Rivalry)	เศรษฐกิจของอาเซียนจะกระตุ้นให้คนอาเซียนมา ท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น แต่จากการวิเคราะห์ แนวโน้มการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวอาเซียนใน แต่ละตลาด พบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่าตลาดอาเซียน ค่อนข้างอ่อนไหวต่อวิกฤตการณ์ภายในประเทศไทย และการจัดเทศกาล และอีเว้นท์ขนาดใหญ่
2. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	สำหรับตลาดมุสลิมอย่างบรูไน และอินโดนีเซียควรเน้น นโยบายการพัฒนาทางห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศให้ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดมุสลิมในด้าน อาหาร การจัดพื้นที่ให้เหมาะสม ฯลฯ ก่อนที่จะดำเนินการ นโยบายส่งเสริมตลาดดังกล่าว
3. อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	การนำเสนอภาพของความหลากหลายและน่าสนใจของ แหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับตลาดที่ ตอบสนองต่อราคาค่อนข้างต่ำ เช่น ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม เป็นต้น นำเสนอภาพของ การพักผ่อน บ้านเท้ง ราตรี เที่ยวไทยได้ทั้งปี
4. การเข้ามาของคู่แข่งราย ใหม่ (Threat of new Entrants)	อัตราส่วนช่องว่างทางเทคโนโลยีในการดำเนินงานของ โรงแรมทั้งตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย พบว่า โรงแรมที่ตั้งอยู่ในประเทศทั้ง 3 มีเทคโนโลยีหรือน วัตกรรมในการดำเนินงานหรือบริหารจัดการแตกต่าง กัน โดยโรงแรมที่ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์มีเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมการดำเนินงานสูงกว่าโรงแรมที่ตั้งอยู่ใน ประเทศไทยและมาเลเซีย ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการทำ การเปรียบเทียบสมรรถนะ การจัดการความรู้ (knowledge management) การถ่ายทอดความรู้ (transferring

ตาราง 16 (ต่อ)

รูปแบบแรงผลักดัน 5	กลยุทธ์ในการยกระดับอุตสาหกรรมและแนวทาง
ประการ	พัฒนาแรงงาน
(Michael E. Porter, 1990)	
5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of Substitute)	knowledge) ภายในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์ระดับเดียวกัน เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในประเทศไทยทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การบริการจัดการอัตราการเข้าพัก การบริการจัดการขายห้องพัก การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริการจัดการโรงแรม -จัดทำข้อเสนอพิเศษ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอาจทำ ร่วมกับสายการบินที่นักท่องเที่ยวอาเซียนนิยมใช้เดินทางมายังประเทศไทย แต่ไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปของแพ็คเกจทัวร์ เพราะนักท่องเที่ยวอาเซียนมีจำนวนน้อยที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว -ควรมีการพัฒนาและผสมผสานสินค้าท่องเที่ยวเช่น สร้างสินค้าท่องเที่ยว manmade เช่น Theme parks ใหม่ในลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงความทันสมัย การช้อปปิ้ง และการท่องเที่ยวลักษณะของบันเทิงที่สนุกสนานมากกว่าการนำเสนอขายในเรื่องของวัฒนธรรม หรือ ธรรมชาติ

ดังนั้นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นการศึกษาถึงบริบทปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า การวิเคราะห์องค์ประกอบศักยภาพสภาพการแข่งขันท่องเที่ยวเดินป่าท่องเที่ยวตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่า (กรมการท่องเที่ยว, 2560) ประกอบด้วยมาตรฐาน 6 ด้านได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน, ด้านบุคลากรและบริการ, ด้านมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก โดยนำแนวคิดทฤษฎีแรงผลักดัน 5 ประการ (5

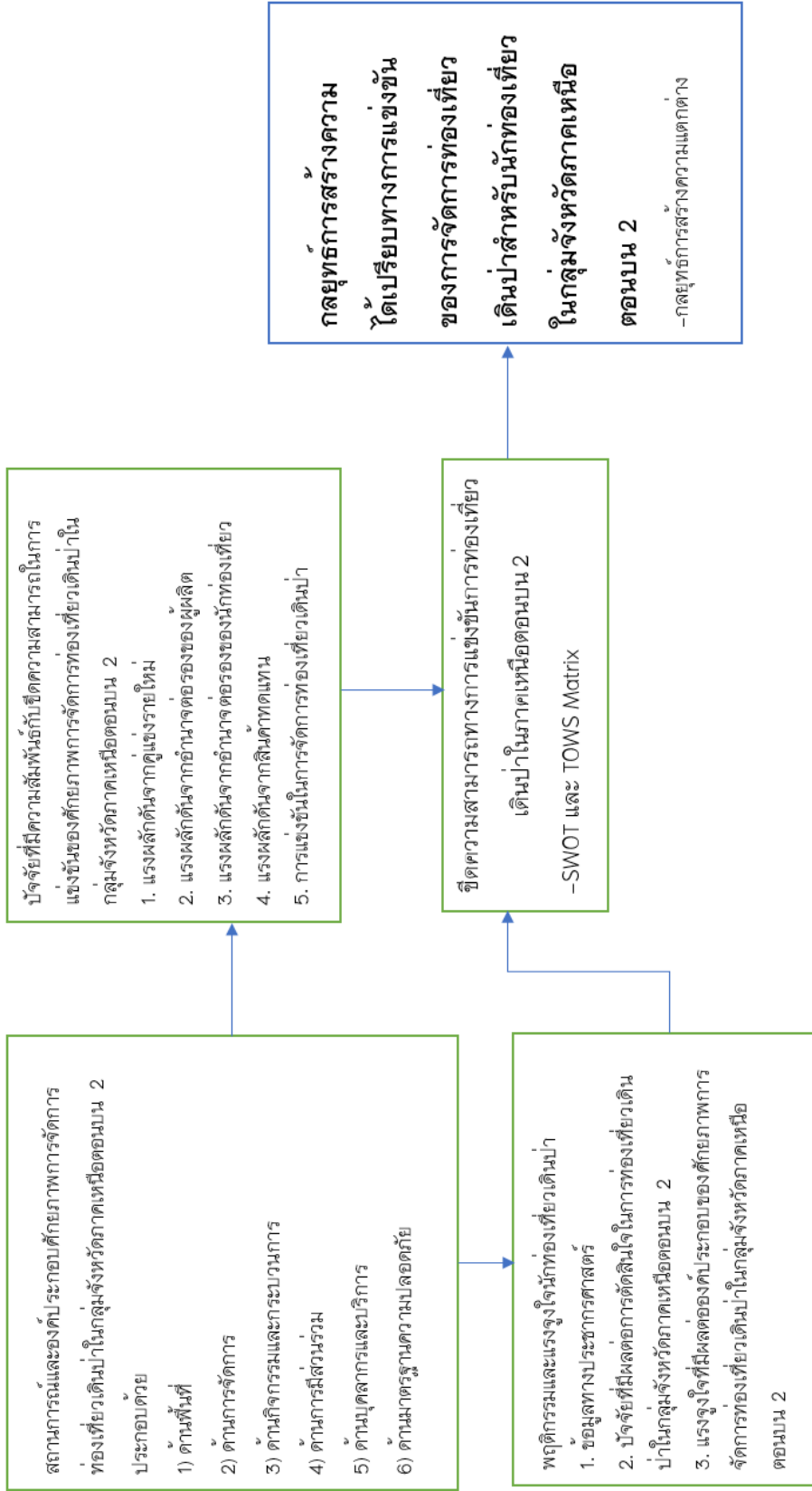
Forces Model) ทั้งการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองจากผู้ผลิต อำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยว สินค้าทดแทนและการแข่งขัน ในอุตสาหกรรม (Porter, 1980) ที่จะส่งผลสร้างแรงกระตุ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ที่แตกต่างกันออกไปตามเงื่อนไขทางธุรกิจที่ต่างกัน และการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Maslow, 1954) มาเป็นทฤษฎีหลักในการรองรับเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเดินป่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อที่ผู้วิจัยสามารถนำผลการศึกษามาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ให้ได้มาซึ่ง กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ที่เหมาะสมต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาเรื่อง เรื่อง “กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากสถานการณ์ องค์ประกอบและศักยภาพของพื้นที่เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และคัดเลือกพื้นที่แบบเจาะจงในแต่ละจังหวัดเพื่อเป็นพื้นที่ศึกษา โดยเกณฑ์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าที่สำคัญ 6 ด้านของการท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ ด้านพื้นที่/ด้านการจัดการ/ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ด้านการมีส่วนร่วม/ด้านบุคลากรและบริการ/ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งได้ศึกษาความคิดเห็นจากทั้งผู้ให้บริการในพื้นที่และผู้รับบริการ โดยการศึกษาผู้ให้บริการจะเป็นมุมมองขีดความสามารถทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเดินป่าจากผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงในการท่องเที่ยวเดินป่าของทั้ง 4 จังหวัด และอีกด้านเป็นการศึกษาผู้ใช้บริการหลักที่เป็นนักท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งเป็นกลุ่มหลักที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ และมีประสบการณ์เดินป่าทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จากนั้นเมื่อได้ทราบถึงระดับขีดความสามารถของธุรกิจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงจะนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ สังเคราะห์ร่วมกับสถานการณ์และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งนี้เมื่อทราบจะสามารถนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ผ่านกระบวนการวิจัยที่ได้ ออกแบบวิเคราะห์ผ่านสถานการณ์การเพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยนำแนวคิด ทฤษฎีการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter, 1980) ในพื้นที่เพื่อการนำเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มาเป็นทฤษฎีหลักที่ใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากนั้น สรุปผลพร้อมทั้งนำเสนอกลยุทธ์จากแนวคิดทฤษฎี คือ กลยุทธ์การสร้าง

ความแตกต่าง ที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแสดงในกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้





ตาราง 17 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ทั้งนี้ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

พื้นที่ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละจังหวัดที่เป็นตัวแทนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และผู้วิจัยได้เลือกโดยพิจารณาหลักเกณฑ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าตามเกณฑ์มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเป็นเครื่องมือในการกำหนดพื้นที่ (กรมการท่องเที่ยว, 2555) รวมทั้งมีฐานข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ต และเอกสารสิ่งพิมพ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในแต่ละจังหวัด มีเส้นทางสะดวกและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย

ตาราง 18 พื้นที่วิจัยแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่และน่าน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2	ชุมชนท่องเที่ยวเดินป่า
จังหวัดเชียงราย	บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว
จังหวัดพะเยา	บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน
จังหวัดแพร่	บ้านแม่ลัว ตำบลป่าแดง
จังหวัดน่าน	บ้านมณีพุกษ์ ตำบลงอบ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และ 4) เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ในการศึกษา

ครั้งนี้มี ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ในวัตถุประสงค์ข้อนี้ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทนที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ (ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป) ได้แก่

- (1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- (2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม
- (3) ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- (4) ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง

1.1.2 หน่วยงานของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย

(1) ผู้นำองค์กรท้องถิ่นหรือตัวแทน (ตั้งแต่ระดับจังหวัด, ระดับอำเภอ และระดับเทศบาลตำบล (ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี)

(2) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่ ผู้อำนวยการหรือผู้แทน และผู้บริหารตัวแทนของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด (ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี)

(3) หน่วยงานความมั่นคงและหน่วยงานด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัด ได้แก่ ผู้นำระดับบังคับบัญชาด้านความมั่นคง และผู้อำนวยการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี)

(4) ผู้นำชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เส้นทางเดินป่า

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกรณี (Case Study Research) เนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญและเข้าใจสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 รวมทั้งเข้าใจในขั้นตอนการทำกิจกรรม ที่มาของโครงการหรือกิจกรรมที่มาจากส่วนราชการ การดำเนินกิจกรรม รวมทั้งวิธีการที่ทำให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละจังหวัดและมีความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่ามากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ตามรายละเอียดดังนี้

ตาราง 19 แสดงกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ (ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป)	
-ผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักแรม	5
-ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	20
-ผู้ประกอบการที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ การขนส่งอาหารและเครื่องดื่ม	5
-มัคคุเทศก์อาชีพ (มีใบอนุญาตประกอบอาชีพมัคคุเทศก์)	10
2. บุคลากรจากรัฐและสมาคมด้านการท่องเที่ยว (ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี)	
-ผู้อำนวยการหรือผู้แทนของสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด	1
-ผู้อำนวยการหรือผู้แทนด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัด	1
-ผู้นาองค์กรท้องถิ่นหรือตัวแทนระดับท้องถิ่น	1
-ผู้อำนวยการหรือผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1
-ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยวหรือตัวแทนสมาคมการท่องเที่ยว	1
-นายกสมาคมหรือตัวแทนสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ	1
-หอการค้าจังหวัดหรือตัวแทนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1
-นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ	1

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำแนกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ ดังนี้

ตาราง 20 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

จังหวัด	เชียงราย*	พะเยา*	แพร่*	น่าน*
1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ (ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป)	25	5	5	5
2.บุคลากรจากรัฐและสมาคมด้านการท่องเที่ยว (ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี)	5	1	1	2
รวม	30	6	6	7

*เนื่องจากสถานการณ์ผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 บางส่วนหยุดดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและไม่ได้ต่ออายุใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

2. ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสภาพสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยเจาะจงเลือกมาจากลักษณะเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกรณี (Case Study Research)

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ และงานวิจัย (Content Analysis) ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารข้อมูลของพื้นที่ หรือรวบรวมข้อมูลผลจากการดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวเดินป่า โดยแหล่งของข้อมูลได้ขอจากหน่วยงานราชการ เช่น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ แล้วนำข้อมูลทุติยภูมินี้มาวิเคราะห์ และรวบรวมใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาสภาพสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่โดยผู้วิจัยศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการพัฒนาหรือสกัดมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ

ทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงการปฏิบัติงานภาคสนาม สังเกตทรัพยากรการท่องเที่ยว ความพร้อมต่าง ๆ ในการให้บริการ ผู้ศึกษาได้สกัดองค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ได้ดังนี้ คือ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย มาเป็นคำถามปลายเปิด

2. ในการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบของการจัดท่องเที่ยวเดินป่า โดยตรวจสอบความสอดคล้องของโครงสร้างและเนื้อหาด้วยการตรวจสอบความตรงความเที่ยงตรง (Content Validity) และในการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาผู้วิจัยที่สร้างขึ้นมานำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวป่า 5 ท่าน โดยวิธี Item-Objective Congruence Index (IOC) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปนำมาเป็นคำถามได้ส่วนที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ให้นำไปปรับข้อคำถามใหม่ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 และเมื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) แล้วก็ทำการแก้ไขในแต่ละข้อให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อยืนยันตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

แล้วนำมาแทนค่าในสูตร
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือลักษณะพฤติกรรม

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยตามขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ด้านพื้นที่จำนวน 4 ข้อ/ ด้านการจัดการจำนวน 4 ข้อ/ ด้านกิจกรรมและกระบวนการจำนวน 4 ข้อ/ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนจำนวน 3 ข้อ/ ด้านบุคลากรและบริการจำนวน 3 ข้อ

และด้านมาตรฐานและความปลอดภัยจำนวน 4 ข้อ รวมองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่ามีทั้งหมด 6 ด้าน 22 ตัวชี้วัด

3. นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ประเมินมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลองค์ประกอบสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อมาจัดทำแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างของโดยคำถามที่ได้มาจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจึงได้นำมาตั้งเป็นคำถามเพื่อหาประเด็นเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในสายงานนั้นด้วยการ ทดสอบสามเส้า (Triangulation Method) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องสามเส้าด้านข้อมูล โดยพิจารณาจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกัน และได้ทำการพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551) โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้การตรวจสอบความสอดคล้องสามเส้าด้านข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน และบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้พบว่า ในสถานที่ที่แตกต่างกันและบุคคลที่แตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้ไม่มีความแตกต่างกันจึงสามารถใช้คำถามงานวิจัยนี้ได้

4. จัดทำแบบประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 สถานการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตอนที่ 3 ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับโดยแบ่งเป็น 6 หัวข้อ ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อนำมาสร้างเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale คำนวณเกณฑ์ประเมินเป็นอันตรภาค 5 ชั้น มีค่าเท่ากับ 0.80 และได้กำหนดระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย	ความหมายของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า
4.21–5.00	ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ในระดับสูงมาก
3.41–4.20	ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ในระดับสูง
2.61–3.40	ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ในระดับปานกลาง
1.81–2.60	ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ในระดับต่ำ
1.00–1.80	ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ในระดับต่ำที่สุด

5. นำไปใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล อภิปราย และสรุปผลการศึกษาประกอบการชักถามถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติหรือการดำเนินการเพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้วิจัยออกแบบการสร้างความเที่ยงตรงทั้งภายนอกและภายในเพื่อสร้างคุณภาพของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) ผู้วิจัยออกแบบให้สามารถสรุปผลไปอ้างอิงประชากรเป้าหมายได้ทั้งหมดจากการเลือกตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

3.1 ความเที่ยงตรง (Validity) นำไปตรวจสอบน่าเชื่อถือจากจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว, ุปนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, ตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและตัวแทนมัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน ซึ่งผลจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruency: IOC) คำนวณเฉลี่ย ทั้งฉบับได้ 0.85

3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) นำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) แบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) โดยใช้ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ตามสูตรของครอนบัค (Cronbach, 1990) ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ประกอบการจำนวน 30 คน ซึ่งคำนวณค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับได้ 0.91

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเอง ซึ่งมีข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาศึกษาและนำมาประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย เอกสารประเภทหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารทางวิชาการและรายงานการวิจัยต่างๆ วารสารจากข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นข้อมูลข่าวสารประกอบการศึกษาในครั้งนี้

4.2 ลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ประกอบการซักถามถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำมาบรรยายถึงลักษณะของข้อมูลที่ได้ทั้งรูปแบบของตาราง ข้อความ แผนภูมิและกราฟต่างๆ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดิโน

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการเสวนากลุ่มและการสัมภาษณ์

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเดินป่าและพักค้างคืนมากกว่า 24 ชั่วโมง ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติจำแนกตามจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย, พะเยา, แพร่ และน่าน จากปี พ.ศ.2562 เป็นจำนวน 878,472 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเดินป่า และพักค้างคืนมากกว่า 24 ชั่วโมง ในพื้นที่จำแนกตามจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย, พะเยา, แพร่ และน่าน จากปี พ.ศ. 2562 เป็นจำนวน 878,472 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561) แม้ทราบว่า จำนวนประชากรมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการอุทยานแห่งชาติแต่ไม่ปรากฏจำนวนนักท่องเที่ยวเดินป่า เนื่องจากไม่มีการบันทึกสถิติไว้ ทางผู้วิจัยจึงใช้วิธีสถิติเชิงอนุมานจากจำนวนดังกล่าว และวิธีการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาของคอกเรน (Cochran, 2009) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$ และหากระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.58$

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้ เกิดขึ้นได้ 5% และสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจเท่ากับ 0.5 ของประชากรที่ต้องการเท่ากับ

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$4e^2$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$4(0.05)^2$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = 384 ตัวอย่าง (ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน) ซึ่งการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Closed Ended Response Questions) โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินป่าที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตอนที่ 3 แรงจูงใจที่มีผลต่อศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามองค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยแบ่งเป็น 6 หัวข้อ ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัยโดยการนำการดำเนินวิธีวิจัยผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหาผ่านผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และทดสอบความน่าเชื่อถือจากเก็บจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale คำนวณเกณฑ์ประเมินเป็นอันตรภาค 5 ชั้น มีค่าเท่ากับ 0.80 และได้กำหนดระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย	ความหมายของระดับแรงจูงใจ
4.21-5.00	แรงจูงใจอยู่ในระดับสูงมาก
3.41-4.20	แรงจูงใจอยู่ในระดับสูง
2.61-3.40	แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	แรงจูงใจอยู่ในระดับต่ำ
1.00-1.80	แรงจูงใจอยู่ในระดับต่ำมาก

2.1 การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยออกแบบการสร้างความเที่ยงตรงทั้ง ภายนอกและภายในเพื่อสร้างคุณภาพของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) ผู้วิจัยออกแบบให้สามารถสรุปผลไปอ้างอิงประชากรเป้าหมายได้ทั้งหมด ด้วยการสุ่มตัวอย่าง และความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity) พิจารณาทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โครงสร้างแบบสอบถาม ความเที่ยงตรงของเนื้อหา และภาษาที่ใช้จากผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่า จำนวน 5 ท่าน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruency: IOC) คำนวณค่าได้ระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 ผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหาให้แต่ละคนพิจารณา ลงความเห็น และให้คะแนนดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

แล้วนำมาแทนค่าในสูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือลักษณะพฤติกรรม

ΣR หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาทั้งหมด
N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ประเมินมาวิเคราะห์เพื่อมาจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามที่ได้มาจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจึงได้นำมาตั้งเป็นคำถามเพื่อหาประเด็นเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในสายงานนั้นด้วยการ ทดสอบสามเส้า (Triangulation Method) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องสามเส้าด้านข้อมูล โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้การตรวจสอบความสอดคล้องสามเส้าด้านข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน และบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้พบว่า ในสถานที่ที่แตกต่างกันและบุคคลที่แตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้ไม่มีความแตกต่างกันจึงสามารถใช้คำถามงานวิจัยนี้ได้

2.3 นำไปใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล อภิปราย และสรุปผลการศึกษาประกอบการชักถามถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยออกแบบการสร้างความเที่ยงตรงทั้งภายนอกและภายในเพื่อสร้างคุณภาพของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) ผู้วิจัยออกแบบให้สามารถสรุปผลไปยังอิงประชากรเป้าหมายได้ทั้งหมดจากการเลือกตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

3.1 ความเที่ยงตรง (Validity) นำไปตรวจสอบน่าเชื่อถือจากจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว, อุปนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, ตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและตัวแทนมัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน ซึ่งผลจากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruency: IOC) ได้เท่ากับ 0.982

3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) นำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) แบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) โดยใช้ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ตามสูตรของครอนบัค (Cronbach, 1990)

ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ซึ่งคำนวณค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับได้ 0.933

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการสอบถามจากแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตามพื้นที่เส้นทางเดินป่าและจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มาเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติจำแนกตามจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย, พะเยา, แพร่ และน่าน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า 6 ด้าน คือ ด้านพื้นที่/ด้านการจัดการ/ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/ด้านบุคลากรและการบริการ/ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการเก็บข้อมูล จากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีคุณสมบัติเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดินป่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 ของผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทนมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเที่ยว

ตาราง 21 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว และจำนวนมัคคุเทศก์

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว (กิจการ)	จำนวนมัคคุเทศก์ (คน)
เชียงราย	115	1532
พะเยา	10	177
แพร่	5	87
น่าน	32	86

ที่มา: สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเข้าเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2561

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทน มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเข้าเที่ยว ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยทำการเก็บจากจำนวนประชากรทั้งหมดโดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวน 20 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 80 ในการตอบรับ

ตาราง 22 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเข้าเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/ มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเข้าเที่ยว*	จังหวัด			
	เชียงราย	พะเยา	แพร่	น่าน
บริษัทนำเข้าเที่ยว	14	1	0	1
มัคคุเทศก์อาชีพ	4	0	0	0
รวม	18	1	0	1

*เนื่องจากสถานการณ์ผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 บางส่วนหยุดดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและไม่ได้ต่ออายุใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว

2. ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Closed Ended Response Questions) โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) จากแรงผลักดันทั้งห้าที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ 1) การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ 2) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต 3) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว 4) สินค้าทดแทน 5) การแข่งขันในอุตสาหกรรม ของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยใช้การศึกษา ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อนำมาสร้างตัวแปรและออกแบบข้อคำถาม ทั้งตัวแปรกลุ่ม ตัวแปรอันดับ และตัวแปรอันดับภาคขึ้น นำมาดำเนิ่วิธีการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ได้แก่ อุปนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, ผู้อำนวยการด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและตัวแทนมัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพ รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน

2.2 นำประเด็นคำถามที่ได้จัดทำเป็นแบบสอบถามและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทนมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวเดินป่าผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) จำนวน 20 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 16 ท่าน มัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพ จำนวน 4 ท่าน

2.3 นำผลจากแบบสอบถามมาสรุปผลการวิเคราะห์ของแรงผลักดัน 5 ประการ ได้แก่ 1) แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ 2) แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต 3) แรง

ผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว 4) แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน 5) การแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในการสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ดังนี้

2.4 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ระดับแรงผลักดัน 5 ประการซึ่งเป็นผลสรุประดับแรงผลักดันในแต่ละตัวชี้วัดของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่ามาหาค่าถ่วงน้ำหนัก เนื่องจากปัจจัยย่อยในแต่ละแรงผลักดัน 5 ประการส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในระดับที่แตกต่างกัน คือ แรงผลักดันในระดับต่ำ ระดับปานกลาง และระดับสูง ผู้วิจัยจึงมีการกำหนดค่าความสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบค่าถ่วงน้ำหนักดังนี้

2.4.1 แรงผลักดันระดับต่ำ แทนด้วยค่าคะแนน 1

2.4.2 แรงผลักดันระดับปานกลาง แทนด้วยค่าคะแนน 2

2.4.3 แรงผลักดันระดับสูง แทนด้วยค่าคะแนน 3

2.5 นำมารวบรวมคำนวณกับผลการประเมินระดับแรงผลักดัน 5 ประการจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ทั้งหมด 20 แห่ง เพื่อให้เห็นค่าแรงผลักดันจากได้ชัดเจนจากน้ำหนักที่แตกต่างกันของตัวชี้วัดที่ส่งผลในแต่ละด้าน เนื่องจากในตัวชี้วัดเดียวกันหากมองในมิติที่แตกต่างก็จะส่งผลสร้างแรงผลักดันที่แตกต่างได้ด้วยเช่นกัน จึงนำมาเป็นข้อสรุปผลที่มีความถูกต้องและแม่นยำ ในการประเมินศักยภาพความสามารถทางการแข่งขันการท่องเที่ยวเดินป่า มีรายละเอียดดังนี้

2.6 นำผลมาวิเคราะห์ผลรวมค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละแรงผลักดันจะเท่ากับ 1.00 แทนค่าแรงผลักดันระดับต่ำด้วยค่าคะแนน 1 แรงผลักดันระดับปานกลางแทนค่าคะแนน 2 และแรงผลักดันระดับสูงแทนค่าคะแนน 3 จากนั้นหารด้วยจำนวนข้อ ทั้งหมดของแต่ละแรงผลักดัน เพื่อให้ได้ผลของค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละข้อ และนำผลค่าเฉลี่ยจากการประเมินระดับแรงผลักดันคูณด้วยค่าถ่วงน้ำหนักข้างต้น

จากทฤษฎีแรงผลักดันทั้งห้าในการทำธุรกิจ (Five Force Model) สามารถแปลความหมาย ระดับแรงผลักดันทั้งห้ากับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้ ดังนี้

1. เกิดแรงผลักดันระดับต่ำ ในการทำธุรกิจหมายความว่า จะส่งผลให้ระดับขีดความสามารถในการทำกำไรจะสูงขึ้น ไม่เกิดการเพิ่มต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการแข่งขัน ดังนั้นจึงส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับสูง

2. เกิดแรงผลักดันปานกลาง ในการทำธุรกิจหมายความว่า ระดับขีดความสามารถในการทำกำไรจะอยู่ในระดับปานกลาง จึงส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางด้วย

3. เกิดแรงผลักดันระดับสูง ในการทำธุรกิจหมายความว่า เกิดความเข้มข้นสูงในการแข่งขันจะส่งผลให้ระดับความสามารถในการทำกำไรจะต่ำลง ส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำตามมาเช่นกัน เนื่องจากจะเกิดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปใช้สำหรับการแข่งขัน

ดังนั้น สามารถแปรผลคะแนนการประเมินเพื่อให้ความหมายขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้ดังนี้

คะแนน 0.01–1.00 หมายถึง ขีดความสามารถการแข่งขันอยู่ในระดับสูง

คะแนน 1.01–2.00 หมายถึง ขีดความสามารถการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 2.01–3.00 หมายถึง ขีดความสามารถการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยออกแบบการสร้างความเที่ยงตรงทั้งภายนอกและภายในเพื่อสร้างคุณภาพของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) ผู้วิจัยออกแบบให้สามารถสรุปผลไปอ้างอิงประชากรเป้าหมายได้ทั้งหมดจากการเลือกตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ความตรงของเนื้อหา (Content Validity)

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในวัตถุประสงค์ที่ 3 ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) พิจารณาทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โครงสร้างแบบสอบถามความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้จากผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ จำนวน 5 ท่าน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruency: IOC) คำนวณค่า ได้ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหาให้แต่ละคนพิจารณาถึงความเห็นและให้คะแนนดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

แล้วนำมาแทนค่าในสูตร
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับเนื้อหาหรือลักษณะพฤติกรรม

ΣR หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าดัชนี IOC คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น ถ้าข้อคำถามใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.60 ข้อคำถามนั้นถูกตัดออกไปหรือต้องปรับปรุงใหม่ โดยนำไปตรวจสอบความตรงของเนื้อหากับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว, นักวิชาการด้านการจัดการ และนักวิชาการด้านยุทธศาสตร์ภูมิภาค, ผู้อำนวยการหรือผู้แทนด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัดและตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน ซึ่งผลความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับเนื้อหาผู้วิจัยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องได้ 0.994

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการสอบถามจากแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ได้ไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทนภาคเอกชนที่มีใบอนุญาตนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวเดินป่าผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

2. แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ใน 6 ด้าน คือ ด้านพื้นที่/ด้านการจัดการ/ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/ด้านบุคลากรและการบริการ/ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย ใช้ค่าเฉลี่ย (μ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science) For Window Version 21 วิเคราะห์

ถดถอยกับตัวแปรอิสระที่มากกว่า 1 ตัวแปร ด้วยวิธีการเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบ Backward โดยเขียนในรูปของสมการ ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y ค่าของตัวแปรตาม

β_0 และ β_1 ค่าคงที่และสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระในสมการ (ประชากร)

X ค่าของตัวแปรอิสระ

e ค่าความคลาดเคลื่อน

ใช้สมการทำนายการเปลี่ยนแปลงจากตัวแปรต้นเพื่อทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามโดยใช้สัมประสิทธิ์การทำนาย R^2 (Coefficient of Multiple Determination) ค่า R^2 มีค่าระหว่าง 0 ถึง 100

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การศึกษาเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยจะทำการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1, 2 และ 3 มาจัดทำร่างกลยุทธ์ จากนั้นดำเนินการขึ้นเพื่อพัฒนาและสรุปผ่านการประชุมกลุ่มย่อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือตัวแทนมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวเดินป่าผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เป็นการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) จำนวน 20 ท่าน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เลือกมาอย่างเจาะจง (ชาย โภธิสิตา, 2554) กำหนดเกณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 2 ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป ประกอบด้วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 16 ท่าน มัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพ จำนวน 4 ท่าน

ตาราง 23 แสดงกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/ มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตนำเที่ยว	จังหวัด			
	เชียงราย	พะเยา	แพร่	น่าน
บริษัทนำเที่ยว	14	1	0	1
มัคคุเทศก์อาชีพ	4	0	0	0
รวม	18	1	0	1

2. ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 คือ แบบบันทึกประเด็นการสนทนากการวิเคราะห์ จากการประชุมกลุ่มย่อย มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดิินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 20 ท่าน และนำผลการวิเคราะห์จากวัตถุประสงค์ที่ 1, 2 และ 3 มาวิเคราะห์ด้วย SWOT และ TOWS Matrix

2. นำผลการวิเคราะห์ที่ได้ มาจัดร่างกลยุทธ์เสนอกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดิินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือตอนบน 2 มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 20 ท่าน

3. ปรับปรุงร่างกลยุทธ์และนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. จัดทำกลยุทธ์และนำเสนอต่อผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดิินป่า ในพื้นที่ศึกษาเพื่อกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดิินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 4 ผู้วิจัยออกแบบให้มีความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) ให้มีทั้งตัวแทนจากธุรกิจ สมาคมที่เกี่ยวข้องโดยตรง หน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจเกี่ยวข้องทางอ้อมเข้ามามีส่วนในกระบวนการศึกษาเพื่อให้ผลการศึกษาศาสามารถทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ และออกแบบสร้างความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity) ดังนี้

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) นำไปตรวจสอบน่าเชื่อถือจากจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดิินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือตอนบน 2 และตัวแทนมัคคุเทศก์เดิินป่าอาชีพ รวมทั้งสิ้น 20 ท่าน คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruency: IOC) คำนวณค่า ได้ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหาให้แต่ละคนพิจารณาถึงความเห็นและให้คะแนนดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
 -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
 แล้วนำมาแทนค่าในสูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือลักษณะ
 พฤติกรรม

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาทั้งหมด
 N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าดัชนี IOC คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะ
 เฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น ถ้าข้อคำถามใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.60 ข้อคำถามนั้นถูกตัดออกไป
 หรือต้องปรับปรุงใหม่

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เป็นการ
 เก็บรวบรวมข้อมูลอภิปรายแลกเปลี่ยนมาวิเคราะห์ มีการบันทึกประเด็นการสนทนาจากการ
 ประชุมกลุ่มย่อย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จำแนก
 และสรุปเป็นประเด็นของกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จาก
 การประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือ
 ตอนบน 2 จำนวน 20 ท่าน และยืนยันผลจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective
 Congruency: IOC) คำนวณเฉลี่ย 0.95 เพื่อนำมาจัดทำกลยุทธ์และนำเสนอต่อผู้ประกอบการ
 และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ศึกษาเพื่อกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์
 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative & Qualitative) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตามรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยจากบทที่ 3 โดยมีผลวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยนำเสนอเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ในการวิจัยครั้งนี้ แยกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย

1. ผู้อำนวยการหรือผู้แทนของสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ได้แก่ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย เนื่องจากมีการวางแผนและนโยบายการด้านการท่องเที่ยวกับกลุ่มยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

2. ผู้อำนวยการหรือผู้แทนด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ จังหวัด ได้แก่ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยหลวง และผู้อำนวยการสำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 13 เป็นผู้บริหารและดำเนินนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์พื้นที่ป่าอนุรักษ์เดิมที่มีอยู่และพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมให้กลับสมบูรณ์ ด้วยกลยุทธ์การส่งเสริม กระตุ้น และปลูกจิตสำนึกให้ ชุมชนมีความรู้สึกหวงแหน และการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรท้องถิ่น

3. ผู้อำนวยการท้องถิ่นหรือตัวแทนระดับท้องถิ่น ได้แก่ รองนายกเทศมนตรี ตำบล อบ และนายกเทศมนตรีตำบลบ้านปาง ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในฤดูกาลท่องเที่ยว

4. ผู้อำนวยการหรือผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานน่าน เนื่องด้วยเป็นผู้นำเสนอภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ให้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

5. ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยวหรือตัวแทนสมาคมการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่ปรึกษาการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เนื่องด้วยมีประสบการณ์ในธุรกิจท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และทำงานร่วมกับภาครัฐและเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

6. นายกสมาคมหรือตัวแทนสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ ได้แก่ นายกสมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงราย และอุปนายกสมาคมการท่องเที่ยวไทยเชิงอนุรักษ์

7. หอการค้าจังหวัดหรือตัวแทนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการกิจการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยาและจังหวัดน่าน

8. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ ได้แก่ อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ตอนที่ 2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม สัมภาษณ์ เก็บข้อมูล และลงสำรวจพื้นที่และเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรับทราบสถานการณ์และประเด็นที่สำคัญต่าง ๆ ของสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน มัคคุเทศก์เดินป่า และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละจังหวัดและมีความรู้และประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป โดย

การนำมาวิเคราะห์ร่วมกับมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งได้แก่ ด้านพื้นที่/ ด้านการจัดการ/ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย ผลการศึกษาสามารถจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การท่องเที่ยวเดินป่า (Trekking tour) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รูปแบบหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชมกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้ และความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เริ่มต้นมาประมาณ 30 ปี โดยมีการพัฒนาเส้นทางเดินป่าเพื่อเป็นการให้การศึกษาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดทำเส้นทางในรูปแบบใกล้เคียงมาตรฐานสากล จึงได้มีขึ้นและถูกกำหนดไว้ในแผนการจัดการอุทยานแห่งชาติทุกแห่ง แต่เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด และในระยะ แรกๆ พื้นฐานความรู้ความชำนาญในเรื่องการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ถูกต้องมีไม่มาก จึงทำให้การพัฒนาเส้นทางยังไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ จนกระทั่งในปีพ.ศ. 2535 จึงได้เริ่มมีการพัฒนาเส้นทางในอุทยานแห่งชาติขึ้นอย่างจริงจัง โดยได้มีการว่าจ้างให้มีการสำรวจ ออกแบบ เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ และส่วนอุทยานแห่งชาติ ได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจเส้นทางเพื่อกำหนดเป็นเส้นทางสื่อความหมายที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ ตาก ลำพูน

การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในภาคเหนือตอนบน มีการดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 (ปฐพี อาคมานนท์ มอนซอน และคณะ, 2525) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนท้องถิ่น พบว่า เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเป็นกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมตลอดมาควบคู่กับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยสภาพภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายมีภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีพื้นที่ราบค่อนข้างน้อย ทำให้อากาศเย็นตลอดปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 ที่ดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่ และตลาดเฉพาะกลุ่ม ให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือที่สำคัญมี 3 เส้นทาง คือ 1) ลำน้ำกก บริเวณจังหวัดเชียงราย และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เส้นทางลำน้ำแดง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ 3) บริเวณลำน้ำปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีจำนวนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้จัดทำ

โปรแกรมนำเที่ยวเดินป่าเนื่องจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก เป็นสาเหตุให้มีภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูงและได้พยายามหาจุดขายใหม่ๆ ส่งผลให้มีผู้ลงทุนเข้ามาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามากขึ้นด้วยทำให้เกิดการพัฒนาเส้นทางเดินป่าในพื้นที่อื่น ๆ ในภาคเหนือ

จากการลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองของผู้วิจัยและการสัมภาษณ์ทั้งภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ ประกอบด้วยผู้บริหาร บริษัทนำเที่ยว Thai Localista กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีเส้นทางที่มีศักยภาพหลายพื้นที่ มีทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจ และวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ทั้งนี้การท่องเที่ยวเดินป่าในปัจจุบันมีต้นทุนที่สูงขึ้น เนื่องจากราคาต้นทุน วัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพราะในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในระยะเริ่มแรกจะมีค่าใช้จ่ายในส่วนดำเนินงานสำรวจเส้นทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางและช่วงของเส้นทาง กิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเดินป่า เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ทั้งนี้จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต้นทุนต่อการจัดทริปเดินป่าต่อครั้ง แปรผันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละทริป รวมทั้งค่าจ้างมัคคุเทศก์อาชีพที่มีอัตราเฉลี่ยอยู่ 1,000–1,500 ต่อคน โดยทางบริษัทได้ ไม่รวมค่าอาหารและเดินทางของมัคคุเทศก์ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อการเดินป่าได้กำหนดไว้ไม่เกิน 10 คนต่อมัคคุเทศก์ 1 คน โดยมีเส้นทางเดินป่าประจำที่บริษัทได้ประสานงานกับชุมชนทั้งที่พักและอาหาร ได้แก่ CBT (Community-based Tourism) บ้านจำโบ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เนื่องจากการดำเนินงานแบ่งปันผลประโยชน์และแผนพัฒนาร่วมกับชุมชนอย่างชัดเจน

ในการแข่งขันการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีผู้ประกอบการที่เข้ามาเป็นตัวแทนนำเที่ยวจำนวนน้อย ทำให้การแข่งขันยังไม่รุนแรง นับเป็นโอกาสของที่จะผลักดันผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า และชุมชนเดินป่า ให้พัฒนาร่วมกันอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตามปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าได้รับผลกระทบคือ การไม่รักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ป่าจากชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่เดินป่า ทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความเสื่อมโทรม รวมทั้งฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาสั้น ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าต้องจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อรักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้ดำเนินการได้ต่อไป (ปณต ประคองทรัพย์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2565)

2. รูปแบบการบริหารธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและมาตรฐานการดำเนินงาน

ผู้ศึกษาได้ทำการสอบถามและค้นคว้าข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ากับสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ (2561) ณ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ในปี พ.ศ. 2564-2565 มีจำนวนดังนี้

ตาราง 24 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนมัคคุเทศก์

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว	จำนวนมัคคุเทศก์
เชียงราย	115	1532
พะเยา	10	177
แพร่	5	87
น่าน	32	86
รวม	162	3,414

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ ได้อธิบายว่า จำนวนบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งจดทะเบียนเพิ่มและยุติกิจการ อีกทั้งจำนวนมัคคุเทศก์เดินป่าที่ขึ้นทะเบียน ได้ถูกปรับเปลี่ยนสถานะให้เป็นมัคคุเทศก์แบบภูมิภาค (ภาคเหนือ) จำนวนทั้งสิ้น 1,803 คน โดยทางสำนักทะเบียนไม่มีการจำแนกเป็นรายจังหวัด ทั้งนี้รูปแบบการบริหารธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามี 2 ลักษณะ คือ 1) กิจกรรมเดินป่าที่ผ่านตัวแทนนำเที่ยวแต่เป็นกลุ่มขนาดเล็ก ไม่เกิน 20 คนต่อคณะ 2) เป็นนักท่องเที่ยวยิสระที่ติดต่อกับอุทยานโดยตรงและให้อุทยานเป็นผู้ให้จัดหาร่วมคณะเดินทางกับนักเดินป่ากลุ่มอื่น ๆ ในการจัดตั้งกิจการธุรกิจนำเที่ยวเดินป่า จะต้องดำเนินการตามข้อกำหนด 2 ฉบับคือ ประมวลกฎหมายแห่งแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยประเภทขององค์การทางธุรกิจ และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2555

การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากข้อมูลของสถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563 (กรมการท่องเที่ยว, 2560) โดยผู้ศึกษานำมาเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการของอุทยานแห่งชาติ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2560) มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 25 เปรียบเทียบจำนวนสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวของ
อุทยานแห่งชาติในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ระหว่างปี พ.ศ 2560-
2563

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (ผู้เข้าพักแรมจำแนกตามประเภทที่พักและ พาหนะ (กรรมการท่องเที่ยว, 2560))				จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการอุทยานแห่งชาติ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2560)			
	เชียงราย	พะเยา	แพร่	น่าน	เชียงราย	พะเยา	แพร่	น่าน
2560	5,505,369	614,599	749,222	477,321	169,660	125,230	15,088	228,448
2561	3,676,497	201,739	856,088	293,934	366,940	70,009	19,124	195,367
2562	3,239,010	320,618	409,872	255,901	2,020,331	158,557	32,689	240,371
2563	2,173,683	411,082	514,970	645,167	1,095,465	99,151	14,621	210,730

จากข้อมูลสถิติเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดที่มีปริมาณ
นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดได้แก่ จังหวัดเชียงราย รองลงมาได้แก่ จังหวัดแพร่, น่าน และ
พะเยา แต่จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ จังหวัดเชียงราย รองลงมาได้แก่
จังหวัดน่าน, พะเยา และแพร่ ตามลำดับ

3. รายได้ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้ศึกษาได้ทำการเปรียบเทียบสถิติผลรวมรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด
ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563 และผลรวมจากเงินรายได้เพื่อบำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติของแต่ละ
จังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563 มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 26 เปรียบเทียบสถิติผลรวมรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดระหว่างปี พ.ศ. 2560–2563

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)				รายได้เพื่อบำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติ (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2) (บาท)			
	เชียงใหม่	พะเยา	แพร่	น่าน	เชียงใหม่	พะเยา	แพร่	น่าน
2560	6,942.32	336.44	424.89	795.58	826,270	1,254,055	1,198,720	8,582,465
2561	7525.42	360.87	469.38	853.67	819,430	1,750,550	1,103,930	9,330,275
2562	7959.28	370.42	380.34	883.13	1,116,210	2,161,390	1,279,980	10,698,570
2563	14,950	829	985	1,560	547,850	1,807,820	645,270	10,135,725
รวม	37,377.02	1,896.73	2,259.61	4,092.38	3,309,760	6,973,815	4,227,900	38,747,035

ที่มา: สถิติด้านการท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สถิติรายได้ของอุทยานแห่งชาติประเทศไทย (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2) ปี 2560–2563

จากตารางรายได้ เมื่อนำมาศึกษาพบว่า รายได้ที่จากการท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ เชียงราย, น่าน, แพร่ และพะเยา ตามลำดับ ในขณะที่รายได้ของอุทยานแห่งชาติที่มากที่สุดได้แก่ น่าน รองลงมาได้แก่ พะเยา, แพร่ และเชียงราย จำแนกเป็นรายได้ของค่าธรรมเนียมเข้าใช้บริการของอุทยานแห่งชาติ แต่ไม่มีการแยกลักษณะของค่าใช้บริการอาหารเครื่องดื่มหรือที่พัก เป็นที่น่าสนใจว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าอุทยานแห่งชาติ (เตรียมการ) ยังไม่สามารถจัดเก็บรายได้ค่าบำรุงรักษาอุทยานได้ตามระเบียบของพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ ทำให้รายได้บำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติของจังหวัดเชียงรายมีน้อยที่สุด กลุ่มผู้ใช้บริการหลัก คือ นักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางเข้าไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติเพื่อกิจกรรมนันทนาการ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เล่นน้ำตก ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เป็นกลุ่มครอบครัว ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่า มีจำนวนน้อยโดยจากการให้ข้อมูลเพิ่มเติมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ร้อยละ 50 จากตัวแทนบริษัทตัวแทนนำเที่ยว (Travel Agent) และส่วนที่เหลือร้อยละ 50 เป็นการเข้าติดต่ออุทยานแห่งชาติด้วยตนเอง

ตอนที่ 3 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

2

การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้ศึกษาได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์สถานการณ์ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าที่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเดินป่า มาพัฒนาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเดินป่า โดยคัดเลือกพื้นที่จากการสำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาจุดหมายปลายทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละจังหวัด ที่เป็นตัวแทนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยเลือกศึกษาชุมชนที่มีพื้นที่ขอบเขตทั้งนอกและในอุทยานแห่งชาติของแต่ละจังหวัด ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีระบบนิเวศวิทยาที่สมบูรณ์ และเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่

1. บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
3. บ้านแม่ลัว ตำบลป่าแดง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่
4. บ้านมณีพฤกษ์ ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

โดยการศึกษาศักยภาพแบ่งตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่ามีทั้งหมด 6 ด้าน 22 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย มีอธิบายตามรายละเอียด ดังนี้

1. บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว จังหวัดเชียงราย

เส้นทางเดินป่าบ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติลำนํ้ากก เป็นชุมชนริมแม่น้ำกกที่มีชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันประกอบด้วย ชาติพันธุ์ปกาเกอะญอ อาข่าและลาหู่ ดำเนินชีวิตอยู่กับธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินป่าได้แก่ การนั่งเรือ ล่องแพ ตั้งแคมป์ นั่งช้างและการค้างแรมในหมู่บ้านชาวเขา จากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการบริษัทชัยมาเซเด็ทัวร์และมัคคุเทศก์อาชีพเดินป่าได้กล่าวว่า

“การทำบริษัทท่องเที่ยวเดินป่าของเชียงราย มีจุดเริ่มต้นจากสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน สาขาเชียงราย ในปี พ.ศ. 2518 มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมรายได้ การส่งเสริมประชาธิปไตยและการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยสมาคมฯ สาขาเชียงรายได้จัดตั้งพิพิธภัณฑสถานและศูนย์ศึกษาชาวเขา ซึ่งเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2531 เพื่อให้บริการความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวเขา 6 เผ่าใหญ่ในประเทศไทยโดยชาวเขาเหล่านี้อาศัยอยู่ในพื้นที่บนภูเขา จังหวัดเชียงราย ซึ่งการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ตำบลแม่ยาว นับว่าเป็นพื้นที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี” (นายธงชัย ใจเที่ยง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2562)

จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและที่พักกล่าวว่า “การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในทั้งพื้นที่ 4 จังหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน จะเห็นได้ว่า ทั้งจังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ยังต้องมีการพัฒนาอีกหลายด้านเนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานเช่น ถนนเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเดินป่ายังขาดการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้มากขึ้น อีกทั้งหน่วยงานสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่สามารถทำงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้การขับเคลื่อนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ชัดเจน” (คุณกิตติ ทิศกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2562)

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ตามแผนพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (2561–2565) ได้วิเคราะห์ภาพรวมทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน หากพิจารณาอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดในภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 4.7 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 อยู่ที่ร้อยละ 2.39 และ 2.20 ตามลำดับ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการซึ่งจากข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้

จากผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดฯ ปี พ.ศ. 2559–2561 พิจารณาจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้การท่องเที่ยวพบว่าแนวโน้มผู้มาเยี่ยมเยือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2561 มีผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 6,112,096 คน เพิ่มขึ้น 321,867 คน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 และรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 34,408 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,031 ล้านบาท (แผนพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน, 2561) สอดคล้องกับการให้ข้อมูลของ นายกสมาคมมัคคุเทศก์ กล่าวว่า

“ธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีการเติบโตที่รวดเร็ว สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างมากแต่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเดินป่า เนื่องจากมีไกด์เดินป่า ค่อนข้างน้อย และได้ค่าตอบแทนน้อยเมื่อเทียบกับการทำงานที่หนักกว่าการทำทัวร์แบบทั่วไป” (นางสาวปทุมพร แก้วคุ้ม, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กรกฎาคม 2562) ทั้งนี้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชนเผ่า และจากการลงสำรวจพื้นที่เพื่อสำรวจกิจกรรมและศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละด้าน สามารถจำแนกรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านพื้นที่

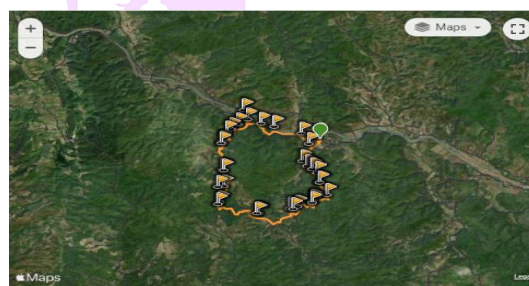
บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว เป็นพื้นที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก เป็นชุมชนริมแม่น้ำกกที่มีชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย ชาติพันธุ์ปกากะญอ อาข่าและลาหู่ ดำเนินชีวิตอยู่กับธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมตั้งอยู่ในริมสองฝั่งของแม่น้ำกก เป็นพื้นที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย พื้นที่ในชุมชนปรากฏชัดเจนว่าอยู่ในบริเวณเทือกเขาสูง (High Land Forest) ในพื้นที่ที่มีความเชื่อมต่อระหว่างริมแม่น้ำกกกับทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก พื้นที่ลาดเอียงจากทิศเหนือลงทิศใต้ ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพของจังหวัดเชียงราย ได้ให้ข้อมูลว่า พื้นที่ตำบลแม่ยาว ประกอบด้วย บ้านห้วยชมใน บ้านรวมมิตร บ้านห้วยแม่ซ้าย เป็นพื้นที่หลักในการประกอบกิจกรรมเดินป่า รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินป่าได้แก่ การนั่งเรือ ล่องแพ ตั้งแคมป์ นั่งช้างและการค้างแรมในหมู่บ้านชาวเขา

1.1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน

เส้นทางเดินป่าของบ้านห้วยชม มีหลากหลายระดับประกอบด้วย

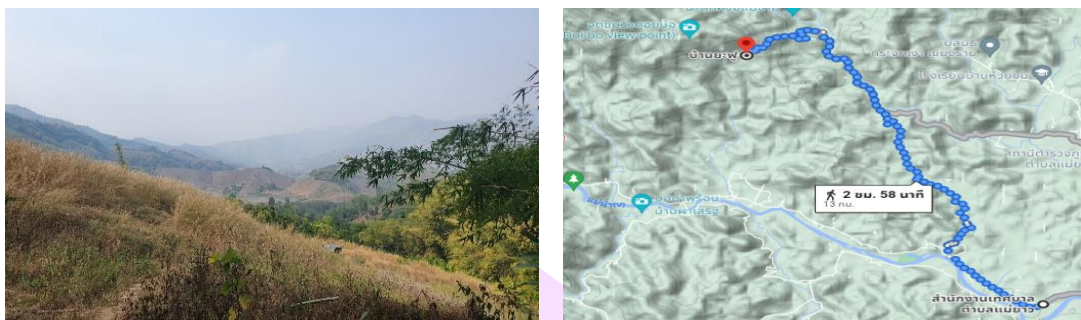
- 1) เส้นทางเดินปาลำน้ำกก (ระดับ 1) ใช้เวลาเดินไม่เกิน 6 ชั่วโมง ไม่มีที่พัก มีทางเดินที่ชัดเจน
- 2) เส้นทางเดินป่าบ้านห้วยชม-บ้านยะฟู (ระดับ 2) ใช้เวลาเดินทาง 8–12 ชั่วโมง ต้องมีไกด์นำทางและพักค้าง 1 คืน มีระดับความสูงตั้งแต่ 500–1,720 เมตร จากระดับน้ำทะเล มียอดดอยช้างเป็นดอยที่สูงที่สุด ซึ่งมีความสูงประมาณ 1,720 เมตร จากระดับน้ำทะเล เทือกเขาที่สำคัญ

ในพื้นที่ ได้แก่ ดอยยาว ดอยบ่อ ดอยช้าง ดอยผามูบ เป็นต้น มีแม่น้ำกกซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญของภาคเหนือตอนบนไหลผ่านที่ราบลุ่มตอนกลางของพื้นที่ โดยต้นน้ำเริ่มมาจากประเทศพม่า ไหลผ่านเขตประเทศไทยที่ตำบลท่าตอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จากทางทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก รวมระยะทางจากตำบลท่าตอนถึงพื้นที่อุทยานแห่งชาติประมาณ 85 กิโลเมตร นอกจากนั้นยังมีลำน้ำในพื้นที่อีกหลายสายที่เกิดจากต้นน้ำในเทือกเขาต่าง ๆ ในพื้นที่อันได้แก่ ห้วยแม่กรณ์ ห้วยแม่มอญ ห้วยยาดิ ห้วยชมภู ห้วยล้าน ห้วยแม่ซ้าย และห้วยเลาฮ้าย ซึ่งลำห้วยต่าง ๆ เหล่านี้จะไหลไปรวมกันเป็นแม่น้ำสายใหญ่และไหลไปรวมกับแม่น้ำลาวและน้ำแม่กก ซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญของจังหวัดเชียงราย เนื่องด้วยมีสันเขาเป็นเส้นทางเชื่อมต่อเนื่องกันกับป่าใหญ่ของภาคเหนือ ทำให้มีอาณาเขตกว้างขวางครอบคลุมพื้นที่ราบสูงตามริมแม่น้ำกก รวมถึงอำเภอฝางจังหวัดเชียงใหม่ และมีกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วย เช่น เส้นทางจักรยานเสือภูเขา ที่ลัดเลาะริมแม่น้ำกก, เส้นทางวิ่งเทรลสำหรับผู้ชื่นชอบการวิ่งแบบทुरกันดาร ระยะทางกว่า 60 กิโลเมตร



ภาพ 12 เส้นทางเดินป่าลำน้ำกก

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2561, ภาพถ่าย



ภาพ 13 เส้นทางและแผนที่สำหรับเดินป่าในพื้นที่บ้านห้วยชม

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2561, ภาพถ่าย

1.1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง

ชุมชนมีความพร้อมทางระบบนิเวศบนพื้นที่สูงที่สมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำ ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ในการทำเกษตรกรรม รวมทั้งบรรยากาศที่แตกต่างกันตามระดับความสูง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในระดับความสูง 500–1720 เมตรจากระดับน้ำทะเล ทำให้มีป่าเบญจพรรณ ป่าดิบเขาแล้ง รวมไปถึงป่าสนเขาบนพื้นที่ที่สูงกว่า

1.1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า

ป่าดิบเขา พบที่ระดับความสูงจากน้ำทะเล 800 เมตร ขึ้นไป ในบริเวณยอดดอยช้าง วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ พันธุ์ไม้และพืชพื้นล่าง ได้แก่ ก่อกำด้าง ก่อพวง ก่อเดือย ก่อสีเสียด พญาไม้ ชุนไม้ มะขามป้อมดง เมื่อย จันทร์ทอง จำปีป่า เมี่ยงดอย กุหลาบขาว คำแดง กวมแดง โคลงเคลงขน จุกนารี กำลังช้างสาร กุหลาบหิน ชำคม กระเจียวขาว เฟิน ฯลฯ ป่าดิบแล้ง พบได้ในระดับความสูง 300–600 เมตร จากระดับน้ำทะเล ในบริเวณที่เป็นหุบเขาและริมห้วย พันธุ์ไม้และพืชพื้นล่าง ได้แก่ ยางแดง กระบาก ตะเคียนหิน เคี่ยมคะนอง คอแลน กระเบาหลัก พลับพลาข่อยหนาม กระตูก้าง ชมพู่ป่า หวายชม เครือองุ่นเห่า ปัดแดง กล้วยดงดำ เฟิน ผักเปี้ยดิน หญ้ากาบไผ่ ลดาวัลย์ และเถาวัลย์ เป็นต้น

ป่าเบญจพรรณ พบขึ้นปกคลุมพื้นที่มากที่สุด ในระดับความสูง 50–800 เมตร จากระดับน้ำทะเล พันธุ์ไม้และพืชพื้นล่าง ได้แก่ ลัก กระพี้เขาควาย รกฟ้า ตะแบก เลือด ช้อ สมอไทย ขะเจี๊ยะ เปล้าหลวง มะกอกป่า ไผ่ชางนวล ไผ่ป่า ไผ่ไร่ ไผ่รวก กระชาย กลอย ขมิ้น ฯลฯ ป่าเต็งรัง พบกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ตั้งแต่ระดับความสูงจากน้ำทะเล 400–

600 เมตร ขึ้นไป พันธุ์ไม้และพืชพื้นล่าง ได้แก่ เต็ง รัง พลวง เหียง กราด แสลงใจ มะขามป้อม ไม้เพ็ก ใจด ฯลฯ

1.1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม

บ้านห้วยชมเป็นพื้นที่ตั้งอยู่เขตป่าสงวนแห่งชาติ มีความสำคัญต่อระบบนิเวศและป่าต้นน้ำของจังหวัดเชียงราย การประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องได้รับการอนุญาตจากอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก (เตรียมการ)

1.2 ด้านการจัดการ

1.2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านห้วยชมนอก และอีก 6 หย่อมบ้านบริวาร เป็นชุมชนที่หลากหลายด้วยชาติพันธุ์ ทั้งปกากะญอ อาข่า และลาหู่ มีสายน้ำแม่ยาวหล่อเลี้ยงชีวิต ความเปลี่ยนแปลงของสายน้ำเกิดขึ้นจากการใช้พื้นที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งการใช้สารเคมีในการเกษตร การบุกรุกถางป่าเพื่อขยายที่ทำกิน ประกอบกับการสัมปทานป่าในอดีต ทำให้พื้นที่ป่าดั้งเดิมกลายเป็นเขาหัวโล้น ส่งผลให้แม่น้ำยาวแห้งแล้ง ทุกหย่อมบ้านมารวมตัวกันเพื่อฟื้นฟูป่า 600 ไร่ และถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ไปยังคนรุ่นใหม่ ก่อเกิดเป็น "แก่งญอโพพิทักษ์สายน้ำ" ในปีพ.ศ. 2547 เป็นกลุ่มเยาวชนที่มีบทบาทในการอนุรักษ์ลำน้ำแม่ยาวจนถึงทุกวันนี้ ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ อันเนื่องมาจากความหลากหลายของชาติพันธุ์ ประเพณีวัฒนธรรมความเชื่อที่แตกต่างกัน ดิน น้ำ ป่า เสื่อมโทรมเพราะการใช้สารเคมีในการเกษตร การบุกรุกถางป่าเพื่อขยายที่ทำกิน ประกอบกับการสัมปทานป่าในพื้นที่ช่วงปี 2520-2526 ทำให้พื้นที่ป่าดั้งเดิมกลายเป็นเขาหัวโล้น ส่งผลให้แม่น้ำยาวแห้งแล้ง

ชุมชนรวมตัวกันเพื่อกันพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมออกมาฟื้นฟูเป็นป่าชุมชนจำนวน 600 ไร่ ตั้งกฎระเบียบ ปักเขตแนว และดูแลรักษาเรื่อยมา ถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ไปยังกลุ่มเยาวชน โดยให้เข้ามาร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ในรูปแบบต่าง ๆ เริ่มต้นจากการเป็น "นักสืบสายน้ำ" ในแม่น้ำยาว สนับสนุนเยาวชนร่วมกันตั้งกลุ่มอนุรักษ์ขึ้นมาเพื่อสานงานต่อจากผู้ใหญ่ ในปี พ.ศ. 2547 และมีเป้าหมายในการลบข้อครหาที่ว่าชาวเขาทำลายป่า โดยใช้ชื่อว่า "กลุ่มแก่งญอโพ" ร่วมดูแลป่าชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่ต้นน้ำแม่ยาว ช่วยทำแนวเขตป่า ปลูกป่า เดินป่า ยิงโค้ง ลาดตระเวนป้องกันผู้บุกรุก จากการอนุรักษ์และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้ได้รับรางวัลลูกโลกสีเขียวครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2551 จากสถาบันลูกโลกสีเขียว (Green Globe Institute)



ภาพ 14 การเดินป่าไปยังท้องไร่เพื่อการอนุรักษ์

ที่มา: สถาบันลูกโลกสีเขียว, 2562, สื่อออนไลน์



ภาพ 15 การสร้างกฎระเบียบเพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลา

ที่มา: สถาบันลูกโลกสีเขียว, 2562, สื่อออนไลน์



ภาพ 16 ภาพกิจกรรมอนุรักษ์สัตว์น้ำลำน้ำแม่กก

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2561, ภาพถ่าย



ภาพ 17 กิจกรรมอนุรักษ์ป่า

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2561, ภาพถ่าย

2.2.2 นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ

จากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า โดยตัวแทนสมาคมมัคคุเทศก์เดินป่าและตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงราย ให้ข้อมูลว่า รายได้ที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวคนละประมาณ 1,500–2,000 บาท จากนั้นบริษัทจะหักค่าประสานงาน 200–300 บาท และให้มัคคุเทศก์นำไปจัดการกับการใช้จ่ายตามโปรแกรม

ท่องเที่ยวเดินป่าทั้งหมดตลอดการท่องเที่ยวเดินป่า 2 วัน ซึ่งรายจ่ายต่าง ๆ มีดังนี้ ค่าจ้างรถยนต์คันละ 1,000 บาท (ไป-กลับ) ค่าอาหารทุกมื้อ 20-30 บาท/คน ค่านั่งเรือประมาณ 300-500 บาท/คน ค่าขี่ช้างประมาณ 100-200 บาท/คน ค่าลูกหาบประมาณ 300 บาท/วัน ส่วนที่เหลือหลังจากหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นส่วนของมัคคุเทศก์เดินป่า ดังนั้นการบริหารจัดการค่าใช้จ่าย การดำเนินการท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่เป็นมัคคุเทศก์ และหากมีปัญหาเกิดขึ้น ทางบริษัทท่องเที่ยวเดินป่าต้องเป็นผู้รับผิดชอบปัญหาที่เกิดขึ้นเช่นกัน

2.2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า

จากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า โดยตัวแทนสมาคมมัคคุเทศก์เดินป่าและตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงราย พบว่าการดำเนินการท่องเที่ยวเดินป่าจะเป็นบริษัทที่ตั้งอยู่บนถนนสายสำคัญของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ถนนไนท์บาซ่า ถนนหลังโรงแรมเวียงอินทร์และถนนหลังโรงแรมวังคำ อีกทั้งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งในด้านการตั้งราคา การหาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวแปลกใหม่ กิจกรรมระหว่างเส้นทาง และบริการด้านอื่น ๆ

ปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ นำเสนอเรื่องราวของชุมชน การแสดงถึงประเพณี วัฒนธรรม เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น



ภาพ 18 เพจประชาสัมพันธ์ชุมชนเชงนิเวศบ้านห้วยขม

ที่มา: ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ อาข่า, 2564, สื่อออนไลน์

2.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง

บ้านห้วยขมิ้นมีโครงสร้างพื้นฐานเป็นถนนจากอำเภอเมือง ระบบไฟฟ้า สาธารณะและสัญญาณโทรศัพท์ในพื้นที่ เส้นทางเดินป่ามีอยู่ห่างจากอำเภอเมือง จังหวัด เชียงรายระยะทาง 23 กิโลเมตร มีอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก และบ่อน้ำร้อนห้วยหมากเสียม รวมทั้งเรือหางยาวให้บริการท่องเที่ยวทางน้ำ มีบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ และรีสอร์ตขนาดเล็กให้บริการ

1.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

1.3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

มัคคุเทศก์จะเป็นผู้ให้ความรู้ แนะนำข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว อาทิ เช่น ลักษณะภูมิประเทศ ความรู้ของพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ชีวิตความเป็นอยู่ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ในพื้นที่ ชุมชนห้วยขมิ้นมีการดำเนินการรวมกลุ่มกันเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านการทำงานร่วมกับเทศบาลตำบลแม่ยาว ด้วยการนำอัตลักษณ์ของชุมชนและวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางสนับสนุนการท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้คนในชุมชนมีบทบาทได้อย่างเต็มที่ เกิดการขับเคลื่อนและเป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้คนภายนอกในการมาศึกษาดูงาน

1.3.2 การจัดทำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ

การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละครั้งจะอยู่ในความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์เดินป่า โดยก่อนเดินทางออกจากบริษัท จะต้องไปกรอกแบบฟอร์มแจ้งรายละเอียดรายชื่อนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว สัญชาติ ชื่อของบริษัทท่องเที่ยว ชื่อของมัคคุเทศก์ ระยะเวลาการเดินทาง เส้นทางที่เดินและที่พักแรมกับตำรวจท่องเที่ยว แล้วจะได้รับรองสำเนาความถูกต้องของการลงทะเบียนในการเดินทางแต่ละครั้งเพื่อเก็บแสดงแก่เจ้าหน้าที่ตามจุดตรวจต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า จากนั้นมัคคุเทศก์จะเป็นผู้ดูแลและควบคุมตลอดการเดินทางนั้น ๆ

1.3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ

การท่องเที่ยวเดินป่าที่บ้านห้วยขมิ้น ในอดีตมีความหลากหลาย และเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องด้วยมีแหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์ ทั้งภูเขา น้ำตก และแม่น้ำ มีกิจกรรมที่ซ้ำซ้อน ร่องแพ รวมทั้งการศึกษาเรียนรู้สภาพความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ การพักค้างคืนบ้านชาวไทยภูเขา เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต้องมีสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ พักผ่อนอย่างเพียงพอ มีการทำ

ประกันชีวิตกับบริษัทนำเที่ยวก่อนการเดินทาง เตรียมข้อมูลสำคัญของตนเองเพื่อให้มัคคุเทศก์
รับทราบก่อนเดินทางและข้อมูลการติดต่อบุคคลสำคัญ กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน



ภาพ 19 บ้านพักแรมในชุมชนที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาค้างแรมและเรียนรู้วิถี
ความเป็นอยู่ของชุมชน

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2561, ภาพถ่าย

1.3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม

ฤดูกาลท่องเที่ยวที่เหมาะสมในพื้นที่ห้วยชม เป็นฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่
เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ เนื่องด้วยมีอุณหภูมิระหว่าง 8-35 องศาเซลเซียส ทำให้มี
บรรยากาศเย็นสบาย พืชพรรณมีการเจริญเติบโต มีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะกับกิจกรรม
เดินป่า



ภาพ 20 กิจกรรมพายเรือและขับรถ ATV ในพื้นที่บ้านห้วยชม

ที่มา: ผู้ประกอบการท่องเที่ยว, 2561, ภาพถ่าย

แต่ในสภาวะปัจจุบันจากความเจริญและวิถีชีวิตสมัยใหม่ ทั้งคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเติบโตเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการเพิ่มเติมนกิจกรรมท่องเที่ยวสนทนากิจการที่หลากหลายมากขึ้นทั้ง การดูนก พายคายัค การปั่นจักรยาน เลือภูเขา การขี่รถATV และการวิ่งเทรล ที่กำลังเป็นที่นิยม ทำให้บ้านห้วยชมมีความหลากหลายในกิจกรรมสนทนากิจการมากขึ้น

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

1.4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว

เดิมชุมชนห้วยชม ประชาชนมีรายได้ประมาณ 9,000–15,000 บาทต่อปี เมื่อมีการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นในพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีความต้องการพัฒนาตนเอง เพื่อประกิจกรรการท่องเที่ยวเติบโต เช่น การเรียนภาษาต่างประเทศ และการมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน และงานศึกษาของ นพชัย ฟองอิสสระ (2559) พบว่ามีการประสานเครือข่ายทางสังคมเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การประสานเพิ่มเส้นทางเดินป่าของการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนของพื้นที่กับผู้ประกอบการนำเที่ยวในท้องถิ่น

1.4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า

บ้านห้วยชม ตำบลแม่ยาว เป็นพื้นที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวแบบเดินป่าที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก เป็นชุมชนริมแม่น้ำกกที่มีชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันประกอบด้วย ชาติพันธุ์ปกากะญอ อาข่าและลาหู่ ดำเนินชีวิตอยู่กับธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมตั้งอยู่ในริมสองฝั่งของแม่น้ำกก เป็นพื้นที่สำคัญ

ของจังหวัดเชียงราย พื้นที่ในชุมชนปรากฏชัดเจนว่าอยู่ในบริเวณเทือกเขาสูง (High Land Forest) ในพื้นที่ที่มีความเชื่อมต่อระหว่างริมแม่น้ำกกกับทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก พื้นที่ลาดเอียงจากทิศเหนือลงทิศใต้

1.4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น

ประชาชนในชุมชนห้วยชม มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ เช่น รายได้จากการให้บริการที่พัก/การให้เช่าช้าง/การรับจ้างเป็นลูกหาบ/การขายอาหารและเครื่องดื่ม/การจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและการแสดงการเล่นของชนเผ่า เป็นการกระจายรายได้และสร้างงานให้แก่คนในชุมชน

1.5 ด้านบุคลากรและบริการ

1.5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเดินป่าพื้นที่ชุมชนบ้านห้วยชม จะมีมัคคุเทศก์อาชีพที่ได้รับใบอนุญาตนำเที่ยวมีทั้ง 3 แบบ ได้แก่ มัคคุเทศก์ประเภทเดินป่า (บัตรสีเขียว), มัคคุเทศก์ประเภทบัตรภูมิภาค (ภาคเหนือ) และมัคคุเทศก์ประเภททั่วไป โดยต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเที่ยวเดินป่าและการเข้าพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แต่ปัจจุบันมีมัคคุเทศก์ที่มีทักษะและประสบการณ์มีจำนวนลดน้อยลงเนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศที่เปลี่ยนไป ยกเว้นนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ยังเป็นกลุ่มสำคัญต่อการท่องเที่ยวเดินป่าในประเทศไทย อีกทั้งคุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์เดินป่า ต้องดำเนินการจัดการนำเที่ยวทุกขั้นตอน ไม่มีความสะดวกสบายเหมือนมัคคุเทศก์ทางการท่องเที่ยวกระแสหลัก ทำให้บุคลากรมัคคุเทศก์ท่องเที่ยวเดินป่ามีจำนวนน้อยลงไป

อย่างไรก็ตาม จากการให้ข้อมูลนายธงชัย ใจเที่ยง ผู้ประกอบการบริษัทชัย มาเซเต้ทัวร์และมัคคุเทศก์อาชีพประเภทเดินป่า กล่าวว่า มัคคุเทศก์เดินป่าในจังหวัดเชียงราย มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็งในอาชีพ โดยมีการดำเนินการพัฒนาพื้นที่เดินป่าร่วมกับชุมชนในพื้นที่ และประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐในการรักษามาตรฐานและคุณภาพของการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ



ภาพ 21 สัญลักษณ์ของสมาคมผู้ประกอบการเชียงใหม่ ทเรคกิ้ง คลับ

ที่มา: Chiang Rai Trekking Club, 2559, สืบออนไลน์



ภาพ 22 การสร้างเครือข่ายมัคคุเทศก์เดินป่ากับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่มา: Chiang Rai Trekking Club, 2559, สืบออนไลน์



ภาพ 23 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับชุมชนในเส้นทางเดินป่า

ที่มา: Chiang Rai Trekking Club, 2559, สื่อบนไลน์

1.5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า

มัคคุเทศก์ที่นำเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ห้วยชมมีทักษะภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ โดยอยู่ในระดับพอใช้ถึงดีมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ พรนิภา บรรจงมณี (2552) พบว่า ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายอยู่ในระดับพอใช้ถึงดีมาก ปัญหาอันดับแรก ๆ ต่อการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ คือ ด้านการใช้คำศัพท์ และไวยากรณ์ รองลงมาคือการออกเสียง

1.5.3 คุณลักษณะนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาเดินป่าในพื้นที่ของบ้านห้วยชม ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีคุณลักษณะ ได้แก่

- 1) ไม่มีความชำนาญพื้นที่
- 2) มีประสบการณ์เดินป่าในพื้นที่ภูมิลำเนา
- 3) ไม่มีความต้องการเดินป่าและพักแรมในป่า แต่มีความต้องการ

ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนชาติพันธุ์ในเส้นทางเดินป่า

4) ไม่เน้นอุปกรณ์เดินป่าเพื่อการยังชีพเนื่องจากมีมัคคุเทศก์ คอย
อำนวยความสะดวก

5) มีความสนใจในพืชพันธุ์และแหล่งธรรมชาติระหว่างการเดินป่า

1.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

1.6.1 สุขภาพและความปลอดภัย

ชุมชนห้วยชม มีการดำเนินการในการร่วมดูแลแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า
ให้มีความปลอดภัย โดยมีความร่วมมือกับภาคเอกชนในการเตรียมพื้นที่ด้วยการปรับปรุง
เส้นทาง ถากถางวัชพืชและซ่อมแซมสิ่งอำนวยความสะดวกตามเส้นทางเดินป่า อีกทั้งมีความ
ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นร่วมดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ซึ่งในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา
ไม่มีเหตุการณ์นักท่องเที่ยวเดินป่าประสบเหตุจนถึงแก่ชีวิตในพื้นที่ (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2, 2559) อย่างไรก็ตามมัคคุเทศก์ถือเป็นบุคคลสำคัญในการ
ดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง



ภาพ 24 การปรับปรุงและพัฒนาเส้นทางในตำบลแม่ยาว

ที่มา: เทศบาลตำบลแม่ยาว, 2561

1.6.2 กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า

นักท่องเที่ยวที่มาเดินป่าในพื้นที่จะได้รับข้อมูลและการเตรียมตัวจาก
บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้งต้องศึกษากฎระเบียบของอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก
(เตรียมการ) เพราะเป็นพื้นที่อยู่ในความดูแลที่มีเจ้าหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบอย่างชัดเจน

และเป็นรูปธรรม มีการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อความยั่งยืนเช่น การกำหนดช่วงฤดูกาลในการเข้าพื้นที่ การกำหนดเขตเพื่อการท่องเที่ยว การเข้มงวดด้านกฎระเบียบ การสร้างจิตสำนึกที่ดี และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นสอดคล้อง และควรมีการวางมาตรการ กฎระเบียบในการประกอบกิจกรรมในพื้นที่เพื่อป้องกันอันตราย และให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และร่วมกันอนุรักษ์ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

1.6.3 ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว

จากการให้ข้อมูลของผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย กล่าวว่า การดำเนินการท่องเที่ยวเดินป่าจะมีมาตรฐานและแนวทางเป็นระเบียบปฏิบัติสำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและผู้นำเที่ยว ซึ่งเมื่อเกิดเหตุหรือปัญหาระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเดินป่า สามารถเข้าแจ้งปัญหาร้องเรียนได้ รวมทั้งมีศูนย์ดูแลนักท่องเที่ยว (Tourist Assistant Center: TAC) และสายด่วนตำรวจท่องเที่ยว คอยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง

1.6.4 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ (2561) ได้ให้ข้อมูลว่า บริษัทที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า จะต้องมาจดทะเบียนและต่อทะเบียนตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะภาคเหนือทั้งสิ้น 382 บริษัท แต่จำนวนตัวเลขมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องทั้งจากการยุติการดำเนินธุรกิจและการจดทะเบียนของผู้ประกอบการรายใหม่ด้วย

2. บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน จังหวัดพะเยา

จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง อุทยานแห่งชาติภูซาง อุทยานภูนาง (นกกยูงธรรมชาติ) วนอุทยานภูลังกา และกว๊านพะเยา อีกทั้งมีแหล่งทั้งด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมเวียนเทียนทางน้ำ หนึ่งเดียวในโลกที่กว๊านพะเยา ณ วัดติโลกราช ซึ่งทำให้จังหวัดพะเยามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่บรรจุอยู่ใน Unseen in Thailand อีกทั้งการท่องเที่ยวเดินป่าดอยหลวง-ดอยหนอก มีการประชาสัมพันธ์ทั้งจากหน่วยงานท้องถิ่นและภาคเอกชนในพื้นที่ ทำให้เป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวเดินป่ามาเดินป่าขึ้นดอยหลวง-ดอยหนอกในทุกปีมากยิ่งขึ้นจากจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวที่มาลงทะเลเบียน ณ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง จากการให้ข้อมูลของหัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยหลวง ได้อธิบายว่า

“อุทยานแห่งชาติดอยหลวงนั้น มีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่รอยต่อของ 3 จังหวัด คือ เชียงราย ลำปาง และพะเยา เป็นอุทยานแห่งชาติที่รวมพื้นที่ของวนอุทยานน้ำตกจำปาทอง วนอุทยานน้ำตกผาเกล็ดนาค วนอุทยานน้ำตกปูแกง และวนอุทยานน้ำตกวังแก้ว รวม 4 แห่ง พื้นที่เป็นป่าอุดมสมบูรณ์ ทิวเขาสลับซับซ้อน เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหลายสาย มีน้ำตกปูแกง ที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี และมีเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าพิชิตดอยนอก เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งจะเปิดให้เดินทางขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ แล้วก็จะปิด เพราะเข้าช่วงฤดูไฟป่า แล้วจะเปิดอีกครั้ง ในระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน และก็จะปิดในช่วงฤดูฝน แม้จะเป็นการท่องเที่ยวแนวผจญภัย แต่ในปีหนึ่ง ๆ จะมีนักท่องเที่ยวมาจองคิว และเดินทางขึ้นสู่ยอดดอยนอกกันถึง 3-4000 คน ที่เดียว มีระยะทางเดินเท้าขาขึ้น 9 กิโลเมตร และขาลงซึ่งมี 3 เส้นทาง คือ 4 กิโลเมตร 6 กิโลเมตร และ 9 กิโลเมตร แล้วแต่จะเลือกลง โดยอุทยานแห่งชาติให้นักท่องเที่ยวจะพักแรมกันบนนั้นเพียง 1 คืนเท่านั้น แต่ในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อุทยานแห่งชาติหลายแห่ง อาจพิจารณาปิดนอกเหนือจากที่กำหนดมานั้นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของหัวหน้าอุทยานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ในช่วงที่อุทยานแห่งชาติปิดการท่องเที่ยว ทำให้ภาระหน้าที่ที่ต้องมาบริการนักท่องเที่ยวต่าง ๆ พอลอยได้พักไปด้วย” (นายณพพร ประทุมเหงา, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 กรกฎาคม 2562) ในปัจจุบันมีการประสานความร่วมมือทั้งชุมชนโดยรอบและอุทยานแห่งชาติดอยหลวง ในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่โดยมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านสาง และเทศบาลตำบลบ้านสางที่มีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม และจากการลงสำรวจพื้นที่เพื่อสำรวจกิจกรรมและศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่สามารถจำแนกรายละเอียดดังนี้

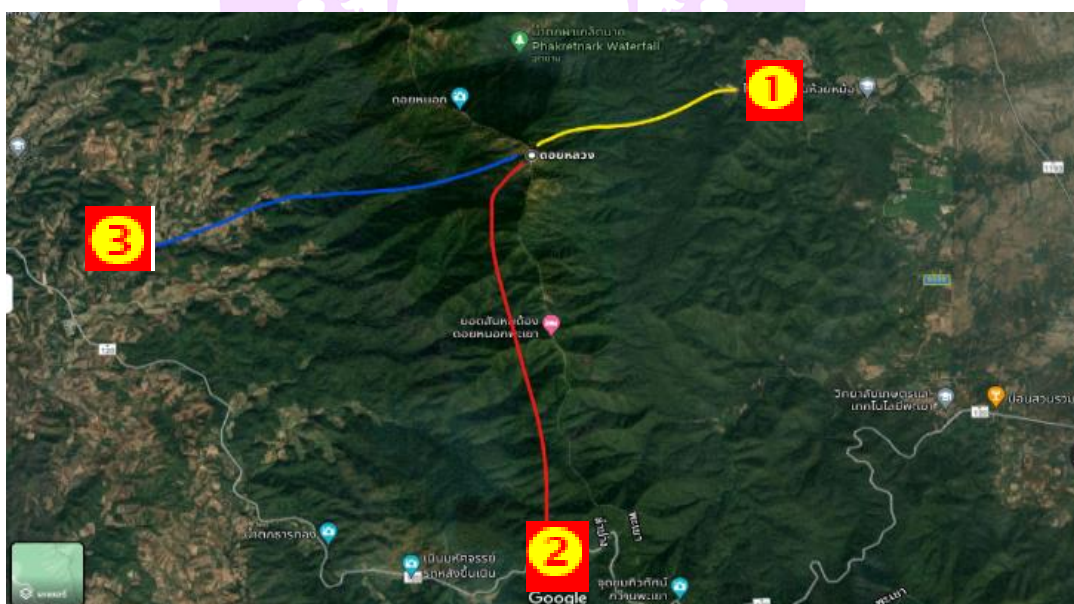
2.1 ด้านพื้นที่

ตำบลบ้านต๋อนมีพื้นที่ประมาณ 29.97 ตารางกิโลเมตร (18,731 ไร่) มีลักษณะพื้นที่ลาดเอียงจากอุทยานแห่งชาติดอยหลวงทอดยาวสู่กว๊านพะเยา มีแม่น้ำต๋อน เป็นแม่น้ำสายหลักที่ไหลผ่านตำบลลงสู่กว๊านพะเยา มีแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าที่โดดเด่นของชุมชน คือ ยอดดอยหลวง เป็นจุดสูงสุดของสันเขาดอยหลวง มีความสูง 1,694 เมตรจากระดับน้ำทะเล ยอดดอยนอกเป็นเขาหินปูนที่มีความสูงและชันมาก ตั้งอยู่บนสันเขาดอยหลวง มีความสูง 1,077 เมตรจากระดับน้ำทะเล เป็นจุดที่สามารถชมทิวทัศน์ได้ 360 องศา สามารถมองเห็นกว๊านพะเยา ตัวเมืองพะเยา ตัวอำเภอวังทอง และผืนป่าที่อยู่รอบด้าน ในฤดูหนาวบนดอยนอกสามารถมองเห็นทะเลหมอกที่สวยงามมาก การเดินจะต้องเดินป่าและพักแรมในป่า

2.1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่าง

เส้นทางเดินจะผ่านป่าดึกดำบรรพ์ ป่าสนเขา หุบเหว ซึ่งมีความสวยงาม เป็นสถานที่ท้าทายสำหรับผู้รักการผจญภัย ในการเดินทางสู่ยอดดอยหลวงดอยหนอกจะต้องมีเจ้าหน้าที่นำทางการเดินทางสามารถขึ้นได้ 3 ทาง ได้แก่

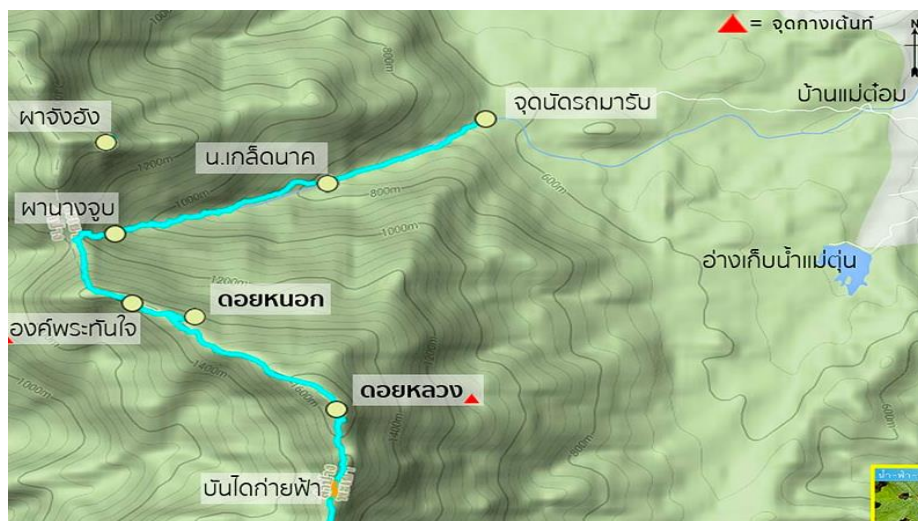
- 1) เส้นทางแรกขึ้นจากบ้านปากบ่อ อำเภองาว จังหวัดลำปาง ระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 7-8 ชั่วโมง
- 2) เส้นทางที่สอง ขึ้นจากบ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร แต่เส้นทางค่อนข้างลาดชัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 6 ชั่วโมง
- 3) บ้านปางเถา ต.วังทอง อ.วังเหนือ จ.ลำปาง เป็นเส้นทางชันมากที่สุด ระยะทางประมาณ 6 กม. จะใช้เวลาเดินขึ้นประมาณ 3 ชม.



ภาพ 25 ภาพจำลองเส้นทางเดินป่าขึ้นดอยหนอกทั้ง 3 เส้นทาง

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2563, ภาพถ่าย

โดยทั้ง 3 เส้นทางใช้เวลาเดินป่า 2 วัน 1 คืน ต้องผู้นำทางและลูกหาบของชุมชนร่วมเดินทางด้วย เส้นทางเดินป่าดอยหลวง-ดอยหนอก มีหลากหลายระดับประกอบด้วย เส้นทางที่ 1 บ้านห้วยหม้อ ตำบลบ้านต๋อน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา



ภาพ 26 แผนที่เส้นชั้นความสูงและเส้นทางเดินขึ้นดอยหนอก (2561)

ที่มา: บันทึกปูมเดินทางดอยหนอก-ดอยหลวง, 2561, สื่อบอนไลน์



ภาพ 27 บันทึกปูมเดินทางเทรลดอยหลวงตามสันดอยหนอก-ดอยหลวง

ที่มา: www.namfapakhao.com, 2561, สื่อบอนไลน์

เส้นทางเดินนี้ มีระยะสั้นประมาณ 7 กิโลเมตร แต่มีความลาดชันสูง เส้นทางเป็นการเดินไต่สันเขาเรื่อย ๆ บางช่วงมีสลับฟันปลาไปจนถึงยอดดอยหลวง ไปจนถึงจุฬารามแบบตั้งแคมป์ และระยะทางการเดินจากยอดดอยหลวงไปยังดอยหนอกประมาณ 1.2 กิโลเมตร เป็นเส้นทางลาดชัน เส้นทางเป็นก้อนหิน มีความลาดชันสูง ไม่เหมาะแก่ผู้ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเดินขึ้นหน้าผาสูงชัน แต่มีสิ่งให้ยึดจับขณะเดินไปสู่ยอดดอยหนอก



ภาพ 28 ภาพนักท่องเที่ยวระหว่างเส้นทางขึ้นยอดดอยหนอกและเจดีย์บนยอดดอย

ที่มา: เส้นทางขึ้นยอดดอยหนอกและเจดีย์บนยอดดอย, 2561, สื่อออนไลน์

เส้นทางที่ 2 บ้านปากบอ อำเภองาว จังหวัดลำปาง การเดินป่าขึ้นดอยหลวง-ดอยหนอก มีทางขึ้นหลายเส้นทางทั้งจากพะเยาและลำปาง ตรงบ้านแม่ณาเรือเป็นทางใหม่สุดระยะประมาณ 12 กิโลเมตร ค่อนข้างไกลเดินยาก ส่วนเส้นทางปกติสำหรับนักท่องเที่ยวใกล้กับบ้านปากบอ จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นรอยต่อจังหวัดพะเยา-ลำปาง ทางเดินขึ้นอยู่ริมถนน ช่วงระยะแรกเป็นเส้นทางเดินไม่ลาดชัน เป็นการเดินขึ้นเดินสลับเดินลงตามแนวสันเขา และจะต้องผ่านจุดลาดชัน 3 จุด ประกอบด้วย จุดที่ 1 สันหุ้แม่ต๋อง มีลักษณะเส้นทางชันและแคบ จุดที่ 2 เต้นสะแก มีลักษณะเป็นพื้นที่โล่งลาดเอียง และจุดที่ 3 บันไดกายฟ้า เป็นทางป็นตามหินที่แคบและชัน จนไปถึงจุดยอดดอยหลวง

เส้นทางที่ 3 บ้านปางงั่ว ต.วังทอง อ.วังเหนือ จ.ลำปาง เส้นทางเดินนี้มีระยะสั้นประมาณ 6 กิโลเมตร แต่มีความลาดชันสูงมาก เส้นทางเป็นการเดินไต่ดัดเป็นเส้นตรงมุ่งไปจนถึงยอดดอยหลวง จนถึงจุดพักแรมแบบตั้งแคมป์



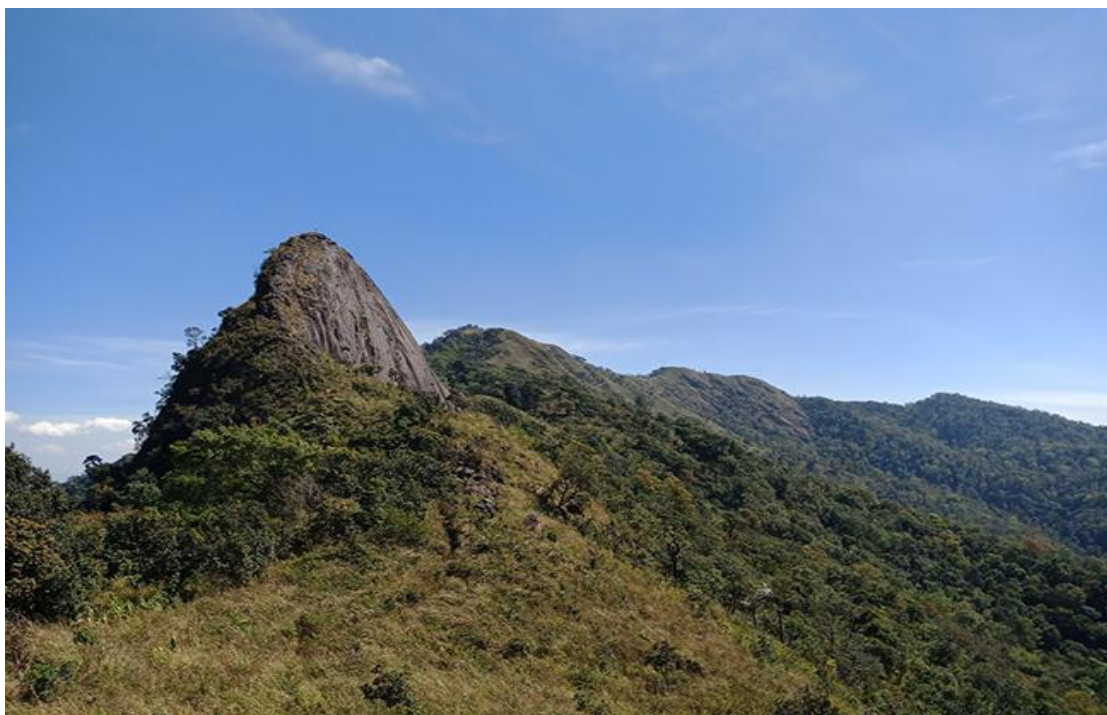
ภาพ 29 เส้นทางขึ้นดอยหลวงจากบ้านปางงั่วที่มีระยะสั้น มีความลาดชัน

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2563, ภาพถ่าย

2.1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง

ลักษณะภูมิประเทศ มีลักษณะเป็นภูเขาสูงชันสลับซับซ้อน โดยมีเทือกเขาทอดตัวเป็นแนวยาว ในแนวเหนือ-ใต้ ความยาวประมาณกว่า 70 กิโลเมตร มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 400–1,700 เมตร มีบริเวณ “ยอดดอยหลวง” เป็นพื้นที่สูงที่สุดประมาณ 1,694 เมตร และสภาพดินเป็นดินลูกรังผสมหินโดยเฉพาะบนยอดเขา ส่วนบริเวณหุบเขาจะมีดินสีดำอุดมไปด้วยแร่ธาตุ และหินมีลักษณะเป็นหินกรวดหรือหินปูนทราย เป็นป่าต้นน้ำของแม่น้ำวังและกว๊านพะเยา

ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปของ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง จะมีอุณหภูมิค่อนข้างต่ำ โดยอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุดประมาณ 12°C และอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดประมาณ 34.9°C มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดทั้งปีประมาณ 1,743.9 มม. ความเร็วลมสูงสุดเฉลี่ยประมาณ 2 น็อต ความเร็วลมต่ำสุดเฉลี่ยประมาณ 0.8 น็อต ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดทั้งปีประมาณ 73%



ภาพ 30 ภาพถ่ายภูมิทัศน์ของยอดดอยนอก

ที่มา: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561

2.1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า

พืชพรรณและสัตว์ป่าประกอบด้วยป่าชนิดต่าง ๆ 5 ประเภท ได้แก่ ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง และป่าสนเขา มีพันธุ์ไม้ที่สำคัญ เช่น สัก เสลา อินทนิล มะขามป้อม มะกอกป่า มะม่วงป่า ตะเคียนหิน ตะเคียนทอง ชิงชัน ประดู่ กระบก ยมหิน ยมหอม บุนนาค เต็ง รัง เหียง พลวง ยางนา หว้า ก่อเดือย ก่อแป้น ก่อกำยาน สนสามใบ รวมถึงไผ่ขาว ไผ่บง กัลยป่า เฟินก้านดำ ชิง ข่า กัลยไม้ดิน ชายผ้าสีดา กระแตไต่ไม้ เอื้องผึ้ง หวายป่า แท้สิงห์โต เอื้องหมายนา ค้างคาวดำ ดุสิตา แววมยุรา กระดุมเงิน

สัตว์ป่าประกอบด้วย เสือผา เก้ง กวางป่า หมูป่า หมี อีเห็น ชะมด บ่าง ชะนี ลิงกัง เสือดาว แมวดำ หมาใน กระต่ายป่า กระรอกบิน ตะกวด เต่าปูลู ภูชนิตต่าง ๆ รวมไปถึงไก่ป่า นกเงือก นกพญาไฟพันธุ์เหนือ นกปีกลายสก็อต นกกางเขนหัวขาวท้ายแดง นกคิระปิกสีฟ้า และนกย้ายถิ่นหายาก เช่น นกกินปลีหางยาวคอสีดำ และนกอื่นมากมายกว่า 200 ชนิด นอกจากนี้ยังมีแมลงมากมายหลายชนิด เช่น ผีเสื้อกลางวัน ผีเสื้อกลางคืน กว้างห้าขา ผีเสื้อใบไม้ใหญ่ ผีเสื้อหางติ่งปารีส ผีเสื้อถุงทอง เป็นต้น

2.1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม

เส้นทางเดินป่าดอยหลวง-ดอยหนอก อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของอุทยานแห่งชาติ นักท่องเที่ยวเดินป่าเดินป่า ต้องประกอบกิจกรรมตามระเบียบ ข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติดอยหลวง เพราะเป็นพื้นที่บริเวณติดต่อกันในเทือกเขาดอยหลวงซึ่งเป็นป่าผืนเดียวกันทั้งหมดและเป็นป่าต้นน้ำลำธารชั้นที่ 1 A เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของลำห้วยหลายสายซึ่งไหลลงสู่กว๊านพะเยา

2.2 ด้านการจัดการ

2.2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการพื้นที่เดินป่า ดอยหลวง-ดอยหนอก ได้มีการออกระเบียบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินป่าได้ปฏิบัติเป็นแบบเดียวกัน โดยจากการการนำของผู้นำชุมชน ได้แก่ นายเสน่ห์ ชองดี ผู้ใหญ่บ้าน บ้านปางถ้ำ ต.วังทอง อ.วังเหนือ จ.ลำปาง กล่าวถึงสาเหตุที่หมู่บ้านต้องออกมาประกาศกฎระเบียบสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะที่ผ่านมานักท่องเที่ยวได้เดินทางผ่านหมู่บ้านและขึ้นไปเที่ยวบนดอยหลวงเองและเกิดปัญหาตามมา อาทิ การหลงป่า และเข้าไปทำลายธรรมชาติ ทั้งขยะจนสกปรกทำให้ธรรมชาติบนดอยหลวง (ดอยหนอก) เสียหาย โดยกฎระเบียบ และกติกาที่ชุมชนตั้งไว้มีรายละเอียด ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวห้ามนำสิ่งของอื่นใดทุกชนิด ออกจากพื้นที่อุทยานดอยหลวงเป็นอันขาด
- 2) นักท่องเที่ยวห้ามนำขยะในบริเวณพื้นที่ดอยหลวงทั้งหมด ให้นำขยะกลับลงมาทิ้งในชุมชน
- 3) นักท่องเที่ยวต้องช่วยกันดูแลและไม่ทำลายสิ่งหนึ่งสิ่งใดในพื้นที่ดอยหลวง

2.2.2 นโยบายธุรกิจและผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวเดินป่าดอยหลวง-ดอยหนอก เป็นการจ้ดเก็บรายได้และประสานผลประโยชน์ร่วมกับคนในชุมชนบ้านต้น โดยหากเดินขึ้นจากเส้นทางที่ 1 และเส้นทางที่ 2 จะมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียม มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ค่าเข้าอุทยานฯ 20 บาท ต่อคน
- 2) ค่าธรรมเนียมแพคเกจ 30 บาท ต่อคน/ต่อคืน

3) ค่ารถกระบะรับ-ส่ง 1,600 บาท (บขส.-จุดเดินขึ้น-บ้านห้วยหม้อ-หน่วยพิทักษ์ป่าจำปาทอง-บขส.)

4) ค่ารถอีแต่นรับ-ส่ง 500 บาท (จุดเดินลง-บ้านห้วยหม้อ)

5) ค่าลูกหาบ 500 บาท ต่อคน/ต่อวัน (ลูกหาบรับน้ำหนักไม่เกิน 15 กิโลกรัม/คน)

6) ค่าเจ้าหน้าที่นำทาง 500 บาท ต่อคน/ต่อวัน

รวมทั้งสิ้นนักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 5,400 บาท ในส่วนของหมู่บ้านปางถ้ำ-ปางทอง ต.วังทอง อ.วังเหนือ จ.ลำปาง เป็นหมู่บ้านที่อยู่ติดดอยหลวงและเป็นทางขึ้นดอยหนอกเส้นทางที่ใกล้ที่สุด ทางหมู่บ้านยังได้ประกาศค่าธรรมเนียมให้เป็นมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะไปเที่ยวไว้ด้วย คือ

1. ค่าบริการลูกหาบ 400 บาท/วัน/คน (ลูกหาบรับน้ำหนักไม่เกิน 15 กิโลกรัม/คน)

2. ค่ารถไถ 1,600 บาท (ในการรับส่งแต่ละครั้ง)

3. ค่ารถมอเตอร์ไซด์ 300 บาท/คัน

4. คมนำทางขึ้นดอยหนอก 400 บาท/วัน

และมีค่าเยี่ยมชมสถานที่ชุมชนบ้านปางถ้ำ 100บาท/คน, ค่าโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านปางถ้ำ 180 บาท/คืน/คน พร้อมอาหารเช้า 1 มื้อ, ค่านวดเพื่อสุขภาพ 150 บาท/ชม. และค่าไกด์คนนำทางในชุมชนบ้านปางถ้ำ 600 บาท/ครั้ง

2.2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า

ในการเดินป่าขึ้นดอยหลวง ดอยหนอกในทุกเส้นทางต้องติดต่อที่หน่วยพิทักษ์ฯ จำปาทอง หรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติดอยหลวงเพื่อขออนุญาตและทำการระบุจำนวนผู้ร่วมเดินทาง วันเวลา รวมทั้งการให้ข้อมูลกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ตามระเบียบของหน่วยงานเจ้าของพื้นที่

2.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

2.3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

มีการให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่อุทยานที่จะเป็นดูแลตลอดการเดินทาง รวมทั้งชาวบ้านในชุมชนที่ทำหน้าที่เป็นลูกหาบ สามารถอธิบายข้อมูลและพืชพรรณธรรมชาติของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี และให้นักท่องเที่ยวจะต้องประเมินตนเองด้วยว่า มีความแข็งแรงและออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ รวมทั้งโรคประจำตัวที่ไม่แนะนำในการเดินป่าเส้นทาง

ดอยหลวง ดอยหนอก ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด, โรค หอบ หืด, โรคลมชัก และโรคเกี่ยวกับข้อและเข่า รวมทั้งการจัดสัมภาระที่เหมาะสมในการเดินป่าได้แก่

1) อาหาร หากไปกลุ่มไม่ใหญ่ไม่ต้องเตรียมเยอะมาก ติดต่อกทางอุทยานฯ จะประสานกับชุมชนที่เป็นลูกหาบให้จัดเตรียมตามความต้องการแก่นักท่องเที่ยวเดินป่า เพราะลูกหาบและเจ้าหน้าที่จะทำอาหารกินอยู่แล้ว

2) น้ำดื่มเตรียมให้เพียงพอช่วงการเดินขึ้น ส่วนจุดกางเต็นท์ยอดดอยหลวง และดอยหนอก มีแหล่งน้ำให้ดื่ม และมีน้ำให้ดื่มตามลำธารตลอดทางลง

3) บนยอดดอยหลวงและดอยหนอกมีต้นไม้ใหญ่ไม่มากนัก เหมาะกับการกางเต็นท์มากกว่าผูกเปลนอน ส่วนจุดค้างแรมที่ดอยหนอกมีเพิงหลังคาสังกะสี เข้าไปนอนด้านในได้

4) มีหากอยู่บ้างบริเวณทางเดินจากดอยหลวงสู่ดอยหนอก ควรเตรียมป้องกัน

5) ขาลงเขาจะมีเห็บตามบางอาจบาดเจ็บและตามร่างกาย ควรสวมเสื้อแขนยาวและถุงมือเพื่อป้องกันหากเป็นไปได้

2.3.2 การจัดทำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ

นักท่องเที่ยวเดินป่าที่มาด้วยตนเองต้องติดต่ออุทยานแห่งชาติดอยหลวงเท่านั้น หรือหากติดต่อผ่านวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านสา-ห้วยหม้อ จะมีผู้ประสานงานของชุมชนเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับอุทยานแห่งชาติดอยหลวง เพื่อความปลอดภัย โดยทุกทริปจะมีเจ้าหน้าที่ของอุทยานร่วมเดินทางด้วย

2.3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ

ยอดดอยหลวง ดอยหนอกเป็นพื้นที่ที่มีระบบนิเวศเปราะบาง มีสภาพเป็นป่าต้นน้ำ ได้รับการคุ้มครองดูแลภายใต้อุทยานแห่งชาติดอยหลวง ทำให้มีการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว โดยให้จัดกลุ่มขึ้นจำนวนสูงสุดครั้งละไม่เกิน 50 คน เพื่อปกป้องสภาพของระบบนิเวศ มีกิจกรรมนันทนาการที่สำคัญคือ การเดินไต่ขึ้นยอดดอยหนอกที่มีความสูงชัน รวมทั้งการชมทัศนียภาพของทะเลหมอกแบบ 360 องศา ไม่มีสิ่งบดบังทัศนวิสัย



ภาพ 31 ทัศนียภาพของดอยหลวงขณะดูพระอาทิตย์ขึ้นและชมทะเลหมอก

ที่มา: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561

2.3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม

อุทยานแห่งชาติดอยหลวง ทำหน้าที่ควบคุมและกำหนดช่วงเวลาในการเดินป่า ซึ่งอุทยานเปิดให้ขึ้นตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์เท่านั้น โดยการประกอบกิจกรรมต้องอยู่ในการดูแลของอุทยานแห่งชาติดอยหลวง

2.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว

เนื่องด้วยเส้นทางเดินป่าขึ้นดอยหลวง ดอยหนอก สามารถขึ้นได้ถึง 3 เส้นทาง ทำให้ชุมชนโดยรอบมีโอกาสในการจัดการเส้นทางพื้นที่เดินป่า ชุมชนในตำบลบ้านตู่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีต้นทุนทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ทำให้มีการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านสาง ที่เป็นการรวมกลุ่มเพื่อประสานงานกับองค์กรภาครัฐ ในการนำเที่ยวดอยหนอก รวมทั้งร่วมกันแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

2.4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า

ในอดีตนั้น ชุมชนบริเวณรอบดอยหนอกและดอยหลวง มีอาชีพหาของป่าและสมุนไพร ขุดแร่ธาตุและล่าสัตว์ ต่อมาเมื่ออุทยานแห่งชาติดอยหลวงได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2533 ทำให้มีกฎหมายมาควบคุมพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ได้มีการทำความร่วมมือระหว่างอุทยานแห่งชาติและชุมชนโดยรอบ จัดทำข้อตกลงความร่วมมือร่วมกันอนุรักษ์ป่าและสัตว์ในการคืนพื้นที่ให้แก่อุทยานกว่า 1,850 ไร่ หากแต่มีข้อตกลงสามารถให้ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากต้นไม้ในป่าได้ รวมทั้งเผ่าระวังไฟป่าและช่วยขจัดปัญหาขยะร่วมกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติดอยหลวง

2.4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น

จากการที่มีเส้นทางเดินป่าดอยหนอกและดอยหลวง เกิดขึ้น ทำให้เกิดการจ้างงานชุมชนในพื้นที่รอบดอยหลวง ดอยหนอก โดยมีรายได้จากการเป็นลูกหาบ เป็นอาชีพเสริมจากการทำไร่ ทำสวน ให้เกิดรายได้เสริมตามฤดูกาลท่องเที่ยวเดินป่า ทั้งนี้อาชีพลูกหาบจึงกลายเป็นวิถีชาวบ้านและมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์ป่าไม้ในทางอ้อมอีกด้วย รวมทั้งการบริการที่พักโฮมสเตย์ การให้บริการรถรับ-ส่งในพื้นที่ การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการ บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การนวดแผนโบราณ การจำหน่ายหรือให้เช่าอุปกรณ์เดินป่าอีกด้วย

2.5 ด้านบุคลากรและบริการ

2.5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ

ไกด์เดินป่าดอยหลวง ดอยหนอก จะมีต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับอุทยานแห่งชาติดอยหลวง และมีการประสานงานกับชุมชนในการนำพานักท่องเที่ยวเดินป่าขึ้นไป รูปแบบการจัดการเดินป่าจะประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/ผู้ดูแลจากอุทยานแห่งชาติดอยหลวง / ลูกหาบของชุมชน / มัคคุเทศก์อาชีพที่มีใบอนุญาตนำเที่ยว

2.5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า

การสื่อสารและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเดินป่า จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวติดต่ออุทยานด้วยตนเองจะมีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลการบริการนักท่องเที่ยวเป็นผู้จัดการสื่อสารและข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว แต่หากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จะต้องดำเนินการประสานงานกับอุทยานแห่งชาติดอยหลวงในการจองช่วงเวลาของการออกทริปเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบของอุทยานแห่งชาติดอยหลวง

2.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

2.6.1 สุขภาพและความปลอดภัย

อุทยานแห่งชาติดอยหลวงมีการจัดฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะ และความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การกู้ภัยกรณีเหตุฉุกเฉินเนื่องด้วยเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าที่มีความเสี่ยงต่อการเดินป่าในพื้นที่สูงชัน



ภาพ 32 การจัดการความปลอดภัยของอุทยานแห่งชาติดอยหลวงในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2563, ภาพถ่าย

2.6.2 กฎระเบียบ ข้อห้ามและการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า

สำหรับการเดินป่าพื้นที่บ้านห้วยหม้อ นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามกฎของอุทยานแห่งชาติดอยหลวง ได้แก่

- 1) ปฏิบัติตนตามกฎระเบียบของทางอุทยานฯ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- 2) ดูแลรักษาสภาพธรรมชาติให้คงความงดงามตามธรรมชาติมากที่สุด
- 3) ควรเคารพสิทธิผู้อื่นในการเข้าไปใช้พื้นที่ธรรมชาติร่วมกัน
- 4) ไม่ส่งเสียงดัง อันจะเป็นการรบกวนผู้อื่นหรือรบกวนความเป็นอยู่

ของสัตว์ป่า

5) การเดินป่าศึกษาธรรมชาติควรเดินตามเส้นทางที่กำหนดไว้ ไม่ควรเดินออกนอกเส้นทางเดินถาวร ซึ่งอาจจะไปเหยียบย่ำพืชพรรณหรือสัตว์เล็ก ๆ

6) ห้ามเก็บหรือนำออกหรือกระทำการใด ๆ ที่จะเป็นอันตรายต่อสภาพของก้อนหิน พืชพรรณ และสัตว์ป่าในเขตอุทยานฯ

7) ห้ามนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในเขตอุทยานฯ เพราะอาจจะเป็นการนำโรคเข้าไปแพร่ในธรรมชาติหรือในทางตรงกันข้าม ก็อาจจะรับโรคติดต่อจากสัตว์ป่าภายในออกมา

8) ไม่ควรก่อไฟในอุทยานฯ เพราะการก่อไฟจำเป็นต้องใช้ฟันในธรรมชาติและก่อให้เกิดมลพิษ ปัจจุบันมีเตาน้ำมัน เตาแก๊สสารพัดประโยชน์ขนาดพกพา สามารถใช้ได้และไม่ทำลาย ธรรมชาติ หรือหากจำเป็นต้องก่อกองไฟจริง ๆ ควรก่อในที่ที่ทางอุทยานฯ กำหนด และดับให้เรียบร้อย

9) ไม่ควรนำสิ่งที่จะก่อให้เกิดขยะเข้าไปในอุทยานฯ เช่น ถูพลาสติก กล่องโฟม ขวด กระป๋อง หากนำเข้าไปกรุณาเก็บคืนออกมาให้มากที่สุด

10) เมื่อพบเห็นการกระทำผิดกฎระเบียบอุทยานฯ หรือการกระทำอันเป็นผลกระทบต่อธรรมชาติ กรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่อุทยานฯ เพื่อดำเนินต่อไป

11) ไม่ควรนำสุราและของมีเมาไปดื่มในอุทยานฯ เพราะถือเป็นความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาทะเลาะวิวาทได้

12) ร่วมกันสอดส่องดูแล หรือชักชวนให้เพื่อนฝูง หรือเพื่อนร่วมทาง ช่วยกันดูแลรักษาธรรมชาติ

รวมทั้งชุมชนได้ร่วมสนับสนุนและกำหนด กฎระเบียบ กติกาที่ชุมชนตั้งไว้มีรายละเอียด ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวห้ามนำสิ่งของอื่นใดทุกชนิด ออกจากพื้นที่อุทยานดอยหลวงเป็นอันขาด

2. นักท่องเที่ยวห้ามทิ้งขยะในบริเวณพื้นที่ดอยหลวงทั้งหมด ให้นำขยะกลับลงมาทิ้งในชุมชน

3. นักท่องเที่ยวต้องช่วยกันดูแลและไม่ทำลายสิ่งหนึ่งสิ่งใดในพื้นที่ดอยหลวง

2.6.3 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบตามมาตรฐานขององค์กร

อุทยานแห่งชาติดอยหลวง มีคณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิในการบริหารจัดการภายใต้ระเบียบของอุทยานแห่งชาติ และมีการดำเนินการพระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 และพระราชบัญญัติคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2534 มาใช้ในพื้นที่ โดยเจ้าหน้าที่ของอุทยาน

จะออกให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติต่าง ๆ ต่อชาวบ้าน อีกทั้งยังเป็นผู้ประสานงานความร่วมมือระหว่างชาวบ้านบ้านปางถ้ำ จังหวัดลำปางและชาวบ้านทางฝั่งพะเยาเพื่อทำข้อตกลงร่วมกันอนุรักษ์ป่าและสัตว์อีกด้วย (วนิสา พรหมรัตน์, 2556)

3. บ้านแม่ลัว ต.ป่าแดง อ.เมือง จังหวัดแพร่

จากการลงพื้นที่สำรวจ บ้านแม่ลัว ตำบลป่าแดง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์และพูดคุยกับผู้นำชุมชนบ้านแม่ลัว พบว่า บ้านแม่ลัว เป็นพื้นที่ราบเชิงดอย มีหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ อาศัยอยู่ไม่ต่ำกว่า 100 ปี มีมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ การปลูก “เมี่ยง” ชาป่า เนื่องจากเป็นเทือกเขาสูงและเป็นจุดที่สูงที่สุดของจังหวัดแพร่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาเดินป่าในเส้นทางธรรมชาติของชุมชน ทำให้ชุมชนแม่ลัว เริ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบเดินป่าให้บริการกับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามพบว่า ในชุมชนแม่ลัว ยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวแบบเดินป่า ไม่มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างเป็นทางการ และผู้ประกอบการกิจท่องเที่ยวเดินป่า ไม่มีข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่ามากนัก ในปัจจุบันชาวบ้านในชุมชนแม่ลัว ได้ปลูกกาแฟ เป็นพืชเศรษฐกิจเพิ่มเติมเนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย ทำให้ชุมชนแม่ลัวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

“บ้านแม่ลัว เป็นชุมชนที่เก่าแก่ ตั้งรกรากมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย คนแม่ลัวปลูกเมี่ยงเพื่อเลี้ยงชีพและครอบครัว ที่ผ่านมามีคนแม่ลัวช่วยกันดูแลป่า รักษาป่า ทำแนวกันไฟร่วมกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ปัจจุบันก็มีนักท่องเที่ยวมาเรื่อย ๆ เพราะอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี ส่วนใหญ่ก็นอนพักโฮมสเตย์บ้านของชาวบ้านในชุมชน ตอนนี้ก็มีคนมาทำรีสอร์ทในชุมชนไว้รับรองแขกของเขาละ” (คุณเอกพงษ์ ทะฤาษี ผู้ใหญ่บ้านแม่ลัว หมู่ 6, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2565) และจากการลงสำรวจพื้นที่เพื่อสำรวจกิจกรรมและศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ สามารถจำแนกรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านพื้นที่

อยู่ห่างจากตัวเมืองแพร่ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 30 กิโลเมตร บ้านแม่ลัวเดิมเป็นถิ่นฐานของ ‘ชาวลัวะ’ กลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิมที่อยู่อาศัยในดินแดนล้านนา มาแต่สมัยโบราณ แต่ภายหลังได้อพยพออกไปจากบ้านแม่ลัว ไม่มีหลักฐานว่าพวกเขาละทิ้งถิ่นฐานไปในช่วงไหนและด้วยสาเหตุใด (อาจมีสาเหตุมาจากโรคระบาด หรือขยับขยายหาที่ทำกินใหม่ที่ดีกว่าเดิม) และอาจจะอพยพขึ้นไปทางเหนือตั้งถิ่นฐานบนที่ราบเชิงดอยต่าง ๆ ในจังหวัดน่านซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดแพร่และเป็นแหล่งอยู่อาศัยที่สำคัญของชาวลัวะในเมืองไทย หลังจากนั้นประมาณไม่ต่ำกว่า 100 ปี คนจากพื้นราบจึงย้ายถิ่นฐานขึ้นไปอยู่ที่บ้านแม่ลัวและ

ยังเรียกชื่อหมู่บ้านตามชื่อเผ่าพันธุ์ของผู้ที่อยู่มาก่อน คือ“แม่ลัวะ” และเป็น“แม่ลัว”จนถึงทุกวันนี้

3.1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน

เส้นทางเดินขึ้นยอดดอยผาช้างดำน เป็นเส้นทางเดินประมาณ 5 กิโลเมตร จุดเริ่มต้นจากโรงเรียนบ้านแม่ลัว แบ่งเป็น 3 ช่วง ช่วงที่ 1 เป็นทางเดินตามทางถนน ลูกรัง ผ่านสวนเมี่ยง ป่าชุมชน รอยต่อป่าอุทยานแห่งชาติลำน้ำน่านจนถึงศาลาพักแรก ระยะ 4 กิโลเมตร ช่วงที่ 2 ระยะประมาณ 500 เมตร ไปถึงศาลาเจ้าพ่อช้างผาดำน และช่วงที่ 3 เป็นทางเดินขึ้นยอดเขา มีที่พักของพระสงฆ์ที่เป็นเคารพของชุมชน จากนั้นจะต้องปีนขึ้นเขาหินปูนที่มีความสูงชัน 60-90 องศา และเป็นเหวลึก มีความอันตรายระดับสูง เมื่อถึงยอดดอยผาช้างดำ ไม่มีที่ราบในการตั้งพักแรม ระยะเวลาในการเดินทาง รวมทั้งสิ้นไม่เกิน 4 ชั่วโมง



ภาพ 33 ภาพนักท่องเที่ยวเดินป่าจากจุดเริ่มต้นเดินจากบ้านแม่ลัวะ ช่วงที่ 1 มีระยะ 4 กิโลเมตรและจุดเริ่มต้นเดินช่วงที่ 2 มีระยะ 500 เมตร มีความลาดชันปานกลาง

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2563, ภาพถ่าย



ภาพ 34 ภาพนักท่องเที่ยวเดินป่าปีนขึ้นเขาหินปูนสู่ยอดดอยผาช้างดำน ช่วงที่ 3 ระยะ 500 เมตร

ที่มา: ภูวนารถ ศรีทอง, 2563, ภาพถ่าย

3.1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และควมมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง

ดอยช้างผาดำน ตั้งอยู่ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่า มองจากพื้นที่ราบจะเห็นเทือกเขาทอดยาวอยู่ทางทิศตะวันออก มีรูปร่างคล้ายช้างนอนหมอบ ชาวบ้านเรียกว่า “ดอยช้างผาดำน” ซึ่งเป็นที่ตั้งของบ้านแม่ลัว บริเวณดอยช้างผาดำนมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 840 เมตรเป็นจุดที่สูงที่สุดของจังหวัด จึงเปรียบเสมือนเป็น “หลังคาเมืองแพร่” และเป็นหนึ่งในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินลัดเลาะไต่ยอดเขาขึ้นไปสัมผัสกับทิวทัศน์ที่งดงามและอากาศที่บริสุทธิ์เย็นสบายตลอดทั้งปี

ปัจจุบันถูกจัดตั้งเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าช้างผาดำน ในสังกัดกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เนื้อที่ 27,206 ไร่ สภาพป่ามีความอุดมสมบูรณ์เป็นที่อยู่อาศัย ที่หลบภัยและเป็นแหล่งอาหารของสัตว์ป่านานาชนิด



ภาพ 35 ภาพถ่ายยอดดอยผาช้างดำน ที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม

ที่มา: เพจ Left Home หนีออกจากบ้าน, 2562

3.1.3 ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติและความโดดเด่นของสังคมพืช

จากประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2561 ณ วันที่ 24 กันยายน 2561 ทำให้พื้นที่ดอยผาช้างดำน เป็นพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ และเขตห้ามล่าสัตว์ป่า มีการตรวจสอบและเก็บกู้กล้องดักสัตว์ป่า จากการตรวจสอบพบภาพสัตว์ป่าหลายชนิด ได้แก่ เสี่ยงผา แมวดาว อีเห็น หมูหริ่ง แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่



ภาพ 36 เสี่ยงผาจากการตรวจสอบกล้องของเจ้าหน้าที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าช้างผาดำน

ที่มา: เจ้าหน้าที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าช้างผาดำน, 2564, ภาพถ่าย

3.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

3.3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

บ้านแม่ลัว เป็นชุมชนในป่ามีวิถีชีวิตที่พึ่งพาธรรมชาติและดำรงชีพด้วยการเกษตร จึงมีการส่งเสริมให้ร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติ พืชหลักของชุมชนได้แก่ เหมียงเป็นหนึ่งในพืชอนุรักษ์ภายใต้โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (อพ.สธ.) โดยโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายคือเพื่อพัฒนาบุคลากร อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรพันธุกรรมพืชให้เกิดประโยชน์แก่ชาวไทย

3.3.2 การจัดทำแผนที่ในพื้นที่ธรรมชาติ

บ้านแม่ลัว ไม่มีการจัดการนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ เนื่องจากเป็นชุมชนในป่า หากแต่จะมีโฮมสเตย์ของชุมชนที่ชาวบ้านจัดไว้เพื่อรองรับผู้มาเยือนในฤดูหนาว การเดินป่าบ้านแม่ลัว ต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ใหญ่บ้านและหัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเท่านั้น

3.3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ

นอกการเดินขึ้นยอดดอยผาช้างด้านแล้ว การประกอบกิจกรรมนันทนาการบ้านแม่ลัวที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชุมชนในการทำเหมียง (ชา) ซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนในชุมชนนับร้อยปี รวมทั้งการเรียนรู้พืชที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร และการทำสวนกาแฟของบ้านแม่ลัว ที่มีสภาพภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการปลูกกาแฟ

3.3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม

ฤดูหนาวตั้งแต่เดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์

3.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

3.4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนมีความโดดเด่นในวิถีชีวิตการทำเหมียง นอกจากการเดินป่าช้างผาช้างแล้ว ชุมชนเหมาะสมแก่การส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม เพื่อร่วมรักษาวิถีการทำเหมียงที่มีมากกว่า 200 ปี ให้เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์

3.4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า

จากการให้ข้อมูลของนายพิสิษฐ์ ตาจา กล่าวว่า ชุมชนบ้านแม่ลัว มีการตั้งถิ่นฐานมานับร้อยปี รวมทั้งมีวิถีการทำเหมียงมาหลายชั่วอายุคน ในวิถีการทำเหมียงของชุมชนแม่ลัว จะปลูกแบบธรรมชาติโดยการปลูกเมียงแทรกลงไประหว่างต้นไม้ใหญ่ และจะไม่ตัดต้นไม้ใหญ่ในป่าเหมียงเพื่อให้มีร่มเงาเพราะเมียงไม่ชอบแสงแดดตรง ๆ และจะไม่ใช้สารเคมี

เพราะชาวบ้านจะต้องใช้น้ำจากลำห้วยด้วย ส่วนเรื่องพื้นนึ่งเมียงนั้นชาวบ้านจะปลูกไม้ในไร่หมุนเวียนทดแทนเพื่อนำมาใช้ ทำให้มีพื้นที่ตลอดทั้งปี ไม่ต้องไปเก็บฟันในเขตป่าสงวนฯ เป็น การมีส่วนร่วมดูแลรักษาป่า และทรัพยากรในชุมชนอย่างพึ่งพาอาศัยกับธรรมชาติ

3.4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น

การพัฒนาโฮมสเตย์ของชุมชน ทำให้ชุมชนบ้านแม่ลัวมีรายได้เสริมจากฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม บ้านแม่ลัว เป็นชุมชนธรรมชาติในเขตห้ามล่าสัตว์ป่า หากเกิดการท่องเที่ยวกระแสหลักจะส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรมในชุมชนได้ การท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่บ้านแม่ลัว จึงต้องมีการวางแผนและพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมร่วมกับคนในชุมชน

3.5 ด้านบุคลากรและบริการ

3.5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ

จะมีต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับอุทยานแห่งชาติ และมีการประสานงานกับผู้นำชุมชนในการนำพานักท่องเที่ยวเดินป่าขึ้นไป รูปแบบการจัดการเดินป่าประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/หัวหน้าหรือเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าช่างผาด่าน/ลูกหาบของชุมชน/มัคคุเทศก์อาชีพที่มีใบอนุญาตนำเที่ยว

3.5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า

ชุมชนบ้านแม่ลัว ยังไม่มีแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน แต่ได้รับการอบรมและให้ความรู้ในการจัดทำโฮมสเตย์ โดยมีการประสานงานร่วมกับหน่วยงานเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าช่างผาด่าน เมื่อมีนักท่องเที่ยวสนใจเดินป่าขึ้นยอดดอยช่างผาด่าน นักท่องเที่ยวจะต้องแจ้งเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าช่างผาด่านก่อนได้รับอนุญาตทุกครั้ง

3.5.3 คุณลักษณะนักท่องเที่ยว

เป็นเส้นทางเดินป่า ระยะสั้น ใช้เวลาไม่เกิน 4 ชั่วโมง แต่เส้นทางมีความสูงชัน นักท่องเที่ยวเดินป่า ควรมีทักษะและกายภาพที่แข็งแรง มีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมต่อชุมชน

3.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

3.6.1 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานองค์กร

เนื่องจากชุมชนแม่ลัว เป็นชุมชนดั้งเดิมก่อนมีการประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติ กำลังดำเนินการแก้ไขปัญหาการไร้ที่ดินทำกินของเกษตรกรที่ยากจนและการรุกป่า

เขตป่าสงวนฯ ป่าต้นน้ำภายใต้คณะกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ ภายใต้แนวคิดส่งเสริมให้ชุมชนมีสิทธิ์ทำกิน มีกติการ่วมกัน ไม่บุกรุกป่าเพิ่มและเป็นแนวร่วมอนุรักษ์ป่าอย่างยั่งยืน

บ้านแม่ลัว เป็นพื้นที่หนึ่งในจังหวัดแพร่ที่กำลังมีการแก้ไขปัญหาที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัยในเขตป่าสงวนฯ ตามแนวทางของ คทช.ระดับชาติ และ คทช.จังหวัด โดยชาวบ้านเริ่มสำรวจข้อมูลเรื่องที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัยร่วมกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ที่ผ่านมามีการรังวัดพื้นที่ของแต่ละครอบครัว โดยใช้เครื่องมือจับพิกัด GPS การสำรวจข้อมูลครัวเรือน ฯลฯ เฉพาะหมู่ที่ 4 มีครัวเรือนทั้งหมด 108 หลังคาเรือน หลังจากนั้นจะนำข้อมูลทั้งหมดเสนอไปยัง คทช. จังหวัดเพื่อให้กันพื้นที่ทำกินและที่อยู่อาศัยออกจากเขตป่าสงวนฯ เพื่อให้ชาวแม่ลัวอยู่อาศัยและทำกินต่อไปได้

4. บ้านมณีพุกษ์ ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวเดินป่าของบ้านมณีพุกษ์ จังหวัดน่าน เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ได้มีการสำรวจและศึกษาเพื่อหาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยศึกษาด้านทรัพยากรของจังหวัดน่าน พบว่า เดิมมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานเกษตรจังหวัดน่านได้แก่ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านมณีพุกษ์ การจัดการท่องเที่ยว ดำเนินงานโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มี ผู้นำที่เข้มแข็ง และมีความเข้าใจในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ กับการดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนมีจุดแข็ง คือ สภาพอากาศหนาวเย็น รวมถึงมีกิจกรรมการเรียนรู้มากมาย เช่น 1) เรียนรู้วิถีชีวิตชาวไทยภูเขาเผ่าม้งและเผ่าลัวะ 2) ศึกษาวิธีการปลูกกาแฟสายพันธุ์อะราบิก้าแบบออแกนิกไม่ใช้สารเคมี 3) ศึกษาธรรมชาติสายป่าก่อ ระยะทาง 900 เมตร 4) ศึกษาเรียนรู้โครงการทดลองปลูกผลไม้เมืองหนาว 5) หมู่บ้านมณีพุกษ์ตั้งอยู่บนเทือกดอยภูคาใกล้แหล่งท่องเที่ยวชมต้นชมพูภูคาได้ จากการให้ข้อมูลของผู้นำชุมชนบ้านมณีพุกษ์อธิบายว่า

“หมู่บ้านมณีพุกษ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีเกษตรของ ชุมชนด้วยสโลแกน “จิบกาแฟบนเขาสูง ผาหิน ดอยงาม สัมผัสวัฒนธรรมเกษตรของชุมชน สภาพอากาศหนาวเย็น มีขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและประเพณีของชนเผ่าม้งและเผ่าลัวะ อาชีพหลัก คือ การปลูกข้าวไร่กะหล่ำปลี ไม้ผลเมืองหนาว เช่น ท้อ สาลี่และพลัม เป็นต้น ปัจจุบันมีการทำไร่กาแฟ อาราบิก้า เพื่อผลิตขายเป็นรายได้เสริม รวมทั้งทอผ้าใยกันซง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชมดอกชมพูภูคา ต้นเลี้ยวดอกขาว น้ำค้างแข็ง (แม่คะนิง) ถ้ำผาผึ้ง น้ำตก จุดชมวิว ชมทะเลหมอก (ดอยผาผึ้ง) เป็นต้น กิจกรรมเรียนรู้ที่หมู่บ้านมณีพุกษ์ได้แก่ จิบกาแฟอาราบิก้าเกอิชา ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นนางฟ้าแห่งกาแฟของจังหวัดน่าน ที่มีความ

แตกต่างของกลิ่นกาแฟที่หอมละมุน รสชาติหอมเปรี้ยว และมีรสหวานเป็นรสสัมผัสสุดท้าย ศึกษาการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ตั้งแต่การปลูกแบบออแกนิคไม่ใช้สารเคมี วิธีการเก็บเกี่ยวและการแปรรูป และการเรียนรู้วิถีชีวิต ชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง และเผ่าลัวะ ที่ดำรงชีวิตอยู่ด้วยการเกษตร และเพิ่งจะเปิดให้การท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทในหมู่บ้าน สำหรับการท่องเที่ยวเดินป่า มักจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลและยังไม่มีการจัดการที่ชัดเจนเนื่องจากไม่มีชาวบ้านที่จะทำอาชีพปลูกกาแฟ เพราะแค่ทำการเกษตรก็เหนื่อยมากแล้ว” (คุณวิชัย กำเนิดมงคล รองนายกเทศมนตรีตำบลงอบ, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2562) และจากการลงสำรวจพื้นที่เพื่อสำรวจกิจกรรมและศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ สามารถจำแนกรายละเอียดดังนี้

4.1 ด้านพื้นที่

เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติดอยภูคา มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,600 เมตร เดิมพื้นที่บริเวณนี้เป็นที่อยู่ของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง และลัวะ(ถิ่น) และเคยเป็นสนามสู้รบในสมัยที่ยังมีความขัดแย้งทางความคิด และ การเมือง ต่อมาได้มีการเข้ามาพัฒนาและส่งเสริมอาชีพต่าง ๆ ให้ชาวไทยภูเขา โดยโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงในลุ่มแม่น้ำน่าน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ (พมพ.) บ้านมณีพฤษ์ เป็นชาวม้งซึ่งอพยพมาจากประเทศจีน เพราะสมัยนั้นจีนเกิดสงครามจึงต้องเร่ร่อนหาที่ทำกิน ครั้นเมื่อเดินทางมาถึงตอนเหนือของประเทศไทย จึงเห็นว่าภูมิประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูก จุดแรกที่เข้าคือ ดอยภูแว จังหวัดน่าน ต่อมาตั้งบ้านเรือนเป็นหลักเป็นแหล่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ อยู่ห่างจากดอยภูแวที่ตั้งเดิมประมาณ 10 กิโลเมตร และตั้งชื่อหมู่บ้านว่า “งผั่ว หรือ งผเู่” อยู่ภายใต้การนำของพรรคคอมมิวนิสต์ ในช่วงปี พ.ศ. 2511 ถึงปี พ.ศ. 2525 ต่อมา มีนายทหารชื่อ “พ.ท.อนัน พฤษ์” กัปตันตำรวจชื่อ “มณี” ไม่ทราบนามสกุลได้วางแผนปราบปรามฝ่ายคอมมิวนิสต์ จนได้รับชัยชนะ ชาวบ้านได้เข้ามาขอตัวกับทางราชการ ในปี พ.ศ. 2527 และเปลี่ยนชื่อจาก “บ้านงผั่ว” หรือ “งผเู่” เป็น “มณีพฤษ์” โดยใช้ชื่อนายตำรวจ และนามสกุลของนายทหารสองท่านนั้นมาจนถึงปัจจุบัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าที่ได้รับความนิยมของนักเดินป่า ในจังหวัดน่าน มี 3 เส้นทางโดยมีรายละเอียดดังนี้

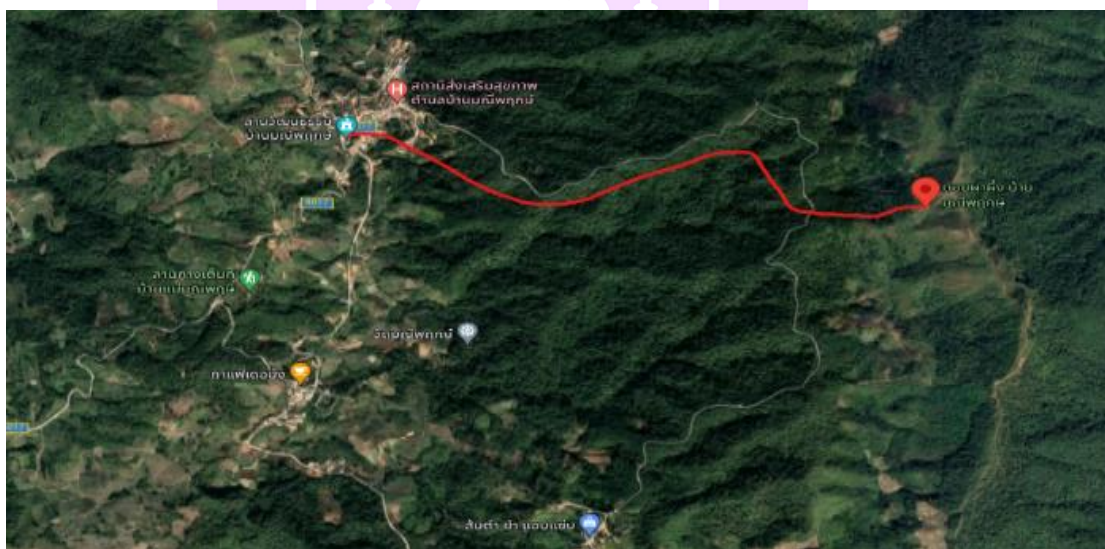
4.1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่ารูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน

เส้นทางเดินป่าพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยภูคา มีทั้งสิ้น 3 เส้นทาง ประกอบด้วย

เส้นทางที่ 1 เส้นทางขึ้นดอยผาผึ้ง อยู่บริเวณหมู่บ้านมณีพฤษ์ เป็นภูเขาหินปูนสูงจากระดับน้ำทะเล 1,600 เมตร ซึ่งไม่มีต้นไม้ใหญ่มากนัก ส่วนมากจะเป็นทุ่ง

หญ้าคา มีลักษณะเหมือนคอยูแวน สามารถชมบรรยากาศพระอาทิตย์ขึ้นและตกได้อย่างสวยงาม ชมทัศนียภาพของอำเภอปอเกลื้อ อีกทั้งยังสามารถเห็นสันคอยูแวนและคอยูซ้อได้ นอกจากนี้ยังมี จุดชมวิวกุหลาบล้าน สามารถมองเห็นอำเภอต่าง ๆ ได้แก่ เชียงกลาง พังซาง เจริญพระเกียรติ ถ้ำภูหัวล้าน เป็นถ้ำที่ใช้อยู่กินของทหารไทยสมัยก่อนอยู่บริเวณใกล้ ๆ ฐานปฏิบัติการ ยอดคอยูผาผึ้ง มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูนแหลม ไม่มีต้นไม้ใหญ่ มีแค่หญ้าปกคลุมเขาเท่านั้น ในฤดูหนาวเปิดให้นักท่องเที่ยวขึ้นไปตั้งแคมป์นอนได้ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติคอยูคา

การเดินทางไปยังสำนักงาน พมพ. ไปตามทางหลวงหมายเลข 1080 จากบ้านนาหนุน กม.ที่ 77-78 สภาพเส้นทางเป็นทางลาดชันคดเคี้ยวตามไหล่เขา เป็นทางลูกรังสลับลาดยาง ควรใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อสภาพดี ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง จากปากทางต้องเดินเท้า 20 นาทีเลาะไปตามไหล่เขาเป็นธรรมชาติที่งดงาม



ภาพ 37 แผนที่จำลองเส้นทางไปคอยูผาผึ้ง

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย



ภาพ 38 ทางเดินขึ้นยอดดอยผาผึ้งบ้านมณี

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย



ภาพ 39 ภาพทัศนียภาพบนยอดดอยผาผึ้ง

ที่มา: ทัศนียภาพบนยอดดอยผาผึ้ง, 2561

เส้นทางที่ 2 เส้นทางดอยภูแว ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา ตำบลขุนน่าน อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน ยอดดอยมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,837 เมตร ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินเท้าประมาณ 4 ชั่วโมง (ขึ้นอยู่กับ การเดินของแต่ละคน) และ ณ จุดพักตั้งแคมป์ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,743 เมตร ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง การเดินทางใช้เวลา 2 วัน 1 คืน จุดเริ่มออกเดินเท้าระดับความสูงอยู่ที่ ประมาณ 700 เมตร เดินเท้าขึ้นจุดพักแคมป์ที่ระดับความสูงประมาณ 1,743 เมตร การเดินเท้า ต้องมีเจ้าหน้าที่อุทยานเป็นผู้นำทางขึ้นจุดพักแคมป์เท่านั้น



ภาพ 40 เส้นทางเดินระยะแรกขึ้นดอยภูแว

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย



ภาพ 41 เส้นทางเดินผ่านป่าข้าวโพดของชุมชนปู่ตุ๋

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย

หลังจากจากผ่านช่วงแรกจะเดินเข้าสู่บ้านปู่ตุ๋ เส้นทางผ่านป่าข้าวโพด ไม่มีร่มเงาไม้ หากเดินเวลากลางวันจะมีความร้อนเป็นอย่างมาก หลังจากพ้นหมู่บ้านจะเข้าพื้นที่ป่าดงดิบแล้ง บางจุดมีระดับความชันของทางเดินมาก ควรใช้ไม้เท้าเดินป่าเพื่อช่วยพยุงตัวในการเดินระหว่างทาง



ภาพ 42 เส้นทางเดินระยะสุดท้ายก่อนถึงยอดดอยภูแว

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย



ภาพ 43 มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,837 เมตร

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย

เส้นทางที่ 3 เส้นทางเด่นช้างนอน ตั้งอยู่ใน ต.ศิลาเพชร อ.ปัว จ.น่าน อยู่บนดอยภูคาที่ระดับความสูง 1,980 เมตร แต่จุดสวยของเขานี้คือยอด 1,600 เมตร และ ยอด 1,700 เมตร ระยะเวลาเดินป่า 3 วัน 2 คืน ระยะทางรวม 18 กิโลเมตร



ภาพ 44 ภาพยอดดอยเด่นช้างนอน

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย



ภาพ 45 บริเวณที่พักแรมคืนที่ 1 ระยะความสูง 1600 เมตรจากระดับน้ำทะเล

ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล, 2562, ภาพถ่าย

เส้นทางนี้ไม่เหมาะกับนักเดินป่าแบบเริ่มต้น เนื่องจากมีระยะทางที่ไกล ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ และเส้นทางมีความยากลำบาก เป็นทางชันระยะยาว ต้องการเตรียมอาหารและน้ำให้เพียงพอตลอดการเดินทาง พื้นที่ในการตั้งแคมป์จำกัดไม่เกิน 10 หลังเนื่องจากเป็นสันเขาระยะทางช่วงที่สองของเส้นทางเดินป่าเด่นช้านอน เป็นทางเดินแคบสองข้างทางเป็นเหว บางช่วงต้องใช้เชือกไต่ และไม่จับแบบไม้ถาวร

4.1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และควมมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง

ลักษณะของป่าและพืชพันธุ์ไม้ป่า ป่าดอยภูคาแบ่งออกเป็น 5 ประเภทตามสภาพป่า

1) ป่าดงดิบเขา (Hill evergreen forest) เป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีอยู่ตามหุบเขา ริมน้ำลำธาร ส่วนใหญ่อยู่ตอนใต้ตอนกลาง และตอนเหนือของพื้นที่บางส่วน มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่พรรณไม้ที่สำคัญ คือ ก่อยาง ตะเคียน มะค่าโมง มณฑาป่า จำปีป่า กำลังเสือโคร่ง ไม้พื้นล่าง ประกอบด้วย หวาย ผักกูด มอส เฟิร์น กัลยไม้ ฯลฯ

2) ป่าดงดิบแล้ง (Dry evergreen forest) เป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ อยู่ตามหุบเขา มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่พันธุ์ไม้ที่สำคัญ คือ ยาง ตะเคียน มะค่าโมง จำปีป่า ประดู่ ก่อ ต้นชมพูภูคา เป็นต้น พันธุ์ไม้พื้นล่างประกอบด้วย ไม้ไผ่ชนิดต่าง ๆ เฟิร์น หวาย เถาวัลย์ชนิดต่าง ๆ

3) ป่าเบญจพรรณ (Deciduous Forest) มีอยู่กระจัดกระจายในพื้นที่ส่วนใหญ่ของป่าดอยภูคา บริเวณที่ราบตามรอบพื้นที่ และบริเวณพื้นที่ที่มีความลาดชันน้อย มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 20 ของพื้นที่ พันธุ์ไม้ที่สำคัญ คือ ยาง มะค่าโมง ประดู่ แดง ตะแบก ไม้พื้นล่างประกอบด้วยไม้ไผ่ชนิดต่าง ๆ

4) ป่าเต็งรัง (Dry dipterocarp forest) เป็นป่าที่มีอยู่บริเวณโดยรอบของพื้นที่ตามลาดเขาและบนภูเขาในพื้นที่บางจุดป่าประเภทนี้มีอยู่น้อยมาก เนื้อที่ประมาณร้อยละ 10 ของพื้นที่ พันธุ์ไม้ที่สำคัญได้แก่ เต็ง รัง เหียง พลวง มะค่า พะยอม รกฟ้า ไม้พื้นล่างประกอบด้วย มะพร้าวเต่า ปุ่มแป้ง หญ้าแพก

5) ป่าสนธรรมชาติ (Pine Forest) มีขึ้นอยู่เป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในพื้นที่ตอนใต้ของอุทยานฯ ใกล้ ๆ กับดอยภูคาส่วนใหญ่มิจะขึ้นผสมกับป่าเต็งรังลักษณะเป็นสน 3 ใบ

ทั้งยังมีพันธุ์ไม้หายากและพรรณไม้เฉพาะถิ่น เนื่องจากอุทยานฯ มีลักษณะพื้นที่เป็นภูเขาสูง บางพื้นที่มีลักษณะจำเพาะ พรรณพืชบางชนิดที่พบในพื้นที่อุทยาน

เป็นพรรณไม้หายาก หรือพรรณไม้เฉพาะถิ่น เนื่องจากการกระจายในวงจำกัด ประกอบกับสภาพป่าที่ได้ถูกแปรสภาพหรือถูกรบกวนโดยปัจจัยต่าง ๆ

4.1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า

สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่อย่างชุกชุม ได้แก่ เก้ง, กวางป่า, หมูป่า, เสียงผา, ชะนีธรรมดา, อีเห็นธรรมดา, หมีควาย และซาลาแมนเดอร์หรือจิ้งจกน้ำ เป็นต้น

4.1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมและความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม

พื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยภูคา ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุดดินที่ 62 ชุดดินนี้จะพบบริเวณพื้นที่ภูเขา ซึ่งมีความลาดชันมากกว่า 35% ในบริเวณดังกล่าวนี้มีทั้งดินลึกและดินตื้น ลักษณะของเนื้อดินและความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติแตกต่างกันไปแล้วแต่ชนิดของหินต้นกำเนิดในบริเวณนั้น มักมีเศษหิน ก้อนหิน หรือหินพื้นโผล่ กระจายกระจายทั่วไป ส่วนใหญ่ยังปกคลุมด้วยป่าไม้ประเภทต่าง ๆ เช่น ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง หรือป่าดิบชื้นหลายแห่ง มีการทำไร่เลื่อนลอยโดยปราศจากมาตรการในการอนุรักษ์ดินและน้ำ ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการชะล้างพังทลายของดินจนบางแห่งเหลือแต่หินพื้นโผล่ ได้แก่ชุดดินที่ลาดชันเชิงซ้อน (Sc) กลุ่มดินนี้ไม่ควรนำมาใช้ประโยชน์ทางการเกษตรเนื่องจากมีปัญหาหลายประการที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศควรสงวนไว้เป็นป่าตามธรรมชาติเพื่อรักษาแหล่งต้นน้ำลำธาร (สำนักอุทยานแห่งชาติกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561)

4.2 ด้านการจัดการ

4.2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนมณีพฤกษ์ เป็นหมู่บ้านชุมชนชาติพันธุ์ม้ง ประกอบอาชีพทำไร่ทำสวนเช่นเดิมแต่นิยมปลูกพืชชนิดเดียว พืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ขิง กะหล่ำปลี ลิ้นจี่ และกาแฟ แต่จากการพัฒนาจากสังคมเมืองสู่สังคมชนบทที่ทำให้การแข่งขันสูงขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ชุมชนมีการรุกรานพื้นที่ป่าให้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นป่าต้นน้ำยม และแม่น้ำน่าน เมื่อภาครัฐได้เข้ามาประสานงานกับชุมชน จึงได้รับการพัฒนาและสร้างอาชีพจากภาครัฐชื่อโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง (พมพ.) บ้านมณีพฤกษ์ให้มีโครงการทดลองปลูกผักผลไม้เมืองหนาว อีกทั้งต่อยอดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งในการร่วมกันขับเคลื่อนชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีโครงการและกิจกรรมเช่น โครงการภูมิรู้ พลังสตรี พลังรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้ร่วมเรียนรู้การดูแลทรัพยากรป่าไม้ด้วยภูมิปัญญาและประเพณีความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์

การมีส่วนร่วมในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรป่าและสิ่งแวดล้อม มาอย่างต่อเนื่องของชุมชน ควบคู่กับส่งเสริมการปลูกกาแฟเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชน กลายเป็นพืชเศรษฐกิจและมีชื่อเสียงว่า กาแฟมณีพฤกษ์

4.2.2 นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ

ชุมชนมณีพฤกษ์มีผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนได้แก่

1) การทำเกษตรบนพื้นที่สูง โดยมีการปลูกกาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจ โดยพันธุ์กาแฟที่ปลูกบ้านมณีพฤกษ์นั้นเป็นกาแฟพันธุ์เกชา (Geisha), ซวา (Java) และ ทิปิก้า โดยเฉพาะกาแฟเกชานั้นเป็นหนึ่งในโลกและเนื่องจากให้ผลผลิตไม่มาก จึงมีราคาสูงถึง กิโลกรัมละ 8,000 บาท สำหรับกาแฟที่คั่วแล้ว

2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ 1 วัน 1 คืน มีค่าใช้จ่ายภายในหมู่บ้าน ประกอบด้วย

2.1) ค่าอาหารมื้อกลางวัน มื้อละ 70 บาทต่อคน

2.2) ค่าอาหารเย็น มื้อละ 100 บาทต่อคน

2.3) ค่าตอบแทนผู้สื่อความหมาย 300 บาทต่อวัน

2.4) ค่าเหมาพาหนะไปกลับดอยผาผึ้ง (10 คน) 700 บาท

2.5) ค่าที่พักโฮมสเตย์สำหรับ 2 คน 450 บาทต่อห้อง (ราคารวมอาหารเช้า เพิ่มที่นอน 100 บาทต่อคน)

2.6) ค่าของที่ระลึกเช่น กาแฟ ผ้าปัก มีด ฯลฯ 100 บาทขึ้นไป

3) ค่าใช้จ่ายการเดินทางไปเส้นทางดอยภูแว ประกอบด้วย

3.1) ค่าธรรมเนียมในการเข้าเขตอุทยาน

3.2) ค่าธรรมเนียมยานพาหนะที่เข้าจอดในอุทยานฯ

3.3) ค่าเจ้าหน้าที่นำทาง

3.4) ค่าลูกหาบส่วนกลาง (ค่าลูกหาบวันละ 600 บาท เหม่า 2 วัน 1,200 บาท/คน แบน้ำหนักได้ไม่เกิน 20 กิโลกรัม)

3.5) ค่าจ้างแบกเต็นท์ 200 บาท (ไป-กลับ)

4) ค่าใช้จ่ายการเดินทางไปเส้นทางเด่นช้างนอน ประกอบด้วย

4.1) ค่าธรรมเนียมในการเข้าเขตอุทยาน

4.2) ค่าธรรมเนียมยานพาหนะที่เข้าจอดในอุทยานฯ

4.3) ค่าเจ้าหน้าที่นำทาง

4.4) ค่าลูกหาบส่วนกลาง

รวมค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป 2,500 บาท/คน เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่รวมค่าอาหารและน้ำดื่มที่นักท่องเที่ยวต้องนำมาด้วยตนเอง

4.2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า

การท่องเที่ยวเพื่อเดินป่า นักท่องเที่ยวต้องติดต่อทางอุทยานแห่งชาติ ดอยภูคาเพื่อให้เจ้าหน้าที่จัดเตรียมผู้นำทางและรายละเอียดเส้นทาง หากในส่วนของหมู่บ้านมณีพฤกษ์นั้นสามารถติดต่อผู้นำชุมชนเพื่อจัดเตรียมโฮมสเตย์และคนนำเที่ยว โดยผ่านทางกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวบ้านมณีพฤกษ์

4.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง

มีโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และร้านค้าท้องถิ่น และร้านค้าสวัสดิการของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา (กาแฟ น้ำดื่ม ขนม) เปิดบริการทุกวันเวลา 07.30 – 18.30 น.

4.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

4.3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

จากปัญหาการใช้พื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคาและไม่มีการออกเอกสารสิทธิ์ที่ดิน ความไม่มั่นคงของการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ รวมทั้งปัญหาการสูญเสียป่าไม้ในจังหวัดน่านได้ทำให้เกษตรกรที่เพาะปลูกบนที่สูงกลายเป็นจำเลยจากสังคม จึงส่งเสริมให้คนในชุมชนร่วมกันปรับเปลี่ยนการทำเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อแสดงให้คนทั่วไปรับรู้ได้ว่าคนในพื้นที่สูงสามารถอยู่กับป่าได้อย่างยั่งยืน ในการท่องเที่ยวเดินป่าดอยภูคาและเด่นช้างนอน นักท่องเที่ยวเดินป่าจะต้องประเมินตนเองด้วยว่า มีความแข็งแรงและออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ รวมทั้งโรคประจำตัวที่ไม่แนะนำในการเดินป่าเส้นทางดอยหลวง ดอยหนอก ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด, โรค หอบ หืด, โรคลมชัก และโรคเกี่ยวกับข้อและเข่า ต้องเคารพต่อประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน และปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา

4.3.2 การจัดทำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ

ทางชุมชนได้รับการอบรมและพัฒนาความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการให้ข้อมูลผู้นำชุมชน นายวิชัย กำเนิดมงคล กล่าวว่า จากปัญหาการใช้พื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคาและไม่มีการออกเอกสารสิทธิ์ที่ดิน ความไม่มั่นคงของการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ รวมทั้งปัญหาการสูญเสียป่าไม้ในจังหวัดน่านได้ทำให้เกษตรกรที่

เพาะปลูกบนที่สูงกลายเป็นจำเลยจากสังคม จึงส่งเสริมให้คนในชุมชนร่วมกันปรับเปลี่ยนการทำเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อแสดงให้คนทั่วไปรับรู้ได้ว่าคนในพื้นที่สูงสามารถอยู่กับป่าได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามรายได้จากการท่องเที่ยวยังมีไม่มากพอที่จะสามารถนำมาเป็นอาชีพหลักได้ จึงมีการกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับฤดูกาลท่องเที่ยวและวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งการขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ได้เริ่มพัฒนามาตั้งแต่วันที่ 22 กรกฎาคม 2560 และได้รับการรับรองวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่ม ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านมณีพฤษ์ และวิสาหกิจชุมชนกาแฟ เดอ มัง



ภาพ 46 แผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาน่าน, 2561

4.3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ

บ้านมณีพฤษ์มีการจัดการการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืนระดับปานกลาง เนื่องจากมีข้อบังคับและกฎระเบียบของอุทยานแห่งชาติ ดอยภูคา การขออนุญาตในการจัดกิจกรรมและจัดการพื้นที่ดำเนินการด้านต่าง ๆ ต้องประสานและแจ้งกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่รับทราบทุกครั้ง

4.3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม

ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรมเดินป่าและการท่องเที่ยว โดยชุมชน เป็นช่วงฤดูหนาวตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

4.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

4.4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านมณีพฤษณ์มีความ กระตือรือร้นของกลุ่มชาวบ้านในช่วงแรก ที่มองการท่องเที่ยวว่าเป็นของใหม่ และสามารถสร้างรายได้เสริม ให้กับชาวบ้าน มีชาวบ้านมาร่วมกว่า 80 คน แต่ต่อมา เมื่อพบอุปสรรคบางอย่างที่ทำให้ชาวบ้านรู้สึกและมองว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีความมั่นคงอย่างที่หวัง จึงมาร่วมประชุมเป็นครั้งคราวและจนในที่สุดเหลือ จำนวนเพียง 10 กว่าคน หมู่บ้านมณีพฤษณ์จึงจำ เป็นต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านให้มากขึ้น โดยการให้ความรู้ ที่ถูกต้องด้านการท่องเที่ยวและความสำคัญของการ เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต เกิดการสร้างรายได้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่ผ่านมามีถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง และถือว่าชาวบ้านได้เคยมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่ม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน

4.4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนพื้นที่เดินป่า

การที่ชุมชนมณีพฤษณ์ทำเกษตรกรรมปลูกกาแฟของการปลูกพืชป่า เพราะกาแฟสามารถเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีได้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการอนุรักษ์พื้นที่ป่า อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ทำให้ชุมชนมีความกระตือรือร้นและมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่สวนกาแฟ เพื่อให้กตประโยชน์และคุณภาพที่ดีของผลผลิตเมล็ดกาแฟ

4.4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น

ในการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อวางแผนและพัฒนา มีการปรับปรุงและเพิ่มบทบาทการทำงานของคณะกรรมการและสมาชิก มีการโครงการติดตามขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

- 1) การปรับปรุงร้านกาแฟต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ สบู่กาแฟ และของที่ระลึก
- 2) การออกบัตรอาสาสมัครผู้นำเที่ยวท้องถิ่น ให้แก่ผู้ที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตร “ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น” โดยสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

3) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกฤษ์ และกลุ่มผลิตกาแฟ เดอแม้ง
ยื่นจดทะเบียนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

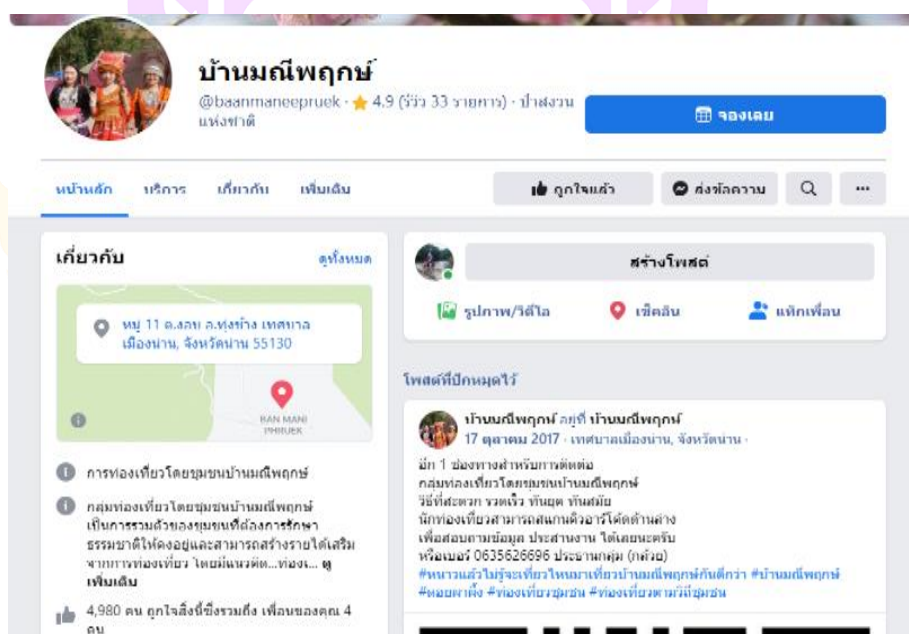
4.5 ด้านบุคลากรและบริการ

4.5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ

บทบาทของมัคคุเทศก์เดินป่าในพื้นที่ชุมชนบ้านมณีพุกฤษ์ ได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาเชียงราย และยังเข้าร่วมอบรมหลักสูตรการบริหารเครือข่ายการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนโดยสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน

4.5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า

ชุมชนบ้านมณีพุกฤษ์ มีการพัฒนาและจัดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตน รวมทั้งการจัดสื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่สนใจมาท่องเที่ยวเดินป่า และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในพื้นที่ แต่มีข้อจำกัดที่ชุมชนสามารถสื่อสารได้แค่ภาษาไทย และภาษาท้องถิ่น ชุมชนมีนักสื่อความหมายที่มีความสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ระดับดี



ภาพ 47 สื่อประชาสัมพันธ์สังคมออนไลน์ของบ้านมณีพุกฤษ์

ที่มา: สื่อประชาสัมพันธ์สังคมออนไลน์บ้านมณีพุกฤษ์, 2564

4.5.3 คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเดินป่าดอยภูแวและเด่นช้างนอน ต้องมีสุขภาพแข็งแรง รู้จักสมรรถนะของตนเอง มีทักษะในการเดินป่าระดับปานกลางขึ้นไป มีความรู้ในการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการเดินป่าระยะไกล

4.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

4.6.1 กฎ ระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติในพื้นที่เดินป่า

สำหรับการเดินป่าพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยภูคา นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามกฎของอุทยานแห่งชาติ ได้แก่

- 1) ปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางอุทยานฯ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- 2) ดูแลรักษาสภาพธรรมชาติให้คงความงดงามตามธรรมชาติมากที่สุด
- 3) ควรเคารพสิทธิ์ผู้อื่นในการเข้าไปใช้พื้นที่ธรรมชาติร่วมกัน
- 4) ไม่ส่งเสียงดัง อันจะเป็นการรบกวนผู้อื่นหรือรบกวนความเป็นอยู่ของสัตว์ป่า
- 5) การเดินป่าศึกษาธรรมชาติควรเดินตามเส้นทางที่กำหนดไว้ ไม่ควรเดินออกนอกเส้นทางเดินถาวรซึ่งอาจจะไปเหยียบย่ำพืชพรรณหรือสัตว์เล็ก ๆ
- 6) ห้ามเก็บหรือนำออก หรือกระทำการใด ๆ ที่จะเป็นอันตรายต่อสภาพของก้อนหิน พืชพรรณ และสัตว์ป่า ในเขตอุทยานฯ
- 7) ห้ามนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในเขตอุทยานฯ เพราะอาจจะเป็นการนำโรคเข้าไปแพร่ในธรรมชาติหรือในทางตรงกันข้าม ก็อาจจะรับโรคติดต่อจากสัตว์ป่าภายในออกมา
- 8) ไม่ควรก่อไฟในอุทยานฯ เพราะการก่อไฟจำเป็นจะต้องใช้พื้นที่ในธรรมชาติและก่อเกิดมลพิษ ปัจจุบันมีเตาน้ำมัน เตาก๊าซสารพัดประโยชน์ขนาดพกพา สามารถใช้ได้ดีและไม่ทำลายธรรมชาติหรือหากจำเป็นต้องก่อกองไฟจริง ๆ ควรก่อในที่ที่ทางอุทยานฯ กำหนดและดับให้เรียบร้อย
- 9) ไม่ควรนำสิ่งที่จะก่อให้เกิดขยะเข้าไปในอุทยานฯ เช่น ถุงพลาสติก กล่องโฟม ขวด กระป๋อง หากนำไปกรุณาเก็บคืนออกมาให้มากที่สุด
- 10) เมื่อพบเห็นการกระทำผิดกฎระเบียบอุทยานฯ หรือการกระทำอันเป็นผลกระทบต่อธรรมชาติ กรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่อุทยานฯ เพื่อดำเนินต่อไป
- 11) ไม่ควรนำสุราและของมีเมาไปดื่มในอุทยานฯ เพราะถือเป็นความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาทะเลาะวิวาทได้

12) ร่วมกันสวดส่งดูแล หรือชักชวนให้เพื่อนฝูง หรือเพื่อนร่วมทาง ช่วยกันดูแลรักษาธรรมชาติ

4.6.2 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร

การท่องเที่ยวเดินป่าในอุทยานแห่งชาติจะต้องลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะขึ้นดอยภูแว และเด่นช้างนอน โดยติดต่อกับอุทยานแห่งชาติดอยภูคา และหากนักท่องเที่ยวต้องการไปดอยผาหิมที่บ้านมณีพฤกษ์ ต้องดำเนินการติดต่อกับผู้นำชุมชน หรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชุมชนล่วงหน้าเนื่องจากชุมชนเป็นชุมชนเกษตรกรรม มีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ต้องมีการประสานงานและแจ้งล่วงหน้ากับผู้นำชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้มาเยือน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยได้สำรวจและนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และนำแบบประเมินไปสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ตัวแทนภาครัฐและภาคเอกชน ผู้นำท้องถิ่น นักธุรกิจ และตัวแทนชุมชน ในการประเมินศักยภาพนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามเกณฑ์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานและบริการ เพื่อนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ดังนี้

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
ด้านพื้นที่	3.34	0.84	ปานกลาง
ด้านการจัดการ	3.22	0.86	ปานกลาง
ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	3.46	0.78	สูง
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	3.45	0.85	สูง
ด้านบุคลากรและบริการ	3.72	0.78	สูง
ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	3.28	0.86	ปานกลาง
รวม	3.40	0.38	ปานกลาง

จากตาราง 27 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ตามเกณฑ์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ารวมทุกด้าน ทั้งการแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) โดยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับสูงก็คือ ศักยภาพด้านบุคลากรและบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.72$) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($\bar{X}=3.46$) ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X}=3.45$) รองลงมาได้แก่ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ($\bar{X}=3.28$) ด้านพื้นที่ ($\bar{X}=3.34$) และด้านการจัดการ ($\bar{X}=3.22$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านพื้นที่ จาก
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบ ลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน	3.53	0.67	สูง
คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความ มีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรใน เส้นทาง	3.53	0.74	สูง
ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสใน การพบสัตว์ป่า	3.05	1.04	ปานกลาง
ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความ ยากง่ายของเส้นทางในการประกอบ กิจกรรม	3.25	0.91	ปานกลาง
รวม	3.34	0.84	ปานกลาง

จากตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านพื้นที่ พบว่า ภาพรวมคุณภาพ
ในด้านพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$) โดยมีระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะ
เส้นทางที่แตกต่างกัน และคุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของ
ฐานทรัพยากรในเส้นทางอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.53$) รองลงมาคือมีความคงทนของ
สภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X}=3.25$) และมีความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X}=3.05$) ตามลำดับ

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านการจัดการ จาก
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและ การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน แล้วท่องเที่ยว	3.48	0.80	สูง
นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ	3.15	0.79	ปานกลาง
การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการ ท่องเที่ยวเดินป่า	3.13	0.92	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการใน เส้นทาง	3.13	0.95	ปานกลาง
รวม	3.22	0.86	ปานกลาง

จากตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านการจัดการ พบว่า ภาพรวม
คุณภาพในด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) โดยมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่าง
ยั่งยืนและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแล้วท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.48$)
รองลงมาคือมีนโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.15$) มี
การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการ
บริการในเส้นทาง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$) ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านกิจกรรม
และกระบวนการจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดิน
ป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่อง สภาพแวดล้อมธรรมชาติ	3.43	0.70	สูง
การเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ธรรมชาติ	3.50	0.83	สูง
ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการ ประกอบกิจกรรมนั้นหนาแน่น	3.40	0.70	ปานกลาง
ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบ กิจกรรม	3.53	0.80	สูง
รวม	3.46	0.78	สูง

จากตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านกิจกรรมและกระบวนการ
พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.46$) โดยมีช่วง
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.53$) การเจ้าหน้าที่ในพื้นที่
ธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.50$) การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การ
เรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ($\bar{X}=3.43$) และมีช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม
ในการประกอบกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	($\bar{X}$)	(S.D.)	
การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว	3.50	0.77	สูง
ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า	3.45	0.80	สูง
การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น	3.40	0.99	ปานกลาง
รวม	3.45	0.85	สูง

จากตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านการมีส่วนร่วม พบว่าภาพรวมคุณภาพในด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$) โดยมีการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.50$) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$) และมีการกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้าน
บุคลากรและบริการจากผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพด้านบุคลากรและบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดิน ป่าเส้นทางธรรมชาติ	3.78	0.72	สูง
การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการเดินป่า	3.70	0.78	สูง
คุณลักษณะนักท่องเที่ยว	3.68	0.84	สูง
รวม	3.72	0.78	สูง

จากตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านบุคลากรและบริการพบว่า
ภาพรวมคุณภาพในด้านบุคลากรและบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.72) โดยมีมัคคุเทศก์ที่มี
ความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.78) รองลงมาคือมีการ
นำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.70) และมีคุณลักษณะ
นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.68) ตามลำดับ

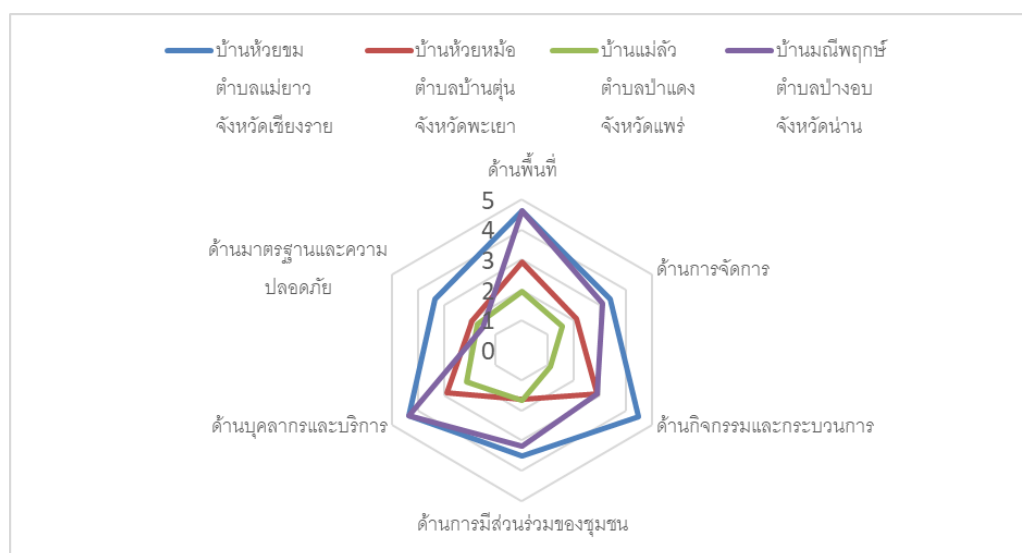
ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในด้าน
มาตรฐานความปลอดภัยของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการ
ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ศักยภาพด้านมาตรฐานความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
สุขภาพและความปลอดภัย	3.65	0.69	สูง
กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่ เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า	3.45	0.83	สูง
ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว	2.90	0.81	ปานกลาง
บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร	3.13	1.00	ปานกลาง
รวม	3.28	0.86	ปานกลาง

จากตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านมาตรฐานความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$) โดยมีสุขภาพและความปลอดภัย อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.65$) รองลงมาคือมีกฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$) มีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$) และมีช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.90$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามเกณฑ์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานและบริการ พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) โดยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ศักยภาพด้านบุคลากรและบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.72$) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($\bar{X}=3.46$) ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X}=3.45$) รองลงมาได้แก่ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ($\bar{X}=3.28$) ด้านพื้นที่ ($\bar{X}=3.34$) และด้านการจัดการ ($\bar{X}=3.22$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และจากผลการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าทั้ง 6 ด้านเมื่อเปรียบเทียบกันทั้ง 4

พื้นที่ พบว่า บ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด ลำดับรองลงมาได้แก่บ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน ลำดับต่อมาได้แก่บ้านห้วยหม้อ จังหวัดพะเยา และบ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ มีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าน้อยที่สุด



ภาพ 48 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

สรุปสถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว และผู้ที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นไปตามตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 เพื่อตอบแบบสอบถามศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามเกณฑ์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานและบริการ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์และสามารถอธิบายศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ได้ดังนี้

1. ด้านพื้นที่

ความสวยงามของพื้นที่ ธรรมชาติที่งดงาม ลักษณะเด่นของเส้นทางที่มีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเส้นทางดอยหลวง ดอยหมอกและเด่นช้างนอนที่มีความน่าดึงดูดใจของแหล่งธรรมชาติ มีความหลากหลายของพืชพรรณในพื้นที่ น้ำตกและถ้ำ ลักษณะเส้นทางเดินป่าแต่

ละเส้นมีความแตกต่างกัน เส้นทางที่มีความสูงชันและยากที่สุด คือ เส้นทางเดินช้างนอน สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในด้านพื้นที่โดยมีระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน และคุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทางอยู่ในระดับสูง จากผลสำรวจในแต่ละพื้นที่พบว่า บ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชนที่โดดเด่น มีชุมชนวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยง อาข่า ลาหู่และการดำรงชีพริมแม่น้ำกก ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และพื้นที่ดอยหลวง ดอยหมอก มีความโดดเด่นทางความเชื่อทางศาสนา และเป็นแหล่งพื้นที่แห่งศรัทธาของชุมชนรอบดอยหลวง ก่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันของชุมชนกับการใช้ประโยชน์จากป่าตามภูมิปัญญา สอดคล้องกับสิ่งที่ศรัทธา เช่นเดียวกับบ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่เป็นแหล่งผลิตชาใบเมี่ยงที่สำคัญของภาคเหนือ โดยมีรากฐานชุมชนที่เป็นชาติพันธุ์ลัวะ ก่อตั้งรกรากมานับร้อยปี บ้านมณีพุกฤษ์เป็นพื้นที่เชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของการต่อสู้จนกลายมาเป็นชุมชนชาวม้งที่ปลูกกาแฟบนที่สูงและมีคุณภาพระดับโลก ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถสร้างความดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวเดินป่าในประสบการณ์ที่แตกต่างได้ อีกทั้งจากต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ภาคเหนือตอน 2 มีทั้งแม่น้ำ ทะเลสาบ เขาหินปูน และสัตว์ป่า ทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยได้หลากหลายรูปแบบอีกทั้งกระแสความนิยมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีความรู้และให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ ทำให้การท่องเที่ยวเดินป่าเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยจากผลการศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวเดินป่าพบว่า สภาวะสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด

อย่างไรก็ตามมีการรุกรานจากชาวบ้านในพื้นที่เพื่อทำเกษตรกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม เช่น บ้านห้วยชม ที่มีความเจริญแบบสังคมเมืองเข้ามายังชุมชน ช่วงเวลาที่ผ่านมามีนักลงทุนเข้ามาดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดแหล่งธรรมชาติในพื้นที่สภาพทรุดโทรม ทั้งปัญหาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องเพิ่มความรู้ ความเข้าใจและหลักการทำงานร่วมกันเพื่อลดข้อขัดแย้ง และแนวทางปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและหน่วยงานอุทยานแห่งชาติเช่นกัน

2. ด้านการจัดการ

การจัดการเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีการจัดการที่ผ่านทางอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ ในพื้นที่เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน แต่ที่โดดเด่นและบริหาร

จัดการได้อย่างดีประกอบด้วยบ้านห้วยหม้อ และบ้านมณีพุกษณ์เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ ความเข้าใจ มีการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับต้นทุนทรัพยากรในพื้นที่เดินป่าอย่างเหมาะสม ชุมชนมีแนวทางการบริหารจัดการตนเองเบื้องต้น และให้ความร่วมมือกับอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ในการดำเนินงานและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ จากระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านการจัดการ พบว่าภาพรวมคุณภาพในด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการเข้าพื้นที่เดินป่าขาดป้ายบอกทางและการคมนาคมสาธารณะ เข้าถึงพื้นที่ลำบาก ขาดสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน รวมทั้งไม่มีมาตรฐานของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่บ้านแม่ลัวเนื่องจากชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ด้วยตนเอง ระเบียบของภาครัฐที่เข้มงวดและต้นทุนการจัดการด้านราคาต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ที่ทำให้ผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลง การเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวจากข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อการประกอบการตัดสินใจในท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวเกิดการยกเลิกหรือเพิ่มจำนวนแบบกะทันหัน ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมเดินป่าในพื้นที่ ดังนั้นต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ชุมชนพื้นที่เดินป่าให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การจัดทำเนื้อหาที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ เป็นการกระตุ้นและสร้างพื้นที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

ในพื้นที่เดินป่าของชุมชนเดินป่าทั้ง 4 พื้นที่มีกิจกรรมเดินป่า เป็นกิจกรรมหลักและมีกิจกรรมเพิ่มเติมในแต่ละพื้นที่เช่น บ้านห้วยหม้อมีกิจกรรมฟื้นฟูป่า (Re-forest) มีกิจกรรมขี่ช้าง ชมธรรมชาติ การล่องเรือคายัคในลำน้ำกก ในขณะที่บ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ เส้นทางเดินป่าช่วงผาด่านอยู่ในชุมชนปลูกชาใบเมี่ยง มีการจัดโฮมสเตย์ของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวด้วย ขณะที่บ้านมณีพุกษณ์มีความโดดเด่นเรื่องของกาแฟพันธุ์เกอิชา (Geisha) เป็นแหล่งเรียนรู้การปลูกกาแฟแบบครบวงจร และในกระบวนการเดินป่ามีการจัดทำ โรงเรียนนักเดินป่า (National Park Outdoor Education) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างวัฒนธรรมการเดินป่าที่ดี สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นเส้นทางเดินธรรมชาติระยะทาง 2 กิโลเมตร (ไป-กลับรวม 4 กิโลเมตร) ไม่มีลูกหาบให้บริการ นักเดินป่าต้องแบกสัมภาระเองและมีครูเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าเป็นผู้ให้ความรู้และดูแล มีชั้นกระบวนการและขั้นตอนการสมัครเข้าร่วมโดยผู้สมัครต้องเข้าอบรมออนไลน์เพื่อได้รับทราบข้อมูลจนได้รับประกาศนียบัตร มาประกอบหลักฐานในการเข้าเดินเส้นทางเดินป่าที่มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว หลักสูตรของโรงเรียนนักเดินป่า เหมาะสมกับผู้เริ่มเดินป่า ดังนั้นนักเดินป่าจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ตาม

หลักสูตรที่โรงเรียนกำหนดถึงจะผ่านหลักสูตร ผู้ที่ผ่านหลักสูตรจะได้รับ บัตรนักเดินป่า สามารถนำไปใช้แสดงเพื่อเดินป่าในเส้นทางต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา ได้แก่ เส้นทาง ดอยภูแว / เส้นทางน้ำตกขุนน้ำปัว/ เส้นทางเด่นช้างนอน และอุทยานแห่งชาติที่ร่วมโครงการ กิจกรรมโรงเรียนเดินป่าไม่มีค่าใช้จ่าย มีค่าใช้จ่ายเฉพาะอัตราค่าบริการสำหรับเข้าไปในเขต อุทยานแห่งชาติ หากแต่ว่าชุมชนในพื้นที่เดินป่ายังไม่มีการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวทาง เศรษฐกิจของพื้นที่ทั้งด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ผลตอบแทนแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่สนับสนุนให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และการตลาด การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวตามฤดูกาล และนอกฤดูกาล รวมทั้งเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ได้สะดวก มากยิ่งขึ้น โดยจากระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว เดินป่าในด้านกิจกรรมและกระบวนการ พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับสูง มีช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ มีการสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ มีการจัดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ และมีความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการ ประกอบกิจกรรมนันทนาการ ตามลำดับ

4. ด้านการมีส่วนร่วม

ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และใช้พื้นที่เดินป่าเพื่อการดำรงชีพภายใต้ความ ร่วมมือกับภาครัฐ ที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่ชุมชนมีการจัดการอย่างมีส่วนร่วมในการปรับปรุง พื้นฟูสภาพเส้นทางเดินป่า แต่การดำเนินนโยบายของภาครัฐในบางครั้ง ไม่ได้ให้ชุมชนในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และดำเนินกิจกรรม รวมทั้งการทำความเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษอย่างไรในพื้นที่เดินป่า ในพื้นที่บ้านห้วย ขม บ้านตุ่น และบ้านมณีพฤกษ์ ได้ทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกันระหว่างภาครัฐ และชุมชน มีการกำหนดเส้นทาง การสื่อสารข้อมูล และกลุ่มกิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเดินป่า สิ่งสนับสนุนทางการท่องเที่ยวทั้งโฮมสเตย์ ร้านค้า ร้านอาหาร รถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวเดินป่า รวมทั้งการให้ความรู้เชิงอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มาเยือน และเป็นแหล่งเรียนรู้การศึกษา เส้นทางธรรมชาติและการเดินป่าด้วย ยกเว้นบ้านแม่ลัวที่ยังไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวแบบ เดินป่า จากการสอบถามผู้นำชุมชนในพื้นที่เดินป่าบ้านแม่ลัว พบว่า มีความต้องการได้รับการ ผลักดันและสนับสนุนจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้เกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสในการร่วมจัดทำเส้นทางและกระจายการใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเดิน ป่ากับหน่วยงานท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

5. ด้านบุคลากรและบริการ

ในแต่ละพื้นที่ มีการอบรมพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนให้มีมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเดิโนปา การควบคุมคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดิโนปามีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่ มีความรู้เกี่ยวกับพืชพรรณไม้ และชำนาญเส้นทาง มีการให้บริการลูกหาบที่เป็นคนในชุมชน มีความชำนาญและรู้จักการปฏิบัติหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถไว้วางใจและเชื่อมั่นสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น แต่จากสถิติจำนวนมัคคุเทศก์เดิโนปาที่ลดลงมาตรฐานและระดับการสื่อสารภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์เดิโนปาอยู่ในระดับต่ำ ทำให้สูญเสียโอกาสทางการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงเดิโนปาและผจญภัย และจำนวนบุคลากรมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ที่จะทดแทนแรงงานที่มีทักษะมีน้อยลง ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการยกระดับการบริการและคุณภาพ ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ชุมชนเดิโนปาในแต่ละจังหวัด ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ จึงมีการจัดระเบียบและข้อบังคับความปลอดภัยเพื่อป้องกันเหตุที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวเดิโนปา และมีการเตรียมทีมกู้ภัยในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิดกับนักท่องเที่ยวที่มาเดิโนปาในพื้นที่เช่นกัน ทุกครั้งที่มีการนักท่องเที่ยวเดิโนปาเข้าพื้นที่จะต้องมีการจัดส่งรายละเอียดจำนวนคน วันและเวลา ให้กับทางอุทยานแห่งชาติที่รับผิดชอบด้วย พื้นที่เดิโนปามีมาตรฐานความปลอดภัยตามระเบียบของอุทยานแห่งชาติ แต่ไม่มีสิ่งสนับสนุนการกู้ภัยและหน่วยงานหลักในการดูแลมาตรฐานความปลอดภัย อีกทั้งชุมชนในพื้นที่เดิโนปา ไม่มีอุปกรณ์และเครื่องมือพื้นฐานกรณีนักท่องเที่ยวประสบเหตุระหว่างเดิโนปา ทั้งนโยบายการเฝ้าระวังและควบคุมโรคระบาดโควิด-19 ทำให้หลายพื้นที่ต้องระงับการให้บริการ ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดิโนปาในด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านมาตรฐานความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้มีด้านสุขภาพและความปลอดภัยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือมีกฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติที่เหมาะสมในพื้นที่เดิโนปามีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร และมีช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ศักยภาพรวมทุกด้านจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดิโนปา พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดิโนปาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านบุคลากรและบริการเป็นด้านที่มีศักยภาพสูงที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์และแรงจูงใจของ Maslow เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ตามการศึกษาวัดประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ตอน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเดินป่าและพักค้างคืนมากกว่า 24 ชั่วโมง ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติจำแนกตามจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย, พะเยา, แพร่ และน่าน จากปี พ.ศ. 2562 เป็นจำนวน 878,472 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2561) จึงใช้การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 2009) จำนวน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตามพื้นที่เส้นทางเดินป่าและจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (จำนวน 400 คน)

ตาราง 34 แสดงค่าร้อยละของเพศนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

2		
เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	277	69.25
หญิง	123	30.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 34 แสดงค่าร้อยละของเพศนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 277 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 69.25 และเป็นเพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ตามลำดับ

ตาราง 35 แสดงค่าร้อยละของอายุนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
20-29 ปี	269	67.25
30-39 ปี	52	13.00
40-49 ปี	40	10.00
ต่ำกว่า 20 ปี	20	5.00
อายุ 60 ปี ขึ้นไป	12	3.00
50-59 ปี	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 35 แสดงค่าร้อยละของอายุนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 - 59 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 7 คนคิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตาราง 36 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพนักท่องเที่ยวดำเนินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โสด	256	64.00
สมรส	127	31.75
หย่าร้าง	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 36 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพนักท่องเที่ยวดำเนินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 256 คน

คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ สถานภาพ สมรสแล้ว จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และหย่าร้างน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตาราง 37 แสดงค่าร้อยละของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ปริญญาตรี	147	36.75
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	119	29.75
ต่ำกว่าอนุปริญญาตรี	81	20.25
สูงกว่าปริญญาตรี	53	13.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 37 แสดงค่าร้อยละระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาคือระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ระดับต่ำกว่าอนุปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

ตาราง 38 แสดงค่าร้อยละอาชีพนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พนักงานบริษัท	177	44.25
รับจ้างทั่วไป	103	25.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	54	13.50
เจ้าของกิจการ	41	10.25
นักเรียน/นักศึกษา	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 38 แสดงค่าร้อยละอาชีพนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ

44.25 รับจ้างทั่วไป จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 เจ้าของกิจการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตาราง 39 แสดงค่าร้อยละรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือตอนบน 2

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
9,001–15,000 บาท	117	29.25
35,001–50,000 บาท	93	23.25
ต่ำกว่า 9,000 บาท	76	19.00
15,001–35,000 บาท	69	17.25
50,001 บาท ขึ้นไป	45	11.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 39 แสดงค่าร้อยละรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือน 9,001–15,000 บาท มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 35,001–50,000 บาท มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 9,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001–35,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และมีรายได้มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีผลการศึกษาดังนี้

**ตาราง 40 แสดงค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการ
ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า
1 ข้อ)**

ปัจจัย	ความถี่	ร้อยละ (%)
ความปลอดภัย	400	100.00
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	394	98.50
มีความหลากหลายของธรรมชาติ	370	92.50
วัฒนธรรมท้องถิ่น	361	90.25
โครงสร้างพื้นฐาน	299	74.75
สิ่งอำนวยความสะดวก	287	71.75
ความมีชื่อเสียง	219	54.75
ราคาสมเหตุสมผล	212	53.00

จากตาราง 40 แสดงค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเดิน
ป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน เพราะความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมาก
ที่สุด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 มีความหลากหลายของธรรมชาติ จำนวน 370 คน คิด
เป็นร้อยละ 92.50 วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.25 โครงสร้าง
พื้นฐาน จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 287 คน คิด
เป็นร้อยละ 71.75 ความมีชื่อเสียง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 ราคาสมเหตุสมผลที่
มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ตามลำดับ

ตาราง 41 แสดงค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์	ความถี่	ร้อยละ(%)
พักผ่อน	369	92.25
การศึกษา	356	89.00
สุขภาพ	249	62.25
ธุรกิจ	145	36.25
การกีฬา	58	14.50

จากตาราง 41 แสดงค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนในการท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 92.25 รองลงมาคือ เพื่อการศึกษา จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 เพื่อสุขภาพ จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 เพื่อธุรกิจ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และเพื่อการกีฬามีที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตาราง 42 แสดงค่าร้อยละของรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	163	40.75
บริษัทนำเที่ยว	104	26.00
มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	75	18.75
ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือญาติในท้องถิ่น	58	14.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 42 แสดงค่าร้อยละของรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เดินทางท่องเที่ยวการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 เดินทางโดยมีมัคคุเทศก์

ท่องเที่ยว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือญาติที่อยู่ใน
ท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

**ตาราง 43 แสดงค่าร้อยละจากประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

ประเภทค่าใช้จ่าย	ความถี่	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	380	95.00
การเดินทาง	375	93.75
เดินป่าและสันตนาการ	342	85.50
ที่พัก	318	79.50
นวดและสปา	195	48.75
ช้อปปิ้ง	108	27.00

จากตาราง 43 แสดงค่าร้อยละของประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่ม
จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน
380 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน 375 คน คิดเป็น
ร้อยละ 93.75 เดินป่าและสันตนาการ จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 ที่พัก จำนวน
318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 นวดและสปา จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 คิดเป็น
ร้อยละ 31.75 และช้อปปิ้ง ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00
ตามลำดับ

**ตาราง 44 แสดงค่าร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินทางต่อครั้ง ต่อคน ใน
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2**

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
3001-5000 บาท	157	39.25
1001-3000 บาท	151	37.75
ต่ำกว่า 1000 บาท	47	11.75
มากกว่า 5000 บาท	45	11.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 44 แสดงค่าร้อยละค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 3001-5000 บาท มากที่สุดจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1001-3000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 5000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ตาราง 45 แสดงค่าร้อยละของจำนวนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า (ต่อปี) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จำนวน (ครั้ง/ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2-4 ครั้งต่อปี	283	70.75
1 ครั้งต่อปี	46	11.50
5-6 ครั้งต่อปี	35	8.75
7-12 ครั้งต่อปี	31	7.75
มากกว่า 12 ครั้งต่อปี	5	1.25
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 45 แสดงค่าร้อยละของจำนวนความถี่ครั้งต่อปีในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 2-4 ครั้งต่อปี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 รองลงมาคือจำนวนความถี่ในการเดินทาง 1 ครั้งต่อปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 จำนวนความถี่ในการเดินทาง 5-6 ครั้งต่อปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 จำนวนความถี่ในการเดินทาง 7-12 ครั้งต่อปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 จำนวนความถี่ในการเดินทางมากกว่า 12 ครั้งต่อปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และจำนวนความถี่ในการเดินทางน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตาราง 46 แสดงค่าร้อยละของระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่าใน
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จำนวนระยะเวลาที่ใช้ (วัน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 วัน	171	42.75
2 วัน 1 คืน	166	41.50
จำนวน 3-5 วัน	48	12.00
มากกว่า 5 วัน	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 46 แสดงค่าร้อยละของระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลา 1 วัน มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 42.75 รองลงมาใช้ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ระยะเวลา 3-5 วัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และจำนวนระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้น้อยที่สุดคือ ใช้ระยะเวลามากกว่า 5 วัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตาราง 47 แสดงค่าร้อยละของช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จำนวนวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ตามเวลาที่สะดวก	177	44.25
วันเสาร์-อาทิตย์	137	34.25
วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดเทศกาล	43	10.75
วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์	43	10.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 47 แสดงค่าร้อยละของช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่นิยมเลือกใช้ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด คือตามเวลาที่สะดวก จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง คือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

ช่วงเวลาในการเดินทางที่น้อยที่สุด คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ / วันหยุดเทศกาล จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และช่วงเวลาในการเดินทางวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตาราง 48 แสดงค่าร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
4-5 คน	139	34.75
คนเดียว	105	26.25
2-3 คน	100	25.00
มากกว่า 7 คน	34	8.50
6-7 คน	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 48 แสดงค่าร้อยละของผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางมากที่สุด คือ 4-5 คน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ เดินทางคนเดียว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ผู้ร่วมเดินทาง 2-3 คน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 7 คน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และจำนวนที่นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือ 6-7 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตาราง 49 แสดงค่าร้อยละของประเภทผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับ
นักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ประเภทผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เที่ยวคนเดียว	133	33.25
กลุ่มเพื่อน	129	32.25
เพื่อนร่วมงาน	74	18.50
คู่รัก	37	9.25
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	27	6.75
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	150	100.00

จากตาราง 49 แสดงค่าร้อยละขอประเภทผู้ร่วมเดินทางส่วนมากที่เดินทางร่วมกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ประเภทผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เที่ยวคนเดียว จำนวน 133 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 33.25 รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 กลุ่มเพื่อนร่วมงาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 คู่รัก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ครอบครัว/ญาติ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และประเภทผู้ร่วมเดินทางน้อยที่สุด คืออื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตาราง 50 แสดงค่าร้อยละประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการ
ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทที่มาของแหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ผู้ที่มีชื่อเสียงเช่นดารา/ศิลปินที่ชื่นชอบ	379	94.75
ทราเวลบล็อกเกอร์	355	88.75
คนใกล้ชิด (เพื่อน/ญาติพี่น้อง)	345	86.25
เอเจนซี หรือบริษัททัวร์	185	46.25
ข้อมูลจากคำบอกเล่าของผู้ใช้บริการ	58	14.50
อื่น ๆ	0	0.00

จากตาราง 50 แสดงค่าร้อยละขอประเภทของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางร่วมกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผู้มีชื่อเสียง เช่น ดาราหรือศิลปินที่ชื่นชอบ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.75 รองลงมาคือ ทราเวลบล็อกเกอร์ จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75 คน ใกล้ตัว เพื่อน หรือญาติพี่น้อง จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 เอเจนซี หรือบริษัททัวร์ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 จำนวน 58 คน ข้อมูลจากคำบอกเล่าของผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 14.50 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตาราง 51 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือก
จัดรูปแบบการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จัดรายการตามคำแนะนำของสื่อ ประชาสัมพันธ์และสังคมออนไลน์ เช่น ททท., รายการโทรทัศน์	177	44.25
จัดรายการตามคำแนะนำของเพื่อน/บุคคลที่ มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่า	164	41.00
เลือกใช้บริการจากตัวแทนด้านการ ท่องเที่ยวหรือบริษัททัวร์	36	9.00
จัดรายการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดด้วย ตนเอง	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 51 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมจัดรายการตามคำแนะนำของสื่อประชาสัมพันธ์และสังคมออนไลน์ เช่น ททท, รายการโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 จัดรายการตามคำแนะนำของเพื่อน/บุคคลที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 เลือกใช้บริการจากตัวแทนด้านการท่องเที่ยวหรือบริษัททัวร์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และจัดรายการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดด้วยตนเอง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตาราง 52 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม
จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สื่อสังคมออนไลน์เช่นFacebook, Instagram, Vlog	371	92.75
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	363	90.75
เว็บไซต์ท่องเที่ยวทั่วไป	281	70.25
สื่อสาธารณะ อาทิ โทรทัศน์, วิทยุ	247	61.75
พนักงาน/บริษัทนำเที่ยว	217	54.25
นิตยสาร/วารสารนำเที่ยว	91	22.75

จากตาราง 52 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Vlog มากที่สุด จำนวน 371 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 92.75 รองลงมา เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.75 เว็บไซต์ท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 สื่อสาธารณะ อาทิ โทรทัศน์, วิทยุ จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 พนักงาน/บริษัทนำเที่ยว จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 และได้รับข้อมูลจากนิตยสาร/วารสารนำเที่ยวน้อยที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

ตาราง 53 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่าใน
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

สาเหตุที่ตัดสินใจเที่ยวป่าภาคเหนือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน	118	29.50
เพื่อสร้างมิตรภาพและการยอมรับในหมู่คณะเดินทาง	95	23.75
เพื่อท้าทายความสามารถของตนเอง	86	21.50
เพื่อออกกำลังกายและดูแลสุขภาพสภาพ	53	13.25
เพื่อจิตสำนึกและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 53 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า สาเหตุที่ใช้ตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่า คือ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 29.50 รองลงมาเพื่อสร้างมิตรภาพและการยอมรับในหมู่คณะเดินทาง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 เพื่อท้าทายความสามารถของตนเอง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 เพื่อออกกำลังกายและดูแลสุขภาพสภาพ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 เพื่อจิตสำนึกและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 54 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับเส้นทางกิจกรรมที่ต้องการในการท่องเที่ยวเดินป่า
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

เส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เส้นทางของชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวัน	168	42.00
เส้นทางศึกษาธรรมชาติและสภาพป่าอนุรักษ์ชุมชน	82	20.50
เส้นทางภูเขาที่สูงชันและต้องมีทักษะเดินป่าอย่างเชี่ยวชาญ	68	17.00
เส้นทางในอุทยานแห่งชาติที่มีการบริหารจัดการเดินป่าตามมาตรฐานของอุทยาน	55	13.75
เส้นทางบุกเบิกที่ยังไม่มีการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 54 แสดงร้อยละเกี่ยวกับเส้นทางกิจกรรมที่ต้องการในการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เส้นทางที่นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเดินป่าต้องการมากที่สุดคือ เส้นทางของชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวัน จำนวน 168 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติและสภาพป่าอนุรักษ์ชุมชน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 เส้นทางภูเขาที่สูงชันและต้องมีทักษะเดินป่าอย่างเชี่ยวชาญ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เส้นทางในอุทยานแห่งชาติที่มีการบริหารจัดการเดินป่าตามมาตรฐานของอุทยาน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และเส้นทางที่มีนักท่องเที่ยวต้องการน้อยที่สุดคือ เส้นทางบุกเบิกที่ยังไม่มีการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ตาราง 55 แสดงค่าร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการ
ท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1
ข้อ)

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สภาวะสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ	345	86.25
สภาวะสังคม	326	81.50
เทคโนโลยีการสื่อสาร	275	68.75
สภาวะเศรษฐกิจ	249	62.25
สภาวะการเมือง	146	36.50
กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ	95	23.75

จากตาราง 55 แสดงร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ สภาวะสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ จำนวน 345 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 86.25 รองลงมา สภาวะสังคม จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 เทคโนโลยีการสื่อสาร จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 สภาวะเศรษฐกิจ จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 สภาวะการเมือง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดคือกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ตามลำดับ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผลการศึกษาจากแบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของ
ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่ามีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 56 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านพื้นที่ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าใน
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบ ลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน	3.72	1.00	สูง
คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความ มีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรใน เส้นทาง	4.09	1.00	สูง
ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสใน การพบสัตว์ป่า	3.62	1.04	สูง
ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความ ง่ายของเส้นทางในการประกอบ กิจกรรม	2.50	1.34	ต่ำ
รวม	3.48	1.11	สูง

ตาราง 56 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านพื้นที่ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาพรวมในด้านพื้นที่อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.48$) โดยคุณภาพ
ทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทางอยู่ใน
ระดับสูง ($\bar{X}=4.09$) รองลงมาคือระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่
แตกต่างกัน อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.72$) และมีความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบ

ลัทธิปาอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.22$) และความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}=2.50$) ตามลำดับ

ตาราง 57 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการจัดการของการจัดการท่องเที่ยวเดิน
ป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและ การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน แล้วท่องเที่ยว	3.72	1.10	สูง
นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ	3.28	1.16	ปานกลาง
การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการ ท่องเที่ยวเดินป่า	3.54	1.25	สูง
สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการใน เส้นทาง	2.48	1.30	ต่ำ
รวม	3.25	1.20	ปานกลาง

จากตาราง 57 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการจัดการของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาพรวมในด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$) โดยมี
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแล้วท่องเที่ยว
อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.72$) รองลงมาคือการติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า อยู่
ในระดับสูง ($\bar{X}=3.54$) มีนโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X}=3.28$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการเส้นทางอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}=2.48$)
ตามลำดับ

ตาราง 58 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านกิจกรรมและกระบวนการของการ
จัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ	3.59	1.07	สูง
การเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ธรรมชาติ	2.48	1.31	ต่ำ
ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนั้นหนาแน่น	3.63	1.30	สูง
ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม	3.19	1.06	ปานกลาง
รวม	3.22	1.19	ปานกลาง

จากตาราง 58 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านกิจกรรมและกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาพรวมในด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) โดยมีความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนั้นหนาแน่นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.63$) รองลงมาคือการสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.59$) มีช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.19$) และมีการเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ธรรมชาติ อยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}=2.48$) ตามลำดับ

ตาราง 59 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการมีส่วนร่วมของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว	3.89	1.01	สูง
ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า	3.73	1.15	สูง
การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น	3.43	1.14	สูง
รวม	3.68	1.10	สูง

จากตาราง 59 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการมีส่วนร่วมของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม ($\bar{X}$ =3.68) จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาพรวมคุณภาพด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.68) โดยมีด้านการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.89) รองลงมาคือความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.73) และการกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =3.43) ตามลำดับ

ตาราง 60 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านบุคลากรและการบริการของการจัดการ
ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดิน ป่าเส้นทางธรรมชาติ	3.82	1.07	สูง
การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการเดินป่า	2.43	1.34	ต่ำ
คุณลักษณะนักท่องเที่ยว	3.97	0.99	สูง
รวม	3.41	1.13	สูง

จากตาราง 60 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการมีส่วนร่วมของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่ม
จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงใหม่/พะเยา/แพร่/น่าน) พบว่า ภาพรวมในด้านบุคลากรและ
การบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.41$) โดยด้านคุณลักษณะนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.97$)
รองลงมาคือ ด้านมัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ อยู่ใน
ระดับสูง ($\bar{X}=3.82$) และด้านการนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าอยู่ในระดับ
ต่ำ ($\bar{X}=2.43$) ตามลำดับ

ตาราง 61 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านมาตรฐานความปลอดภัยของการจัดการ
ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
สุขภาพและความปลอดภัย	4.05	0.99	สูง
กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า	3.40	1.33	ปานกลาง
ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว	2.42	1.41	ต่ำ
บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร	2.50	1.43	ต่ำ
รวม	3.09	1.29	ปานกลาง

จากตาราง 61 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้านมาตรฐานความปลอดภัยของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาพรวมในด้านมาตรฐานความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$) โดยด้านสุขภาพและความปลอดภัยอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=4.05$) รองลงมาคือด้านกฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กรอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}=2.50$) และด้านช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}=2.42$) ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อยู่ในช่วงอายุวัยทำงานมากที่สุดคือช่วงอายุ 20-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท

2. ปัจจัยภายในและภายนอกที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

จากชื่อเสียงของความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมายังในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มากที่สุด เป็นจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 อีกทั้งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นั้นมีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นเหตุผลสำคัญรองลงมาที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่า เป็นจำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 และราคาของค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผลเป็นเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบน้อยที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ตามลำดับ

ทั้งนี้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีภาพลักษณ์ของการเป็นจุดหมายปลายทางของการพักผ่อน จึงพบว่านักท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนมากที่สุดเป็นจำนวน 369 คน เพื่อกีฬาผจญภัยที่สุดเป็นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ ในขณะที่รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดินป่าที่เดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นักท่องเที่ยวเดินป่า ส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด จำนวน 163 คน และท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือญาติในท้องถิ่นน้อยที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

สำหรับประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดินป่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 และใช้จ่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์ที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเดินป่ามีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินป่าอยู่ ระหว่าง 3,001–5,000 บาท มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25

ในขณะที่จำนวนความถี่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด 2–4 ครั้งต่อปี ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จำนวนระยะเวลาในการเดินทาง

ท่องเที่ยวมากที่สุด 1 วัน เป็นจำนวน 171 คน และจำนวนระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้น้อยที่สุด คือ มากกว่า 5 วัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้เวลาตามเวลาที่สะดวกมากที่สุด จำนวน 177 คน และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้ในการเดินทางน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ขณะที่จำนวนของผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน มากที่สุด และจำนวนที่นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทาง 6-7 คนน้อยที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ประเภทผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวคนเดียวมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมานักท่องเที่ยวเดินทางกับกลุ่มเพื่อนจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25

ประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ประเภทที่มาจากแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเลือกแหล่งข้อมูลที่สำคัญจากผู้ที่มีชื่อเสียง ดาราหรือศิลปินที่ชื่นชอบ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.75 รองลงมาแหล่งข้อมูลทราเวลบล็อกเกอร์ จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75 ตามลำดับ

การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมจัดรายการตามคำแนะนำของสื่อประชาสัมพันธ์และสังคมออนไลน์ เช่น ททท, รายการโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 จัดรายการท่องเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อน/บุคคลที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และนักท่องเที่ยวที่จัดรายการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดด้วยตนเองน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Vlog มากที่สุด จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 และได้รับข้อมูลจากนิตยสาร/วารสารนำเที่ยวน้อยที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

ทั้งนี้ สาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเป็นสาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา เพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะเดินทาง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ และ เส้นทางกิจกรรมที่ต้องการในการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เส้นทางของชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวันเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือเส้นทางศึกษาธรรมชาติและสภาพป่าอนุรักษ์ชุมชน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และเส้นทางบุกเบิกที่ยังไม่มีการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสาเหตุที่น้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ปัจจัยภายนอก พบว่า สภาวะสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 รองลงมา สภาวะสังคม จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 และ กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ตามลำดับ

3. สรุปผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเดินป่าต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเดินป่า

ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.55$) พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.68$) ด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.41$) ด้านพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$) จากด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$) ด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) และด้านมาตรฐานความปลอดภัยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$) ตามลำดับ

ผลจากการศึกษาผู้วิจัยสามารถอธิบายสรุปได้ว่า จากการมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามจำนวนการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว รองลงมาเป็นอันดับสอง เพศชายวัยทำงานตัดสินใจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนมากกว่าเพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะ นักท่องเที่ยวเดินป่ามีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือตอนบน 2 มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง 2 ด้าน และ ระดับปานกลาง 4 ด้าน มากที่สุดในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และระดับปานกลางน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยมีการดำเนินงานทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน โดยการใช้การสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักของศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และแบบสอบถามกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน จำนวน 16 บริษัทและภาคีเครือข่ายเดินป่าจำนวน 4 ท่าน เพื่อนำวิเคราะห์และมีรายละเอียดข้อมูลจากผลการพิจารณาแรงผลักดัน 5 ประการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้ทราบถึงปัจจัย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า มีการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการใน 2 ขั้นตอน คือ การแทนค่าถ่วงน้ำหนัก จากนั้นนำผลการประเมินขีดความสามารถทางการแข่งขันคูณด้วยค่าถ่วงน้ำหนักแล้วแปลผล นำผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการดำเนินการวิจัยในกระบวนการก่อนหน้านี้มาแทนค่าถ่วงน้ำหนัก โดยผลรวมค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละแรงผลักดันจะเท่ากับ 1.00 แทนค่า แรงผลักดันระดับต่ำ แทนค่าคะแนน 1, แรงผลักดันระดับปานกลางแทนค่าคะแนน 2 , แรงผลักดันระดับสูง แทนค่าคะแนน 3 จากนั้นหารด้วยจำนวนข้อทั้งหมดของแต่ละแรงผลักดัน

ขั้นตอนที่ 3 นำผลตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการมาวิเคราะห์ผลรวมค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละแรงผลักดันเพื่อให้ได้ผลของค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละข้อ จากนั้นนำผลเฉลี่ยจากการประเมินระดับแรงผลักดันคูณด้วยค่าถ่วงน้ำหนักข้างต้นและจากทฤษฎีแรงผลักดัน 5 ประการในการทำธุรกิจ (Five Force Model) สามารถแปลความระดับแรงผลักดัน 5 ประการกับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจดังนี้

แรงผลักดันธุรกิจในระดับสูง หมายความว่า เกิดความเข้มข้นสูงในการแข่งขันส่งผลให้ระดับความสามารถในการทำกำไรจะต่ำ ส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับต่ำตามมาเช่นกัน เนื่องจากจะเกิดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปใช้สำหรับการแข่งขัน

ในทางกลับกันหากเกิดแรงผลักดันระดับต่ำในการทำธุรกิจ หมายความว่า จะส่งผลให้ระดับความสามารถในการทำกำไรจะสูงขึ้น ไม่เกิดการเพิ่มต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการแข่งขัน ดังนั้นจึงส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับสูง

หากเกิดแรงผลักดันปานกลางในการทำธุรกิจ หมายความว่า ระดับความสามารถในการทำกำไรก็จะอยู่ในระดับปานกลาง จึงส่งผลให้ขีดความสามารถในการทำธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางด้วยเช่นกัน

ดังนั้นสามารถแปลผลคะแนนการประเมินเพื่อการให้ความหมายศักยภาพในการแข่งขันได้ดังนี้

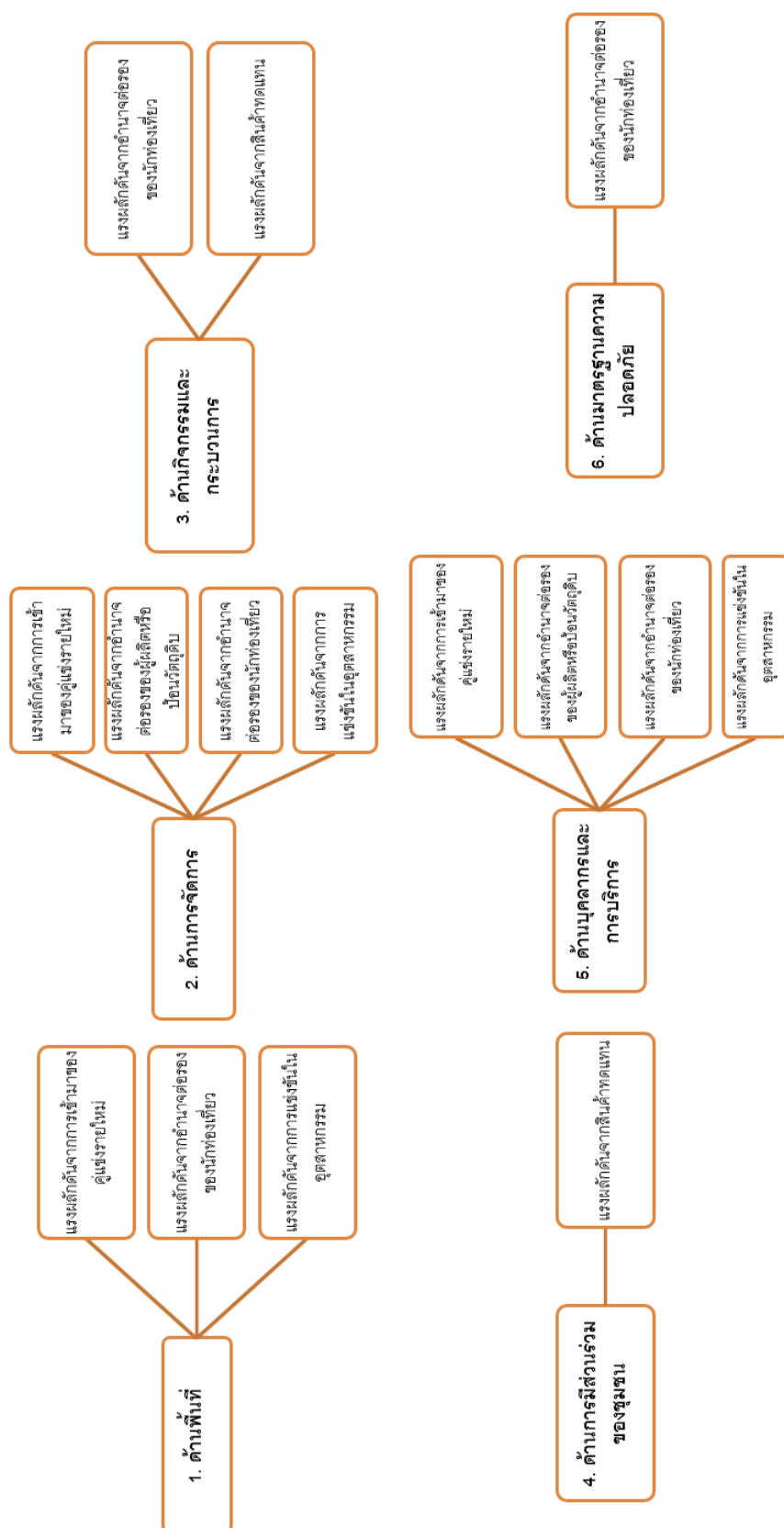
คะแนน 0.01–1.00 หมายถึง ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับสูง

คะแนน 1.01–2.00 หมายถึง ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 2.01–3.00 หมายถึง ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ

จากตารางข้างต้น ผู้วิจัยนำมาสรุประดับความสามารถทางแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ดังนี้





ภาพ 49 ผลการพิจารณาผลผลักดัน 5 ประการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผลการพิจารณาแรงผลักดัน 5 ประการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนี้

1. **ด้านพื้นที่** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ทั้งสิ้น 3 ด้าน คือ แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

2. **ด้านการจัดการ** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ทั้ง 4 ด้าน คือ แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

3. **ด้านกิจกรรมและกระบวนการ** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ทั้งสิ้น 2 ด้านคือ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน

4. **ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ 1 ด้าน คือ แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

5. **ด้านบุคลากรและการบริการ** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ทั้งสิ้น 4 ด้านคือ แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

6. **ด้านมาตรฐานความปลอดภัย** สามารถวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการได้ 1 ด้านคือ อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

ตาราง 62 แรงผลักดันและค่าถ่วงน้ำหนักที่ส่งผลในแต่ละด้านของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
1. ด้านพื้นที่				
1.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่		1.00		
1.1.1 การประหยัดเนื่องจากขนาดของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ ต้นทุนทั้งตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินของบริษัทในการดำเนินธุรกิจเพื่อจัดสรรวัสดุ อุปกรณ์เดินป่า เทคโนโลยีตลอดจนสภาพคล่อง เพื่อให้ต้นทุนต่ำลง และทำได้กำไรมากขึ้น		✓		0.17
1.1.2 ความแตกต่างของการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งในธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าเกิดจากความชำนาญในพื้นที่		✓		0.17
1.1.3 ความมีเอกลักษณ์ของฐานทรัพยากร ระดับเส้นทางเดินป่าและสภาพแวดล้อมของธรรมชาติ		✓		0.17
1.1.4 การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของท่าน		✓		0.17
1.1.5 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของท่านมีการจับจองช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับใด		✓		0.17
1.1.6 ระดับจากความชำนาญหรือประสบการณ์ในธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า			✓	0.25
1.2 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว		1.00		
1.2.1 นักท่องเที่ยวมีอำนาจต่อรองในการเลือกซื้อโปรแกรมเดินป่าตามฤดูกาลท่องเที่ยว		✓		0.07
1.2.2 นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการปรับเปลี่ยนการเดินทางไปพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ของผู้ประกอบการ			✓	0.11

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
1.2.3 ความสามารถในการสำรองของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวมีข้อมูลเดินป่าต่าง ๆ มากมายมา สำรอง เช่น ราคา โปรโมชั่น คุณภาพบริการ ไม่ว่าจะเป็น เป็นข้อมูลของท่านหรือคู่แข่งของท่านก็ตาม			✓	0.11
1.2.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทนเช่น การรวมกลุ่มเดินป่าเองจากการ นำทางของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในเส้นทางมาก่อน			✓	0.11
1.2.5 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยว เดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยว หรือหน่วยงานอุทยาน			✓	0.11
1.2.6 ความคุ้มค่าของราคาในการซื้อโปรแกรม ท่องเที่ยวเดินป่า	✓			0.04
1.2.7 ความแตกต่างของการสั่งอำนวยความสะดวก ในพื้นที่เดินป่า			✓	0.11
1.2.8 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ ที่มาจากลักษณะของพื้นที่เดินป่า			✓	0.11
1.2.9 สิ่งเร่งในการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเกิดการ ใช้บริการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่		✓		0.07
1.3 การแข่งขันในอุตสาหกรรม			1.00	
1.3.1 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากมี สินค้าและบริการที่ไม่แตกต่างกัน		✓		0.20
1.3.2 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ของท่านมีการ เติบโตในระดับใด		✓		0.20
1.3.3 การท่องเที่ยวเดินป่ามีต้นทุนมากขึ้นจากความ แตกต่างในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวเดินป่า		✓		0.20

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
1.3.4 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งในการทำธุรกิจเดิน ป่าอยู่ในระดับใด		✓		0.20
1.3.5 มีการรวมตัวของกลุ่มพันธมิตรในธุรกิจเดินป่า กับที่เกี่ยวข้องเช่น โรงแรม ร้านอาหารและร้านขาย สินค้าอื่น ๆ			✓	0.30
2. ด้านการจัดการ				
2.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่			1.00	
2.1.1 ท่านมีความสามารถในการให้บริการให้ แตกต่างจากคู่แข่งระดับใด		✓		0.14
2.1.2 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของท่านมีรูปแบบและ เอกลักษณ์เฉพาะตัว		✓		0.14
2.1.3 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีต้นทุนในการทำ กิจกรรมเช่น ค่าอุปกรณ์เดินป่า รองเท้า ทำให้ นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจไปทำกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบ อื่น		✓		0.14
2.1.4 ธุรกิจเดินป่าของท่านมีการจัดการช่องทางจัด จำหน่ายที่หลากหลาย	✓			0.05
2.1.5 ประสบการณ์การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเดิน ป่าของท่านอยู่ในระดับใด			✓	0.21
2.1.6 ครอบคลุมแหล่งวัตถุดิบ		✓		0.14
2.1.7 นโยบายของภาครัฐ			✓	0.19
2.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ			1.00	
2.2.1 การอยู่ภายใต้การจัดการของรัฐ ทำให้เกิด อำนาจต่อรองสูงในการกำหนดฤดูกาลท่องเที่ยวและ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้ง		✓		0.20

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
2.2.2 ธุรกิจเดินป่าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมตามฤดูกาลท่องเที่ยว		✓		0.20
2.2.3 มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าจำนวนมาก		✓		0.20
2.2.4 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีจำนวนนักท่องเที่ยว เดินป่ามากขึ้น	✓			0.07
2.2.5 มีการจัดการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มเติมนอกจากการเดินป่า		✓		0.20
2.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			1.00	
2.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวน ธุรกิจเดินป่า		✓		0.13
2.3.2 ความสามารถในการมองหาปัญหาด้าน ท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต		✓		0.13
2.3.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะ ท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการ นำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน		✓		0.13
2.3.4 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า		✓		0.13
2.3.5 ความแตกต่างของการบริการ			✓	0.19
2.3.6 เอกลักษณ์ตราสินค้า		✓		0.13
2.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือ ประสิทธิภาพ		✓		0.13
2.3.8 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ		✓		0.13
2.4 การแข่งขันในอุตสาหกรรม			1.00	
2.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจาก อุตสาหกรรม		✓		0.17
2.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม		✓		0.17
2.4.3 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ		✓		0.17

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
2.4.4 การเติบโตของอุตสาหกรรม		✓		0.17
2.4.5 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง		✓		0.17
2.4.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร		✓		0.17
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ				
3.1 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			1.00	
3.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิंप่า			✓	0.14
3.1.2 ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว			✓	0.14
3.1.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน			✓	0.14
3.1.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดิंप่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			✓	0.14
3.1.5 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดิंप่า			✓	0.14
3.1.6 ความแตกต่างของการบริการ			✓	0.14
3.1.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ			✓	0.14
3.2 แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน			1.00	
3.2.1 ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน		✓		0.33
3.2.2 ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน		✓		0.33
3.2.3 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน		✓		0.33

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน				
4.1 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม		1.00		
4.1.1 ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าของท่านมีต้นทุนในการทำธุรกิจร่วมกับชุมชน		✓		0.17
4.1.2 ชุมชนมีรายได้และเศรษฐกิจเติบโตจากการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่		✓		0.17
4.1.3 ชุมชนที่มีกิจกรรมเดินป่ามีความต้องการมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่า		✓		0.17
4.1.4 ชุมชนท่องเที่ยวเดินป่ามีความแตกต่างในการบริการระดับใด		✓		0.17
4.1.5 ชุมชนเดินป่าปรับตัวกับการแข่งขันในธุรกิจเดินป่า	✓			0.06
4.1.6 มีการรวมตัวกันของผู้นำชุมชนต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการ			✓	0.26
5. ด้านบุคลากรและการบริการ				
5.1 แรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่		1.00		
5.1.1 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง		✓		0.14
5.1.2 ความมีเอกลักษณ์ในการให้บริการของมัคคุเทศก์		✓		0.14
5.1.3 การบริการที่แตกต่างทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้ผู้ประกอบการอื่นได้ตามที่พึงพอใจ		✓		0.14
5.1.4 ความชำนาญหรือประสบการณ์ของบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่นำเที่ยวเดินป่า			✓	0.21

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
5.1.5 เส้นทางท่องเที่ยวเดินป่า มีเฉพาะมัคคุเทศก์ที่ ชำนาญพื้นที่เป็นผู้จัดครอบครอง		✓		0.14
5.1.6 มัคคุเทศก์และบุคลากรที่มีความรู้เดินป่า มี ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเช่น ระบบ GPS (Global position system)		✓		0.14
5.1.7 นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนา ทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเดินป่า			✓	0.21
5.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อน วัตถุดิบ			1.00	
5.2.1 ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบ เช่น ราคา หรือคุณภาพ		✓		1.00
5.3 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			1.00	
5.3.1 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยว			✓	0.11
5.3.2 ความสามารถในการมองปัญหาด้าน ท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีตเช่นการ เปรียบเทียบราคาของโปรแกรมทัวร์กับความคุ้มค่าใน การบริการ			✓	0.11
5.3.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทนเช่น การเปลี่ยนจากการเดินป่าเป็น การขี่รถ ATV หรือการนั่งรถไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อประหยัดเวลาและอำนวยความสะดวก			✓	0.11
5.3.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะ ท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการ นำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			✓	0.11

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
5.3.5 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า			✓	0.11
5.3.6 ความแตกต่างของการบริการ			✓	0.11
5.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือ ประสิทธิภาพ		✓		0.07
5.3.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว		✓		0.07
5.3.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ		✓		0.07
5.4 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม		1.00		
5.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจาก อุตสาหกรรม		✓		0.17
5.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	✓			0.06
5.4.3 การเติบโตของอุตสาหกรรม		✓		0.17
5.4.4 ภาพลวงตาความต้องการของตลาด		✓		0.17
5.4.5 ความแตกต่างของบริการ		✓		0.17
5.4.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร		✓		0.17
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย				
6.1 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต		1.00		
6.1.1 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่าง จากคู่แข่ง			✓	0.50
6.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า			✓	0.50
6.2 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว		1.00		
6.2.1 ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดิน ป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ			✓	0.50
6.2.2 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทน		✓		0.33

ตาราง 62 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	ปาน กลาง (2)	สูง (3)	ค่า ถ่วง
6.2.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะ ท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการ นำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน		✓		0.33
6.2.4 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า		✓		0.33
6.2.5 ความแตกต่างของการบริการ		✓		0.33
6.2.6 เอกลักษณ์ตราสินค้า		✓		0.33
6.2.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือ ประสิทธิภาพ		✓		0.33
6.2.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว		✓		0.33

จากผลค่าถ่วงน้ำหนัก ผู้ศึกษานำมาแปลผลโดยนำคะแนนผลรวมของแต่ละปัจจัยในแต่ละแรงผลักดันมาหารด้วยจำนวนข้อของแต่ละแรงผลักดัน เพื่อหาค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถทางการแข่งขันในแต่ละด้านตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 63 ระดับความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดิมน้ำในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ระดับความสามารถทางการแข่งขัน	ด้านพื้นที่		ด้านการจัดการ		ด้านกิจกรรมและกระบวนการ		ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน		ด้านบุคลากรและการบริการ		ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	
	ด้านพื้นที่	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	ด้านบุคลากรและการบริการ	ด้านมาตรฐานความ	ด้านพื้นที่	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ด้านบุคลากรและการบริการ	ด้านมาตรฐานความ	ด้านพื้นที่
1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	ต่ำ (2.06)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)	ต่ำ (2.04)
2. อำนาจต่อรองของผู้ผลิต	-	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)	ปานกลาง (1.80)
3. อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว	ต่ำ (2.26)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)	ปานกลาง (1.99)
4. สินค้าทดแทน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. การแข่งขันในอุตสาหกรรม	ปานกลาง (1.98)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)	ปานกลาง (2.00)
ผลสรุป	ต่ำ (2.1)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)	ปานกลาง (1.95)

หมายเหตุ: ช่องที่แสดงเครื่องหมาย - หมายถึง ไม่มีแรงกระทบที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดิมน้ำ

จากตาราง 63 สามารถอธิบายระดับความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนี้

1. ด้านพื้นที่

ด้านพื้นที่ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.1) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.06) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06) และการแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.98)

1.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

จากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.06) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องด้วยการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า มีการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยวโดยตรง การสร้างความแตกต่างของสินค้า เช่น การจัดโปรแกรมเดินป่าที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่เดินป่า ไม่มีต้นทุนของวัตถุดิบ ยกเว้นความสัมพันธ์ต่อชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ สิ่งเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด

1.2 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลที่ว่า นักท่องเที่ยวสามารถจะต่อรองได้เช่น ราคา ประสิทธิภาพ ปัญหาที่เคยใช้บริการในอดีต สินค้าทดแทนหาได้ง่ายและมีสิ่งเร้ามากกว่า การบริการที่ไม่มีความแตกต่าง และเอกลักษณ์ ตราสินค้าไม่เข้มแข็ง ชัดเจน แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวไม่สามารถต่อรองได้มากนัก หากไม่มีข้อต่อรองที่แสดงให้ธุรกิจเห็นความสำคัญเพียงพอ เพราะธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่ มีแนวทางปฏิบัติชัดเจนว่านักท่องเที่ยวไม่สามารถต่อรองได้

1.3 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.98) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยเหตุผลที่ว่า จากการที่ภาครัฐมีอำนาจในการจัดการพื้นที่เดินป่า ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่มีความรุนแรงมาก อย่างไรก็ตามการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีผู้ประกอบการน้อยราย อาจเกิดการแข่งขันลูกค้าด้วยการตัดราคา (Red Ocean) เพื่อดึงดูดค่านั่นเอง

2. ด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (1.95) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

(2.04) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (1.80) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (1.99) และการแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.00)

2.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.06) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากการลงทุนต่ำ ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจไม่ต้องเสี่ยงต่อการดำเนินงานเพราะค่าใช้จ่ายในการจัดการที่มากที่สุดคือการจ้างบุคลากร (Manpower) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายเล็กที่ทำธุรกิจในพื้นที่ อาจร่วมทุนกับตัวแทนนำเที่ยว (Agent) เพื่อผลักดันให้ตลาดนั้นพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

2.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (1.80) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดิมนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งในใช้พาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรผู้ชำนาญเส้นทางในการจัดการสัมภาระเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จึงมีอำนาจต่อรองผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดิมนำ ทำให้ต่อรองได้ยากหรือไม่ได้เลย

2.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (1.99) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยธุรกิจท่องเที่ยวเดิมนำมีตลาดที่เป็นกลุ่มเฉพาะ การจัดทำเส้นทางเดิมนำ การเสนอแพ็คเกจทัวร์เดิมนำ ที่ไม่แตกต่างและโดดเด่น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเดิมนำไปหาหรือเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นได้เช่นกัน

2.4 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.00) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องด้วยการแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวเดิมนำในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีตลาดนักท่องเที่ยวที่เติบโตมากยิ่งขึ้น หากแต่ว่ามีผู้ประกอบการน้อยราย อีกทั้งนโยบายของภาครัฐที่กำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติและพื้นที่ป่าสงวน ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งคุณภาพของการให้บริการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดิมนำ ไม่มีการจัดการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเดิมนำเพราะไม่มีตัวเลือกที่ดีกว่า ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจน้อยลง

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

ด้านการกิจกรรมและกระบวนการ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.82) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.79) และสินค้าทดแทน (2.85)

3.1 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.79) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องด้วยกิจกรรมและกระบวนการที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเฉพาะการเดินทาง การจัดกิจกรรมและกระบวนการจึงมีความแตกต่างต่อธุรกิจท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากมีแนวทางปฏิบัติชัดเจนว่านักท่องเที่ยวไม่สามารถต่อรองได้

3.2 สินค้าทดแทน

สินค้าทดแทน (2.85) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลที่ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะประดิษฐ์ขึ้นมาได้ การท่องเที่ยวเดินทางจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เส้นทางเดินทางที่มีความสันโดษ สภาพธรรมชาติ พืชพรรณและสัตว์ป่า ไม่มีสินค้าที่ทดแทนได้ จึงไม่ส่งผลให้เกิดการแรงผลักดันในอุตสาหกรรมมากนัก

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (1.90) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย การแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.90)

4.1 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.85) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอน 2 ในแต่ละพื้นที่มีชุมชนที่ดำรงชีพและดำเนินชีวิตประจำวันในพื้นที่ท่องเที่ยวเดินทาง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์และดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งความสะอาดในพื้นที่ ต้องได้รับการให้ความรู้และแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยวเดินทางในพื้นที่ของชุมชน

5. ด้านบุคลากรและการบริการ

ด้านบุคลากรและการบริการ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.18) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

(2.22) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.00) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.61) และการแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.90)

5.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.22) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยจำนวนบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวเดิณมีจำนวนไม่มาก โดยเฉลี่ยจำนวนบุคลากรที่ 3-5 คนต่อการจัดทริปเดิณป่า 1 ครั้ง อีกทั้งความชำนาญและประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญและอุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การลงทุนในการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งแรงจูงใจให้เข้ามาทำงานและไม่เปลี่ยนงานเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

5.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.00) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการท่องเที่ยวเดิณป่าในพื้นที่ของผู้ศึกษาพบว่า ระเบียบและข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติในการควบคุมผู้นำเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นอำนาจต่อรองผู้ผลิตที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวเดิณป่าต้องพร้อมมีกลยุทธ์ในการปรับตัว หากมีเหตุจำเป็นประกาศปิดการเข้าพื้นที่เดิณป่า ที่ส่งผลต่อประสบการณ์ที่ไม่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวเดิณป่า

5.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.61) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดิณป่าต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและระเบียบในการเดิณป่า ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีทักษะเดิณป่า ไม่มีอำนาจต่อรอง อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเดิณป่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะ หากนักท่องเที่ยวที่มีทักษะเดิณป่าและสภาพร่างกายที่สมบูรณ์สามารถหาบริการทดแทนจากการใช้บริการอุทยานแห่งชาติด้วยตนเองได้

5.4 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.90) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง โดยจากการแข่งขันในการสร้างความแตกต่างทั้งภาพลักษณ์ และทักษะของบุคลากร ถึงแม้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่มักจะให้มัคคุเทศก์เดิณป่าหรือนักสื่อความหมายธรรมชาติที่มีทักษะ ความรู้เฉพาะด้าน ในการให้บริการตามรูปแบบของตนเพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น แต่ไม่ได้เป็นความแตกต่างจนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่อย่างใด

6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.44) จากแรงผลักดันต่าง ๆ ประกอบด้วย อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.83) และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06)

6.1 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.83) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากว่าการท่องเที่ยวเดินป่า มีความเสี่ยงในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งการเดินทางตามเส้นทางบนภูเขาที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรองนักท่องเที่ยวที่จะบังคับใช้ข้อบังคับ กฎระเบียบ รวมทั้งการป้องกันเหตุฉุกเฉินระหว่างการเดินป่า ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าได้มีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเช่นกัน

6.2 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06) ส่งผลให้ระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์สูง มาเดินป่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จะเกิดกระแสนิยมในการเข้าศึกษาธรรมชาติ ทำให้หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ เกิดการปรับปรุงดูแลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งชุมชนเกิดการพัฒนาและแผนการดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนอีกด้วย

ตอนที่ 2 ปัจจัยความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาแรงผลักดันทั้ง 5 ที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่านำมาวิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์ที่มีต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า เพื่อวิเคราะห์แรงผลักดันในแต่ละด้านนั้น มีปัจจัยที่ส่งผลผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้งนี้ผลที่ได้จะนำไปสู่การวางกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 อธิบายได้จากตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 64 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่ในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
1.1 แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่			
1.1.1 การประหยัดเนื่องจากขนาด	1.95	0.384	น้อย
1.1.2 ความสามารถในการทำ	1.90	0.30	น้อย
บริการให้ แตกต่างจากคู่แข่ง			
1.1.3 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	2.00	0.00	น้อย
1.1.4 การลงทุนในอุตสาหกรรม	1.90	0.30	น้อย
1.1.5 การจับจองช่องทางจัด	1.75	0.433	น้อย
จำหน่าย			
1.1.6 ผลที่ได้จากความชำนาญ	2.85	0.357	ปานกลาง
รวม	2.058	0.296	น้อย

จากตาราง 64 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่ในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X}=2.058$) โดยส่งผลมากที่สุดจากผลที่ได้จากความชำนาญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.85$) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้าอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) การประหยัดเนื่องจากขนาดส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.95$) ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่งและการลงทุนในอุตสาหกรรม ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.90$) และการจับจองช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.75$)

ตาราง 65 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับอำนาจต่อรอง
ของนักท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
ตอนบน 2

ด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
1.2.1 ปริมาณการซื้อของ นักท่องเที่ยว	1.9	0.30	น้อย
1.2.2 ต้นทุนของนักท่องเที่ยวใน การเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบ เทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	2.3	0.954	น้อย
1.2.3 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดิน ป่าของนักท่องเที่ยว	2.6	0.80	ปานกลาง
1.2.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยว เที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	1.9	0.30	น้อย
1.2.5 ความสามารถของนักท่องเที่ยว เที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้อง ผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยว หรือหน่วยงานอุทยาน	2.6	0.735	ปานกลาง
1.2.6 ราคาในการซื้อบริการ ท่องเที่ยวเดินป่า	1.00	0.00	น้อยที่สุด
1.2.7 ความแตกต่างของการ บริการ	2.8	0.60	ปานกลาง
1.2.8 ผลกระทบทางด้านคุณภาพ หรือประสิทธิภาพ	2.5	0.866	น้อย
1.2.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	1.85	0.357	น้อย
รวม	2.16	0.546	น้อย

จากตาราง 65 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.16$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความแตกต่างของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.8$) รองลงมาคือ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวและความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.6$) ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.5$) ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.3$) ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว และความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทนส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.9$) สิ่งเร้าในการตัดสินใจส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$) และราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่าส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=1.00$)

ตาราง 66 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1.3 การแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า			
1.3.1 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	1.85	0.357	น้อย
1.3.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม	1.7	0.458	น้อย
1.3.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	1.85	0.357	น้อย
1.3.4 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	1.75	0.433	น้อย
1.3.5 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	2.75	0.622	ปานกลาง
รวม	1.98	0.446	น้อย

จากตาราง 66 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านพื้นที่เกี่ยวกับการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.98$) โดยส่งผลมากที่สุดจากการรวมตัวของกลุ่มพันธมิตรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.75$) รองลงมาคือ ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ และต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$) การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.75$) และการเติบโตของอุตสาหกรรมส่งผลให้ขีดความสามารถด้านพื้นที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.7$)

ตาราง 67 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
2.1 แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่			
2.1.1 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	1.8	0.40	น้อย
2.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	2.00	0.00	น้อย
2.1.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	2.00	0.00	น้อย
2.1.4 การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	1.05	0.218	น้อยที่สุด
2.1.5 ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	2.8	0.40	ปานกลาง
2.1.6 ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	2.00	0.00	น้อย
2.1.7 นโยบายของภาครัฐ	2.6	0.735	ปานกลาง
รวม	2.04	0.25	น้อย

จากตาราง 67 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.04$) โดยส่งผลมากที่สุดจากผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.8$) รองลงมาคือนโยบายของภาครัฐ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.6$) ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า , ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น และครอบครองแหล่งวัตถุดิบส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่งส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.8$) และการจับจองช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=1.05$)

ตาราง 68 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
2.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต			
2.2.1 ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	2.00	0.00	น้อย
2.2.2 การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	2.00	0.00	น้อย
2.2.3 จำนวนของผู้ผลิต	2.00	0.00	น้อย
2.2.4 ปริมาณการซื้อ	1.00	0.00	น้อยที่สุด
2.2.5 ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	2.00	0.00	น้อย
รวม	1.80	0.00	น้อย

จากตาราง 68 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.80$) โดยส่งผลมากที่สุดจากต้นทุนในการ

เปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ, การมีสิ่งเปลี่ยนแปลงทดแทน, จำนวนของผู้ผลิต และราคาโดยรวมที่สั่งซื้ออยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) และรองลงมาคือ ปริมาณการสั่งซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=1.00$)

ตาราง 69 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจ
ต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
2.3 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
2.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดินป่า	1.85	0.357	น้อย
2.3.2 ความสามารถในการมอง ปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยวในอดีต	1.8	0.40	น้อย
2.3.3 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดย ไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	1.85	0.357	น้อย
2.3.4 ราคาในการซื้อบริการ ท่องเที่ยวเดินป่า	1.95	0.218	น้อย
2.3.5 ความแตกต่างของการ บริการ	2.7	0.640	ปานกลาง
2.3.6 เอกลักษณ์ตราสินค้า	2.00	0.00	น้อย
2.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพ หรือประสิทธิภาพ	2.00	0.00	น้อย
2.3.8 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	1.75	0.433	น้อย
รวม	1.99	0.301	น้อย

จากตาราง 69 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดิณป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดิณป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.99$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความแตกต่างของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.7$) รองลงมาเอกลักษณ์ตราสินค้า และผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดิณป่า ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.95$) จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิณป่า และความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดิณป่า โดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยานส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$) ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดิณป่าของนักท่องเที่ยวในอดีตส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.80$) สิ่งเร้าในการตัดสินใจส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.75$)

ตาราง 70 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดิณป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
2.4 การแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดิณป่า			
2.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	1.9	0.30	น้อย
2.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	2.1	0.30	น้อย
2.4.3 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	2.00	0.00	น้อย
2.4.4 การเติบโตของอุตสาหกรรม	2.00	0.00	น้อย
2.4.5 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	2.00	0.00	น้อย
2.4.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	2.00	0.00	น้อย
รวม	2.00	0.10	น้อย

จากตาราง 70 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความหนาแน่นของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.10$) รองลงมาคือ ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ, การเติบโตของอุตสาหกรรม, การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง และการรวมตัวของกลุ่มพันธมิตรอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) และความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรมส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการจัดการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.90$)

ตาราง 71 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
3.1 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรอง ของนักท่องเที่ยว			
3.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดินป่า	2.4	0.917	น้อย
3.1.2 ปริมาณการซื้อของ นักท่องเที่ยว	2.65	0.654	ปานกลาง
3.1.3 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ ทดแทน	3.00	0.00	ปานกลาง
3.1.4 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดย ไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	2.75	0.622	ปานกลาง

ตาราง 71 (ต่อ)

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
3.1.5 ราคาในการซื้อบริการ ท่องเที่ยวเดินป่า	3.00	0.00	ปานกลาง
3.1.6 ความแตกต่างของการ บริการ	3.00	0.00	ปานกลาง
3.1.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพ หรือประสิทธิภาพ	2.75	0.433	ปานกลาง
รวม	2.79	0.375	น้อย

จากตาราง 71 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.79$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน, ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า และความแตกต่างของการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$) รองลงมาความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน และผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.75$) ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยวส่งผลให้ขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.65$) และจำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดินป่าส่งผลให้ขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.40$)

ตาราง 72 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากสินค้าทดแทนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
3.2 แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน			
3.2.1 ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	3.00	0.00	ปานกลาง
3.2.2 ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทดแทน	1.9	0.30	น้อย
3.2.3 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนแปลงทดแทน	2.75	0.622	ปานกลาง
รวม	2.55	0.307	ปานกลาง

จากตาราง 72 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากสินค้าทดแทนของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.55$) โดยส่งผลมากที่สุดจากราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$) รองลงมาความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนแปลงทดแทนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.75$) และต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทดแทนส่งผลให้ขีดความสามารถด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.9$)

ตาราง 73 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน
เกี่ยวกับแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ
ท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
4.1 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม			
4.1.1 ต้นทุนคงที่ในการดำเนิน ธุรกิจ	2.00	0.00	น้อย
4.1.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม	1.85	0.357	น้อย
4.1.3 ภาพลวงตาความต้องการ ของตลาด	2.00	0.00	น้อย
4.1.4 ความแตกต่างของบริการ	2.00	0.00	น้อย
4.1.5 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	1.05	0.218	น้อยที่สุด
4.1.6 การรวมตัวของกลุ่ม พันธมิตร	1.75	0.433	น้อย
รวม	1.78	0.168	น้อย

จากตาราง 73 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเกี่ยวกับแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่ามีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.78$) โดยส่งผลมากที่สุดจากการเติบโตของอุตสาหกรรม, ความแตกต่างของบริการ และการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) รองลงมา ภาพลวงตาความต้องการของตลาดอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$) การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตรส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.75$) และการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งส่งผลให้ขีดความสามารถด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}=1.05$)

ตาราง 74 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการ
เกี่ยวกับแรงผลักดันของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการ
ท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
5.1 แรงผลักดันของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่			
5.1.1 ความสามารถในการทำ บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	1.9	0.30	น้อย
5.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตรา สินค้า	2	0.00	น้อย
5.1.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อ บริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	2	0.00	น้อย
5.1.4 ผลที่ได้จากความชำนาญ หรือประสบการณ์	3	0.00	ปานกลาง
5.1.5 ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	1.8	0.40	น้อย
5.1.6 การผูกขาดเทคโนโลยีใน การผลิต	2	0.00	น้อย
5.1.7 นโยบายของภาครัฐ	2.85	0.357	ปานกลาง
รวม	2.22	0.151	น้อย

จากตาราง 74 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.22$) โดยส่งผลมากที่สุดจากผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$) รองลงมา นโยบายของภาครัฐอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.85$) ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า, ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น และการผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) ความสามารถในการทำบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการของ

ชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.90$) และครอบครองแหล่งวัตถุดิบผลิต ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.80$)

ตาราง 75 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
5.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ			
5.2.1 ความแตกต่างของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ เช่น ราคา หรือคุณภาพ	2	0.00	น้อย
รวม	2	0.00	น้อย

จากตาราง 75 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$)

ตาราง 76 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการ
เกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบ
กิจการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
5.3 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
5.3.1 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เดินป่าของนักท่องเที่ยว	3	0.00	ปานกลาง
5.3.2 ความสามารถในการมอง ปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยวในอดีต	3	0.00	ปานกลาง
5.3.3 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ ทดแทน	3	0.00	ปานกลาง
5.3.4 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดย ไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	2.7	0.714	ปานกลาง
5.3.5 ราคาในการซื้อบริการ ท่องเที่ยวเดินป่า	3	0.00	ปานกลาง
5.3.6 ความแตกต่างของการ บริการ	2.8	0.60	ปานกลาง
5.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพ หรือประสิทธิภาพ	2	0.00	น้อย
5.3.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	2	0.00	น้อย
5.3.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	2	0.00	น้อย
รวม	2.61	0.146	ปานกลาง

จากตาราง 76 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบกิจการ การท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.61$) โดยส่งผลมากที่สุดจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยว, ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต, ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน และราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$) รองลงมาความแตกต่างของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.78$) ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.70$) และผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ, ผลกำไรของนักท่องเที่ยว และสิ่งเร้าในการตัดสินใจส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$)

ตาราง 77 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
5.4 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม			
5.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	2.75	0.622	ปานกลาง
5.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	1.15	0.357	น้อย
5.4.3 การเติบโตของอุตสาหกรรม	1.8	0.40	น้อย
5.4.4 ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	1.95	0.384	น้อย

ตาราง 77 (ต่อ)

ด้านบุคลากรและการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
	($\bar{X}$)	มาตรฐาน (S.D.)	
5.4.5 ความแตกต่างของบริการ	1.85	0.357	น้อย
5.4.6 การรวมตัวของกลุ่ม พันธมิตร	1.95	0.384	น้อย
รวม	1.91	0.417	น้อย

จากตาราง 77 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการเกี่ยวกับแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.91$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.75$) รองลงมาภาพลวงตาความต้องการของตลาด และการรวมตัวของกลุ่มพันธมิตรอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.95$) ความแตกต่างของบริการส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$) การเติบโตของอุตสาหกรรมส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.80$) และความหนาแน่นของอุตสาหกรรมส่งผลให้ขีดความสามารถด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.15$)

ตาราง 78 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัย
เกี่ยวกับอำนาจต่อนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่ม
จังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
6.1 แรงผลักดันจากอำนาจต่อนักท่องเที่ยว			
6.1.1 ความสามารถในการทำ บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	2.8	0.40	ปานกลาง
6.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตรา สินค้า	2.85	0.357	ปานกลาง
รวม	2.83	0.379	ปานกลาง

จากตาราง 78 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับอำนาจต่อนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.83$) โดยส่งผลมากที่สุดจากความมีเอกลักษณ์ตราสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=32.85$) และรองลงมาความสามารถในการทำบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.8$)

ตาราง 79 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัย
เกี่ยวกับอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
6.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
6.2.1 ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่น เปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะ เปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้ บริการ	2.65	0.726	ปานกลาง
6.2.2 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ ทดแทน	1.85	0.357	น้อย
6.2.3 ความสามารถของ นักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดย ไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	2.05	0.218	น้อย
6.2.4 ราคาในการซื้อบริการ ท่องเที่ยวเดินป่า	2	0.00	น้อย
6.2.5 ความแตกต่างของการ บริการ	2	0.00	น้อย
6.2.6 เอกลักษณ์ตราสินค้า	1.85	0.357	น้อย
6.2.7 ผลกระทบทางด้าน คุณภาพหรือประสิทธิภาพ	2	0.00	น้อย
6.2.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	2	0.00	น้อย
6.2.9 สิ่งรื้อในการตัดสินใจ	2.05	0.384	น้อย
รวม	2.05	0.227	น้อย

จากตาราง 79 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับอำนาจต่อนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน พบว่า โดยภาพรวมแรงผลักดันในการทำธุรกิจส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า มีขีดความสามารถอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.05$) โดยส่งผลมากที่สุดจากต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.65$) และความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยานและสิ่งเร้าในการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.05$) ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า, ความแตกต่างของการบริการ, ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพและผลกำไรของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.00$) และความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน และเอกลักษณ์ตราสินค้าส่งผลให้ขีดความสามารถด้านมาตรฐานความปลอดภัยของชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.85$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สรุปสมการการทำนายสุดท้ายเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลจากปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าใน 6 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. ด้านพื้นที่

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านพื้นที่ที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 80 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านพื้นที่ที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์ (ด้านพื้นที่)	β	beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.858		8.773	0.00
การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	-0.090	-0.169	-0.555	0.587
อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว	0.246	0.101	2.444	0.026*
การแข่งขันในอุตสาหกรรม	-0.007	-0.022	-0.080	0.937

หมายเหตุ: $R^2=0.855$, $F=14.486$ และ $\text{Sig.F}=0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่า $= 1.858 + (-0.090)(\text{การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่}) + 0.246(\text{อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว}) + (-0.007)(\text{การแข่งขันในอุตสาหกรรม})$

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ อำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยว และการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเดินป่ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 85.50

เมื่อปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะลดลง 0.090 หน่วย ($\beta = -0.090$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.246 หน่วย ($\beta = 0.246$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะลดลง 0.007 หน่วย ($\beta = 0.007$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านพื้นที่ มีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในภาพรวม

มากกว่าปัจจัยจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม และการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในด้านพื้นที่ (Standardize beta=0.101, -0.022 และ-0.169 ตามลำดับ)

2. ด้านการจัดการ

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าด้านการจัดการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 81 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าด้านการจัดการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์ (ด้านการจัดการ)	β	beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.251		2.047	0.057
การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	-0.024	-0.038	-0.141	0.889
อำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยว	0.490	0.793	2.902	0.010*
การแข่งขันในอุตสาหกรรม	0.020	0.018	0.092	0.928

หมายเหตุ: $R^2=0.754$, $F=7.038$ และ $\text{Sig.F}=0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่า=1.251+(-0.024)(การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่)+0.490 (อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว)+(0.020)(การแข่งขันในอุตสาหกรรม) ตัวแปรที่ไม่เข้าสมการ คือ อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ อำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยว และการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเดิป่ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 75.40

เมื่อปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในด้านการจัดการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะลดลง 0.024 หน่วย ($\beta = -0.024$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านการจัดการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.490 หน่วย ($\beta = 0.490$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านการจัดการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะลดลง 0.020 หน่วย ($\beta = 0.020$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านการจัดการ มีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในภาพรวมมากกว่าปัจจัยจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม และการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในด้านพื้นที่ (Standardize beta=0.793, 0.018 และ -0.038 ตามลำดับ)

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านกิจกรรมและกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 82 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านกิจกรรมและกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์ (ด้านกิจกรรมและกระบวนการ)	β	beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.138		7.225	0.00
อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว	0.292	0.644	4.181	0.001*
แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน	0.091	0.304	1.976	0.065

หมายเหตุ: $R^2 = 0.861$, $F = 24.277$ และ $\text{Sig.} F = 0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิเป้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิเป้า=1.138+0.292(แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว)+0.091(แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน)

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากสินค้าทดแทนในด้านกิจกรรมและกระบวนการการท่องเที่ยวเดิเป้ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 86.10

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมและกระบวนการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมแรงจูงใจในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะ 0.292 หน่วย ($\beta=0.292$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากสินค้าทดแทนในด้านกิจกรรมและกระบวนการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.091 หน่วย ($\beta=0.091$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมและกระบวนการมีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดิเป้าในภาพรวมมากกว่าปัจจัยจากแรงผลักดันจากสินค้าทดแทนในด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Standardize beta=0.644 และ 0.304 ตามลำดับ)

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิเป้าด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิเป้าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 83 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มี
อิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการ
การท่องเที่ยวเดิป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์	β	beta	t	p-value
(ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน)				
ค่าคงที่	2.055		8.231	0.00
แรงผลักดันจากการแข่งขันใน อุตสาหกรรม	0.084	0.149	0.639	0.531

หมายเหตุ: $R^2=0.149$, $F=0.409$ และ $\text{Sig.}F=0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่า = $2.055 + 0.084$ (แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม)

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนการท่องเที่ยวเดิป่ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 14.90

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.084 หน่วย ($\beta=0.084$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่ อิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (Standardize beta=0.149)

5. ด้านบุคลากรและการบริการ

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าด้านบุคลากรและการบริการที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดิป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 84 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านบุคลากรและการบริการที่มี
อิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการ
การท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์	β	beta	t	p-value
(ด้านบุคลากรและการบริการ)				
ค่าคงที่	0.860		1.166	0.261
แรงผลักดันของการเข้ามาของ คู่แข่งรายใหม่	0.080	0.095	0.368	0.717
แรงผลักดันจากอำนาจต่อรอง ของนักท่องเที่ยว	0.294	0.350	1.216	0.242
แรงผลักดันจากการแข่งขันใน อุตสาหกรรม	0.215	0.409	1.591	0.131

หมายเหตุ: $R^2=0.428$, $F=1.198$ และ $\text{Sig.F}=0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่า $= 0.860 + (0.080)$ (แรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่) $+ 0.294$ (แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว) $+ (0.215)$ (แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม) ตัวแปรที่ไม่เข้าสมการ คือ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากแรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านบุคลากรและการบริการการท่องเที่ยวเดินป่ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 42.80

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ในด้านบุคลากรและการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.080 หน่วย ($\beta=0.080$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ในด้านบุคลากรและการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.294 หน่วย ($\beta=0.294$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านบุคลากรและการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.215 หน่วย ($\beta=0.215$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม ในด้านบุคลากรและการบริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในภาพรวมมากกว่าปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยว และแรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ในด้านบุคลากรและการบริการ(Standardize beta=0.409, 0.350 และ 0.095 ตามลำดับ)

6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ตารางการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านมาตรฐานความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตาราง 85 ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าด้านมาตรฐานความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตัวแปรพยากรณ์ (ด้านมาตรฐานความปลอดภัย)	β	beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.390		3.033	0.008
แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่ง	-0.013	-0.038	-0.168	0.869
อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว	0.418	0.428	1.901	0.074

หมายเหตุ: $R^2=0.421$, $F=1.836$ และ $\text{Sig.F}=0.05$

สรุปสมการทำนายสุดท้ายที่ได้

ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่า=1.390+(-0.013)(แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่ง)+0.418(อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว)

จากสมการพยากรณ์สามารถอธิบายได้ว่า

ปัจจัยจากแรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่ง และ อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ในด้านมาตรฐานความปลอดภัยการท่องเที่ยวเดินป่ามีอิทธิพลต่อการทำนายร้อยละ 42.10

เมื่อปัจจัยจากแรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งเที่ยวในด้านมาตรฐานความปลอดภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมแรงจูงใจในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะลดลง 0.013 หน่วย ($\beta = -0.013$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อปัจจัยจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านมาตรฐานความปลอดภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ภาพรวมปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น 0.418 หน่วย ($\beta = 0.418$) เมื่อตัวแปรที่เข้าสมการมีค่าคงที่

เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า ปัจจัยจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านมาตรฐานความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในภาพรวมมากกว่าปัจจัยจากแรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งในด้านมาตรฐานความปลอดภัย (Standardize beta=0.428 และ -0.038 ตามลำดับ)

7. สรุปผลการวิเคราะห์

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แรงผลักดันการทำธุรกิจในด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมของแรงผลักดันการทำธุรกิจที่จะเกิดกับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

7.1 ด้านพื้นที่ ที่เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 85.5 ($R^2 = 0.855$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 10.10 ($\beta = 0.101$)

7.2 ด้านการจัดการ ที่เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 74.5 ($R^2 = 0.745$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 79.30 ($\beta = 0.793$)

7.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ที่เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 86.10 ($R^2 = 0.861$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 64.40 ($\beta = 0.644$)

7.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 14.90 ($R^2=0.149$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 14.90 ($\beta=0.149$)

7.5 ด้านบุคลากรและการบริการ เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 42.80 ($R^2=0.428$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 40.90 ($\beta=0.409$)

7.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย เกิดอิทธิพลในการทำนายร้อยละ 42.10 ($R^2=0.421$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวที่จะส่งผลเพิ่มแรงผลักดันในภาพรวม 42.80 ($\beta=0.428$)

ดังนั้น หากสามารถลดแรงผลักดันในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน ด้านบุคลากรและการบริการ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ได้มากเท่าใดก็จะสามารถที่จะลดแรงผลักดันในภาพรวมและเพิ่มขีดความสามารถได้มากขึ้นเท่านั้น ฉะนั้นทั้งด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน ด้านบุคลากรและการบริการ และ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ค่าเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวจึงส่งผลสูงสุดเพราะสามารถเข้ามาสู่ธุรกิจได้ง่าย อีกทั้งหากสามารถลดแรงผลักดันในด้านพื้นที่ ที่เกิดจากการยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างจนปรากฏ แก่สายตานักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนที่ส่งผลทำให้เกิดอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวที่รุนแรง จนทำให้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการให้บริการในนักท่องเที่ยวเดินป่าเหนือตอนบน 2

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ศักยภาพท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามเกณฑ์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านบุคลากร และบริการ และด้านมาตรฐานและบริการ พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านบุคลากรและบริการอยู่ในระดับสูง มีด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านพื้นที่, ด้านมาตรฐานและบริการ และด้านการจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ศักยภาพรวมทุกด้าน พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีอยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า นักท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่เลือกเส้นทางเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพราะความปลอดภัยของ

แหล่งท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวเดินทางมาส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินทาง 3,001-5,000 บาท เป็นการใช้จ่ายในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จากผลจากการศึกษาผู้วิจัยสามารถอธิบายสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นักท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามจำนวนการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ร่องลงมาเป็นอันดับสอง มีการตัดสินใจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนมากกว่าเพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะ นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง 2 ด้าน และระดับปานกลาง 4 ด้าน มากที่สุดในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และระดับปานกลางน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินทางในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ผลดังนี้

1. ด้านพื้นที่ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว, และการแข่งขันในอุตสาหกรรม
2. ด้านการจัดการ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของผู้ผลิต, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว, และการแข่งขันในอุตสาหกรรม
3. ด้านการกิจกรรมและกระบวนการ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และสินค้าทดแทน
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง จากการแข่งขันในอุตสาหกรรม
5. ด้านบุคลากรและการบริการ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของผู้ผลิต, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวและการแข่งขันในอุตสาหกรรม
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และสภาพการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ในการดำเนินธุรกิจการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลในการทำนายสูงสุดร้อยละ 86.10 ($R^2=0.861$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ($\beta=0.644$)

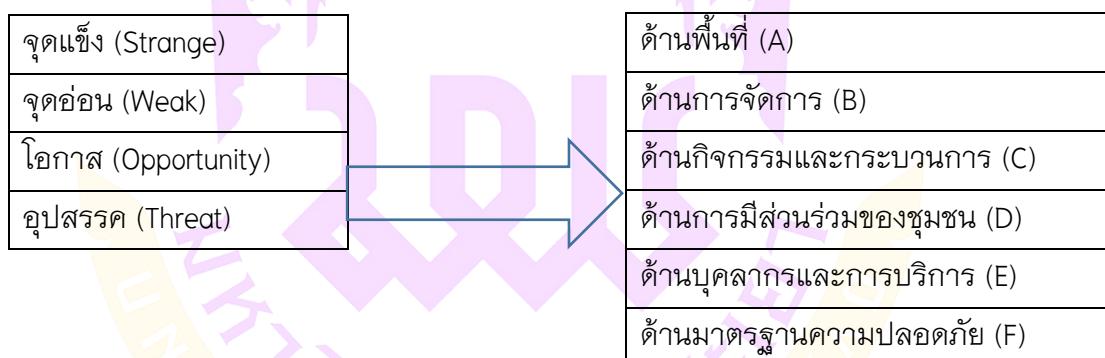
วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การศึกษากลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยทำการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1, 2 และ 3 มาจัดทำร่างกลยุทธ์ จากนั้นดำเนินการขั้นเพื่อพัฒนาและสรุปผ่านการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือตอนบน 2 จำนวน 20 ท่าน และนำผลการวิเคราะห์จากวัตถุประสงค์ที่ 1, 2 และ 3 มาวิเคราะห์ด้วย SWOT และ TOWS Matrix
2. นำผลการวิเคราะห์ที่ได้ มาจัดทำร่างกลยุทธ์เสนอกับตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์ในภาคเหนือตอนบน 2 มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 20 ท่าน
3. ปรับปรุงร่างกลยุทธ์และนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. จัดทำกลยุทธ์และนำเสนอต่อผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ศึกษาเพื่อกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

การดำเนินการวิเคราะห์กลยุทธ์

นำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ผู้วิจัยได้นำผลวิเคราะห์และสังเคราะห์ ร่างเป็นกลยุทธ์และนำมาผ่านกระบวนการสร้างเครื่องมือเพื่อนำมาประชุมกลุ่มย่อยเพื่อการเสนอกลยุทธ์ และทำการวิเคราะห์จากมุมมองของผู้ประกอบการจากแรงผลักดันในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน และปานกลาง 2 ด้านทั้งจากผลวิธีการดำเนินในเชิงคุณภาพและปริมาณ จากผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1, วัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3 ดังนั้นกลยุทธ์ที่นำเสนอจึงควรนำเสนอในทุกด้านเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถให้เปลี่ยนไปอยู่ในระดับที่สูงขึ้น ด้วยการวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยนำผลการศึกษาจากทุกวัตถุประสงค์มานำเสนอที่ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) มาอภิปรายโดยผ่านการวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ TOWS ในการดำเนินการเพื่อจัดทำกลยุทธ์ ผู้วิจัยแทนรหัสผลการวิเคราะห์เพื่อให้ชัดเจนในการจัดทำ TOWS Matrix ดังนี้



ภาพ 51 การวิเคราะห์เพื่อให้ชัดเจนในการจัดทำ TOWS Matrix

จากการเก็บข้อมูล วิเคราะห์สถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดและร่วมกันจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยใช้การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT ได้ผลการศึกษาจำแนกเป็นตารางดังนี้

ตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

องค์ประกอบการจัดกา					ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2				
ท่องเที่ยวเดินป่า		จุดแข็ง (Strengths)		จุดอ่อน (Weaknesses)		โอกาส (Opportunity)		อุปสรรค (Threat)	
1. ด้านพื้นที่ (A)		AS1 ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความน่าดึงดูดใจของสภาพภูมิประเทศ		AW1 ขาดการปรับปรุงดูแล รักษาอย่างเป็นรูปธรรม		AO1 กระแสความนิยมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น		AT1 ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยลดลง	
		AS2 ด้านนิเวศวิทยา		AW2 แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม		AO2 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม		AT2 การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงมีมากขึ้น	
		ลักษณะเด่นทางด้านกายภาพโดยเฉพาะภูเขาที่มีความสวยงามในพื้นที่		AW3 ชุมชนท้องถิ่นพื้นที่ยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์เช่น การเผาป่า การล่าสัตว์ เป็นต้น		ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม		AT3 ระเบียบของภาครัฐที่เคร่งครัด	
		AS3 เอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยภูเขาในแต่ละพื้นที่		AW4 ขาดการบังคับใช้อย่างจริงจัง ในด้านมาตรการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว		ต่อสิ่งแวดล้อม		AT4 ประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรที่ใกล้เคียง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงในการเลือกพื้นที่เส้นทางเดินป่าที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น	

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ						ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2					
ท่องเที่ยวเดินป่า		จุดแข็ง (Strengths)		จุดอ่อน (Weaknesses)		โอกาส (Opportunity)		อุปสรรค (Threat)			
		AS4 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การปีนผาล่องแก่ง เป็นต้น									
2. ด้านการจัดการ (B)		BS1 การกำหนดนโยบายของผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ ความเข้าใจ		BW1 การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่า มีอุปสรรคหลายด้านที่ทำให้เกิดการเข้าถึงยาก		BO1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ยิ่งขึ้น		BT1 ภัยธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศ		เปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	
		BS2 มีการกำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกับต้นทุนทรัพยากรท่องเที่ยว		BW2 ขาดป้ายบอกทางและการคมนาคมสาธารณะ		นักท่องเที่ยวได้ยิ่งขึ้น		BT2 ภัยจากโรคระบาด		ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	
		BS3 มีพื้นที่เดินป่าในพื้นที่		BW3 รูปแบบบริการที่ไม่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง		ต้นทุนที่ต่ำลง		BT3 ความไม่ไว้วางใจระหว่างภาครัฐและชาวบ้านชุมชนเดินป่า			
				BW4 ไม่มีมาตรฐานของการจัดการเดินป่าในพื้นที่							

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2			
ท่องเที่ยวเดินป่า		จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
3.ด้านกิจกรรมและกระบวนการ (C)		CS1 มีการจัดการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติและสัตว์ป่า	CW1 ขาดการสร้างจุดขายและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยว	CO1 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง	CT1 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเดินป่ามีค่อนข้างน้อย
	CS2 มีกิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	CW2 ความเชื่อมโยงและต่อเนื่องของกิจกรรมยังมีน้อยของพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอน 2 ด้วยกัน	นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง	CO2 การตลาดและส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกระจายตัว	CT 2 เนื่องจากเป็นความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ทำให้ไม่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกระแสหลักเกิดความสนใจ
	CS3 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยที่เพิ่มมากขึ้น	CW3 การกำหนดราคายังไม่เหมาะสม	ตามจังหวัดที่เป็นเมืองรองมากยิ่งขึ้น		
	CS4 ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	CW4 การกำหนดราคายังไม่เหมาะสม มุ่งเน้นเพียงจำนวนนักท่องเที่ยว			

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2		
ท่องเที่ยวเดินป่า	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	CS5 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ล้าน ดอยตุง, การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพและศาสนา ทำให้ เกิดการท่องเที่ยวนอก ฤดูกาล			
4.ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (D)	DS1 มีการทำแผนการ พัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่า ร่วมกันระหว่างภาครัฐกับ ชุมชน DS2 มีกำหนดเส้นทาง และการสื่อสาร ความ ร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ และชุมชน	DW1 ชุมชนและหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในระดับ ปฏิบัติการ ยังไม่สามารถ นำแผนนโยบายด้านการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า และพญักษ์ มาปฏิบัติได้ อย่างเป็นทางการ	DO1 ชุมชนได้รับการ ผลักดันในการจัดสรร งบประมาณจากหน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มา สนับสนุนในการดำเนิน กิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า อย่างถูกต้อง เหมาะสม ยิ่งขึ้น	

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2		
ท่องเที่ยวเดินป่า	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	DS3 ผู้นำชุมชนผลักดันให้ มีกลุ่มจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวชมชุมชนเดินป่าเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ DS4 มีการทำแผนกิจกรรม อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อฟื้นฟูธรรมชาติของ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและชุมชน ท้องถิ่น	DW2 ผู้ประกอบการและ ชุมชนในพื้นที่ขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการ ท่องเที่ยวเดินป่า ต้องการสร้างคุณค่า จากการเรียนรู้ การพัฒนา เนื้อหา และการสื่อสารไป ยังนักท่องเที่ยว		

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2			
ท่องเที่ยวเดินป่า		จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
5.ด้านบุคลากรและการบริการ (E)	ES1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าและผจญภัย มีความแข็งแรง มีการรวมตัวกันเป็นสมาคมได้แก่ สมาคมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (TEATA) โดยวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือกันทั้งในด้านนโยบายและด้านการตลาด เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม	EW1 มัคคุเทศก์ และผู้มีหน้าที่นำเที่ยว ที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเดินป่า มีจำนวนไม่เพียงพอ รวมทั้งการวางระบบการศึกษา เพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ให้เพียงพอต่อความต้องการ EW2 ขาดการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	EO1 มีการวางแผนการพัฒนาและฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรู้จากกรมการท่องเที่ยวเพื่อรวมทั้งเกณฑ์มาตรฐานท่องเที่ยวเดินป่า ในการกำหนดพื้นที่ให้เป็นไปตามระเบียบของกรมการท่องเที่ยว จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	ET14 ระดับทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทำให้สูญเสียโอกาสทางการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เดินป่าและผจญภัย	

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2		
ท่องเที่ยวเดินป่า	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	ES2 มีสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ประกอบด้วย ระบบการขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีอยู่ในระดับพึงพอใจที่ดี			
6.ด้านมาตรฐานความปลอดภัย (F)	FS1 การท่องเที่ยวเดินป่า มีเกณฑ์ที่ดีที่สามารถพัฒนาเป็นมาตรฐานระดับนานาชาติได้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านตามอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง	FW1 ผู้ประกอบการหลายราย ยังไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของกิจกรรมมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายทำให้ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้เลือกใช้อุปกรณ์ส่งผลให้มาตรฐานส่งผลให้	FO1 ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกันควบคุมโรค การแก้ไขปัญหาสภาวะโลกร้อน และการรับมือภัยพิบัติต่าง ๆ เป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมใน	FT1 ภัยคุกคามไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย และเป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้น

ตาราง 86 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดการ		ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2		
ท่องเที่ยวเดินป่า	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	FS2 มีมาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเป็นต้นทุนในการยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันให้อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดที่พักแรมให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ทั้งจำนวนห้องพักและจำนวนนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง	ระดับหนึ่งที่จะใช้ประโยชน์จากวิกฤตดังกล่าวในการสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว	เป็นช่วง ๆ อย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

จากตารางการวิเคราะห์ SWOT ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย ของการจัดท่องเที่ยวเดินป่าเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ พบว่า จากจุดแข็งและโอกาสจากนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ แต่มีจุดอ่อนและอุปสรรคในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ที่มีสินค้าและบริการมากขึ้น เช่นเดียวกับผลการศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ประการที่เกิดจากอำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงผลักดันต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

2. ด้านการจัดการ พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรคคือ ภัยจากโรคระบาดส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและเรื่องความไม่ไว้วางใจระหว่างภาครัฐและชุมชนเดินป่า เช่นเดียวกับผลการศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ประการที่เกิดจากอำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงผลักดันต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการมีความเห็นร่วมกันคือ การกำหนดราคาที่ไม่เหมาะสม และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่น้อย แต่ในผลการศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า อำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลสูงสุดที่สุดในภาพรวมต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

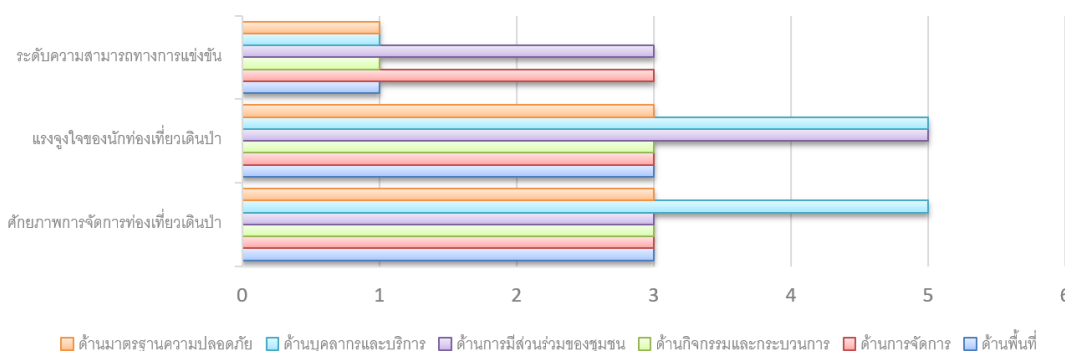
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า จุดอ่อนคือผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่ขาดความรู้ ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเดินป่า จึงควรมีการสร้างคุณค่า การให้ความรู้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง เช่นเดียวกับผลการศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ที่ส่งผลต่อแรงผลักดันการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

5. ด้านบุคลากรและบริการ พบว่า จุดแข็งในทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ ผู้ประกอบการมีความรู้ และพร้อมช่วยเหลือกันทั้งด้านนโยบายและการตลาด รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ แต่อุปสรรคคือ ระดับการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทำให้สูญเสียโอกาสทางการแข่งขัน กับคู่แข่งในการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เช่นเดียวกับผลการศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ที่ส่งผลต่อแรงผลักดันการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรคคือผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของกิจกรรมเดินป่า ทั้งวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งจำเป็นในการสร้างมาตรฐานความปลอดภัย รวมทั้งปัญหาการเมืองที่ไม่แน่นอน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าขาดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย

ดังนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเสนอที่ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ร่วมกันอภิปรายทำการยืนยันผล โดยการนำผลการวิเคราะห์ศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันกับปัจจัยความสัมพันธ์ของแรงผลักดัน 5 ประการที่เกิดจากอำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยวใน ได้แก่ ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงผลักดันต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ผู้วิจัยนำข้อมูลในแต่ละวัตถุประสงค์มาแปลผลเปรียบเทียบตามองค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าและระดับความสามารถทางการแข่งขันดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อ 1, 2 และ 3 ตามองค์ประกอบของ
ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า



ภาพ 52 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อ 1, 2 และ 3 ตาม
องค์ประกอบของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

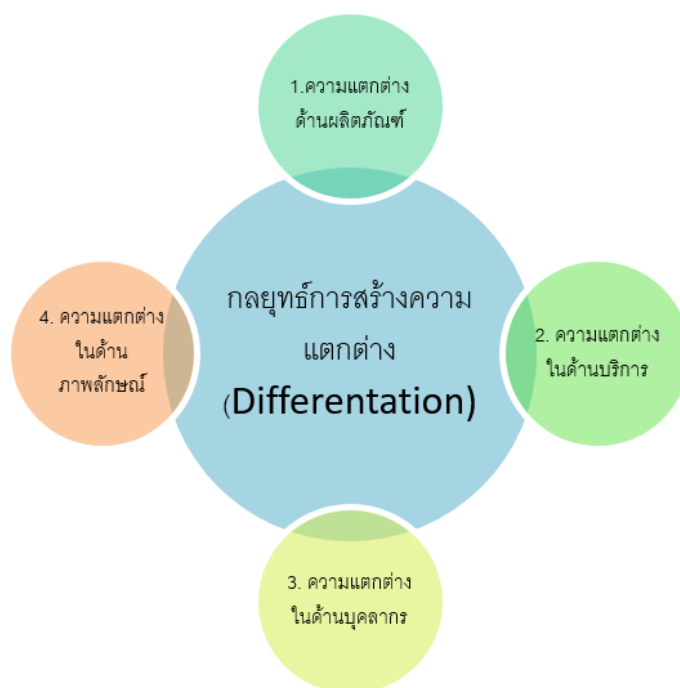
ผลการวิเคราะห์จากภาพรวมข้อมูลพบว่า ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเดินป่า ที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและด้านมาตรฐานความปลอดภัย อยู่ระดับปานกลาง ด้านบุคลากรและบริการอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางการแข่งขันพบว่า ด้านการจัดการ และด้านการมีส่วนร่วม

ร่วมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผลวิเคราะห์ ด้านพื้นที่, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ, ด้านบุคลากรและบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และสภาพการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ในการดำเนินธุรกิจการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลในการทำนายสูงสุดร้อยละ 86.10 ($R^2=0.861$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ($\beta=0.644$)

ดังนั้นผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย จึงร่วมกันจัดทำและเสนอกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า สำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนี้และนำผลมาวิเคราะห์ในรูปแบบ TOWS Matrix ในการดำเนินการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์เชิงรุก SO
2. จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์เชิงพัฒนา WO
3. จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ อุปสรรคภายนอก (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์เชิงรับ ST
4. จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับ อุปสรรคภายนอก (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์พลิกแพลง

จากผลการวิเคราะห์ TOWS ร่วมกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการร่างกลยุทธ์ในทุกด้านผ่านแนวคิดทฤษฎีการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยเลือกใช้เฉพาะกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าได้แก่ ด้านพื้นที่/ด้านการจัดการ/ด้านกิจกรรม เนื่องจากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยความสัมพันธ์แรงผลักดัน 5 ประการที่มีผลกระทบต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบแข่งขันมาจาก แรงผลักดันอำนาจต่อรองจากนักท่องเที่ยว



ภาพ 53 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

1. กลยุทธ์การสร้างแตกต่างในด้านพื้นที่

1.1 กลยุทธ์เชิงรุก SO (BS1–BS2+BO1)

การท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ มีความโดดเด่นที่ไม่มีต้นทุน การเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ รวมทั้งวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นท้องถิ่น ภาครัฐ ชุมชนในพื้นที่ และผู้ประกอบการให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเดินป่าให้แต่ละเส้นทางมีความแตกต่างของกิจกรรมเดินป่า และจัดระดับความยาก-ง่ายของพื้นที่เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น โดยสร้างการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและการฟื้นฟูพื้นที่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว

1.2 กลยุทธ์เชิงพัฒนา WO (BW1–BW4+BO1)

การให้ชุมชนเดินป่าในพื้นที่ได้รับการพัฒนาโดยอาศัยการท่องเที่ยวเดินป่าให้เป็นสถานที่ศึกษาธรรมชาติ และให้ชุมชนเป็นผู้นำอัตลักษณ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติมาถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ รวมทั้งเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ชาวไทยภูเขาที่มีในแต่ละชุมชนเดินป่า

1.3 กลยุทธ์เชิงรับ ST (AS1-AS4+AT1-AT4)

แต่ละพื้นที่เดินป่าต้องมีชุดข้อมูลสำคัญของการเดินป่าในพื้นที่ ประกอบด้วย ลักษณะเส้นทาง ความสูงชัน ความลาดเอียง ฤดูกาล สภาพภูมิประเทศและอากาศ บ้ายสื่อกความหมาย ในการจัดเส้นทางในพื้นที่และวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและปรับเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสม

1.4 กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง WT (AW1-AW4)+(AT1-AT4)

พัฒนาชุมชนในพื้นที่สู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน วางแผนการนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริมการจัดการดูแลป่าร่วมกันทั้งชุมชน นักท่องเที่ยวเดินป่าและผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวเดินป่าในอนุภูมิภาคเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเส้นทางและเพิ่มวันและเวลาในการท่องเที่ยวให้ยาวนานมากขึ้น ด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยเช่น การพายซิปบอร์ด เรือคายัค ล่องแก่งและการปั่นจักรยานเสือภูเขา

2. กลยุทธ์การสร้างแตกต่างในด้านการจัดการ

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก SO (BS1-BS2+BO1)

จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง และการท่องเที่ยวยั่งยืน ทำให้ผู้นำท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้าใจต่อการจัดการต้นทุนทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ มีการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละวันและจัดการที่พักแรมแบบ Ecolodge ที่เหมาะสมต่อระบบนิเวศ ทั้งเพิ่มการจัดการอย่างมีส่วนร่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น

2.2 กลยุทธ์เชิงพัฒนา WO (BW1-BW4+BO1)

พัฒนาทักษะและยกระดับรูปแบบการให้บริการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น และใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ในการส่งเสริมการขายเส้นทางเดินป่า รวมทั้งเครือข่ายในพื้นที่อื่น ๆ ทดแทนการแข่งขันซึ่งกันและกัน สร้างอำนาจต่อรองกับนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยวเดินป่า จากการใช้แนวคิดการรับรองจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (Carrying Capacity)

2.3 กลยุทธ์เชิงรับ ST (BS1-BS2+BT1-BT3)

ชุมชนเดินป่าในพื้นที่ จัดทำแผนการพัฒนาการจัดการรายได้เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า และส่งเสริมให้มีตราสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนเดินป่าเพื่อสนับสนุนการตลาดการท่องเที่ยวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4 กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง WT (BW1-BW4+BT1-BT3)

ส่งเสริมการเชื่อมโยงชุมชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับผู้ประกอบการโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหารที่มีแนวคิดเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและเพิ่มฐานลูกค้าในธุรกิจ ด้วยการจัดเส้นทางเชื่อมโยงวัดตฤติบ สินค้าและวัฒนธรรมที่มีในโรงแรม

ร้านค้า ร้านอาหารไปยังพื้นที่ชุมชนเดินป่าที่เป็นต้นทางผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ เช่น บ้านแม่ลัว ที่เป็นแหล่งผลิตเมี่ยง และบ้านมณีพฤกษ์ที่มีความโดดเด่นของสายพันธุ์กาแฟระดับโลก

3. กลยุทธ์การสร้างแตกต่างในด้านกิจกรรมและกระบวนการ

3.1 กลยุทธ์เชิงรุก SO (CS1-CS5+CO1-CO2)

การเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการใส่ใจธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เช่น การอาบป่า (Forest Bathing) ที่ให้นักท่องเที่ยวรับรู้และสัมผัสกับธรรมชาติผ่านความสงบเงียบ มีต้นกำเนิดจากคนญี่ปุ่น ที่เรียกการอาบป่าว่า ‘ชินริน-โยกุ’ (Shinrin-Yoku) มาจากคำว่า ‘ชินริน’ (Shinrin) ที่แปลว่า ‘ป่าไม้’ บวกกับคำว่า ‘โยกุ’ (Yoku) แปลว่า ‘การอาบน้ำ’ เป็นแนวคิดร่วมสมัยที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 โดยอาศัยประสบการณ์ทั้งห้าในการสัมผัสพลังจากผืนป่าหรือพื้นที่ธรรมชาติให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายอย่างมีสติและประณีตบรรจง เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดทางการรักษาสุขภาพกายและการเยียวยาจิตวิญญาณ เช่น การสูดลมหายใจเข้า-ออกช้า ๆ เพื่อรับกลิ่นของไอดินและพรรณพืชนานาชนิดที่เปรียบดั่งยาขนานเอกช่วยบำบัดความอ่อนล้าที่เกิดขึ้น การเดินทอดน่องด้วยใจที่สงบเพื่อรับรู้กระแสความมีชีวิตชีวาของสรรพสิ่งรอบกายมาเพิ่มพลังชีวิตให้กับตัวเอง หรือการเฝ้าฟังเสียงในธรรมชาติที่ผ่อนคลายจากความเงียบที่ช่วยเยียวยาหัวใจ

3.2 กลยุทธ์เชิงพัฒนา WO (CW1-CW4+CO1-CO2)

จัดให้มีการประชุมเวทีประชาสังคมเพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการและกิจกรรมระหว่างชุมชน ภาครัฐ ผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า ทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว รวมทั้งกฎระเบียบร่วมกันของแต่ละพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ให้สอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมเดินป่าในพื้นที่ และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกับชุมชนในการสร้างกิจกรรมอื่น ๆ กับชุมชนพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่า

3.3 กลยุทธ์เชิงรับ ST (CS1-CS5+CT1-CT2)

การท่องเที่ยวเดินป่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม แต่ในการเดินป่าแต่ละพื้นที่ทำให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์นับเป็นคนที่สามารถช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์พื้นที่เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้มากยิ่งขึ้น และการสื่อสารจากเพจสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

3.4 กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง WT (AW1-AW4)+(AT1-AT4)

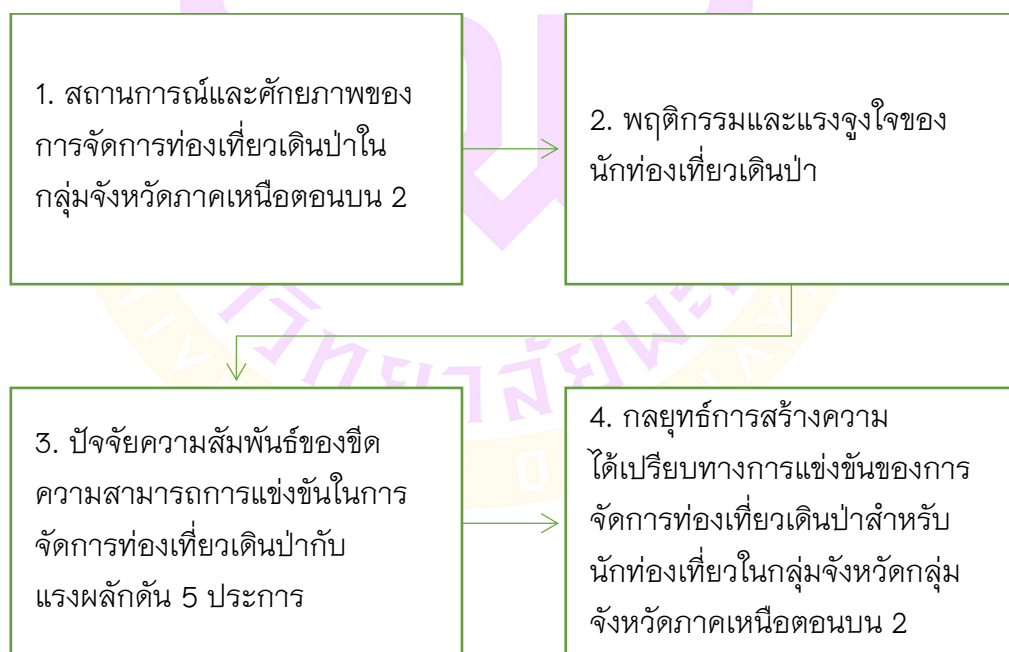
นำชุมชนในพื้นที่สู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน วางแผนการนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริมการจัดการดูแลร่วมกันทั้งชุมชน นักท่องเที่ยวเดินป่าและผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและชุมชนท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเส้นทางและเพิ่มวันและเวลาในการท่องเที่ยวให้ยาวนานมากขึ้น ดังนั้นการทำกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปและอภิปรายในบทที่ 5



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และนำเสนอกลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล มีบทสรุปและอภิปรายผล โดยแยกตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยตามลำดับดังนี้



ภาพ 54 แสดงวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาใช้กระบวนการทบทวนเชิงอนุรักษ มาเป็นหลักในการศึกษาครั้งนี้เพราะจากการศึกษาข้อมูลความจริง การลงพื้นที่พบว่าเหตุและผลที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจจากแรงผลักดันต่าง ๆ ที่มีตัวชี้วัดส่งผลกระทบที่แตกต่างกัน และจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์เพื่อเสนอกลยุทธ์ต้องใช้ความจริงที่สะท้อนถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจ ที่นำไปสู่เทคนิคการจัดการแบบต่าง ๆ รวมถึงการจะกำหนดนโยบายเพื่อสาธารณะภายใต้กลไกอำนาจของภาครัฐในการบริหารทรัพยากร ทั้งเศรษฐกิจ สังคมของประเทศเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ทั้งนี้จากผลการศึกษา สถานการณ์และการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของแรงผลักดันที่เกิดกับธุรกิจที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันและดำเนินงาน ธุรกิจจะสามารถสร้างผลกำไร มีศักยภาพการดำเนินงานสูงก็ต่อเมื่อเกิดแรงผลักดันจากปัจจัยตามโครงสร้างอุตสาหกรรมน้อยที่สุด หากความเข้มข้นในการความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและสามารถนำมาเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมจุดแข็ง ปิดกั้นจุดอ่อนพร้อมทั้งวางแผนพัฒนาโอกาสให้กลับกลายมาเป็นจุดแข็งต่อไปได้ ด้วยโอกาสสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันคือ การสร้างการมุ่งเน้นเฉพาะส่วน และการสร้างความแตกต่างทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการที่แตกต่าง ซึ่งตรงกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) (Porter, 1980)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสถานการณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ผลการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มภาคเหนือตอนบน 2 ของจากผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเดินป่า ผลจากการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเดินป่า (Treking tour) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รูปแบบหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม วิธีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้ และความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เริ่มต้นมาประมาณ 30 ปี โดยมีการพัฒนาเส้นทางเดินป่าเพื่อเป็นการให้การศึกษาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการจัดทำ

เส้นทางในรูปแบบใกล้เคียงมาตรฐานสากล จึงได้มีขึ้นและถูกกำหนดไว้ในแผนการจัดการอุทยานแห่งชาติทุกแห่ง จากข้อมูลของสถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563 (กรมการท่องเที่ยว, 2560) โดยผู้ศึกษานำมาเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการของอุทยานแห่งชาติ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2560) พบว่า จังหวัดที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดได้แก่ จังหวัดเชียงราย รองลงมาได้แก่ จังหวัดแพร่, น่าน และพะเยา แต่จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ จังหวัดเชียงราย รองลงมาได้แก่จังหวัดน่าน, พะเยา และแพร่ ตามลำดับ ในส่วนรายได้ที่จากการท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ เชียงราย, น่าน, แพร่ และ พะเยา ตามลำดับ ขณะที่รายได้ของอุทยานแห่งชาติที่มากที่สุดได้แก่ น่าน รองลงมาได้แก่ พะเยา, แพร่ และเชียงราย เป็นที่น่าสนใจว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าอุทยานแห่งชาติ (เตรียมการ) ยังไม่สามารถจัดเก็บรายได้บำรุงรักษาอุทยานได้ ตามระเบียบของพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ ทำให้รายได้บำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติของจังหวัดเชียงรายมีน้อยที่สุด กลุ่มผู้ใช้บริการหลักคือนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางเข้าไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติเพื่อกิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ ไกล่ขีดธรรมชาติ เล่นน้ำตก ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เป็นกลุ่มครอบครัว ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดิปป่า มีจำนวนน้อยโดยจากการให้ข้อมูลเพิ่มเติมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเดิปป่า พบว่า ร้อยละ 50 จากตัวแทนบริษัทตัวแทนนำเที่ยว (Travel Agent) และส่วนที่เหลือร้อยละ 50 เป็นการเข้าติดต่ออุทยานแห่งชาติด้วยตนเอง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเดิปป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อยู่ในช่วงอายุวัยทำงานมากที่สุดคือช่วงอายุ 20-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท ทั้งนี้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีภาพลักษณ์ของการเป็นจุดหมายปลายทางของการพักผ่อน จึงพบว่านักท่องเที่ยวเดิปป่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนมากที่สุดเป็นจำนวน 369 คน เพื่อการกีฬาน้อยที่สุดเป็นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ ในขณะที่รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดิปป่าที่เดินทางท่องเที่ยวเดิปป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นักท่องเที่ยวเดิปป่า ส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด จำนวน 163 คน และท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือญาติในท้องถิ่นน้อยที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

สำหรับประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเดิปป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดิปป่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 380

คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 และใช้จ่ายเพื่อช้อปปิ้งน้อยที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเดินทางมาต่อครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินทางอยู่ ระหว่าง 3,001-5,000 บาท มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25

ในขณะที่จำนวนความถี่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเดินทางมากที่สุด 2-4 ครั้งต่อปี ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จำนวนระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด 1 วัน เป็นจำนวน 171 คน และจำนวนระยะเวลานักท่องเที่ยวใช้น้อยที่สุด คือ มากกว่า 5 วัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า มีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ช่วงเวลาตามเวลาที่สะดวกมากที่สุด จำนวน 177 คน และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้การเดินทางน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา จันทร์- ศุกร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ขณะที่จำนวนของผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน มากที่สุด และจำนวนที่นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทาง 6-7 คนน้อยที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ประเภทผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวคนเดียวมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมานักท่องเที่ยวเดินทางกับกลุ่มเพื่อนจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25

ประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ประเภทที่มาของแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเลือกแหล่งข้อมูลที่สำคัญจากผู้ที่มีชื่อเสียง ดาราหรือศิลปินที่ชื่นชอบ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.75 รองลงมาแหล่งข้อมูลทราเวลบล็อกเกอร์ จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75 ตามลำดับ

อีกทั้งการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเดินทางมาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมจัดรายการตาม

คำแนะนำของสื่อประชาสัมพันธ์และสังคมออนไลน์ เช่น ททท, รายการโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 จัดรายการท่องเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อน/บุคคลที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และนักท่องเที่ยวที่จัดรายการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดด้วยตนเองน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Vlog มากที่สุด จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 และได้รับข้อมูลจากนิตยสาร/วารสารนำเที่ยวน้อยที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเป็นสาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา เพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะเดินทาง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ และ เส้นทางกิจกรรมที่ต้องการในการท่องเที่ยวเดินป่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า เส้นทางของชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวันเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือเส้นทางศึกษาธรรมชาติและสภาพป่าอนุรักษ์ชุมชน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และเส้นทางบุกเบิกที่ยังไม่มีการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสาเหตุที่น้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ปัจจัยภายนอก พบว่า สภาพาส่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 รองลงมา สภาพาสังคม จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 และกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ตามลำดับ ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.55$) พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.68$) ด้านบุคลากรและการบริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.41$) ด้านพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$) จากด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$) ด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) และด้านมาตรฐานความปลอดภัยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$) ตามลำดับ

ผลจากการศึกษาผู้วิจัยสามารถอธิบายสรุปได้ว่า จากการมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 การพัฒนามุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดิน

ป่าสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นักท่องเที่ยวเดินทางป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามจำนวนการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว รongลงมาเป็นอันดับสอง เพศชายวัยทำงานตัดสินใจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนมากกว่าเพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะ นักท่องเที่ยวเดินทางป่ามีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเดินทางป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง 2 ด้าน และระดับปานกลาง 4 ด้าน มากที่สุดในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และระดับปานกลางน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินทางป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้ผลดังนี้

1. ด้านพื้นที่ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว, และการแข่งขันในอุตสาหกรรม
2. ด้านการจัดการ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของผู้ผลิต, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว, และการแข่งขันในอุตสาหกรรม
3. ด้านการกิจกรรมและกระบวนการ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว และสินค้าทดแทน
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง จากการแข่งขันในอุตสาหกรรม
5. ด้านบุคลากรและการบริการ โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่, อำนาจต่อรองของผู้ผลิต, อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวและการแข่งขันในอุตสาหกรรม
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย โดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินทางป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และสภาพการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ในการดำเนินธุรกิจการจัดการท่องเที่ยวเดินทางป่า พบว่า ด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ, ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว

และมีอิทธิพลในการทำนายสูงสุดร้อยละ 86.10 ($R^2=0.861$) โดยมีค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ($\beta=0.644$)

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 สถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเข้าพบผู้ให้ข้อมูลในแต่ละจังหวัด ทำให้รับทราบสถานการณ์และประเด็นที่สำคัญต่าง ๆ ของแต่ละพื้นที่ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน มัคคุเทศก์เดินป่า และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละจังหวัดและมีความรู้และประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่ามากกว่า 10 ปี ขึ้นไป โดยการนำมาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ร่วมกับมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อ ซึ่งได้แก่ ด้านพื้นที่/ด้านการจัดการ/ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย ผลการศึกษาสามารถจำแนกเป็นรายด้าน

1. ด้านพื้นที่

จากผลการศึกษาสถานการณ์ด้านพื้นที่พบว่า การท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีความโดดเด่นที่ไม่มีต้นทุน จากลักษณะเด่นของเส้นทางที่มีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเส้นทางคอยหลวง คอยหมอกและเด่นช้างนอนที่มีความน่าดึงดูดใจของแหล่งธรรมชาติ มีความหลากหลายของพืชพรรณในพื้นที่ น้ำตกและถ้ำ ลักษณะเส้นทางเดินป่าแต่ละเส้นทางมีความแตกต่างกัน เส้นทางที่มีความสูงชันและยากที่สุดคือ เส้นทางเด่นช้างนอน สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านพื้นที่โดยมีระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน และคุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทางอยู่ในระดับสูง การเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ จากผลสำรวจในแต่ละพื้นที่พบว่า 1) บ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชนที่โดดเด่น มีชุมชนวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยง อาข่า ลาหู่และการดำรงชีพริมแม่น้ำกก ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม 2) บ้านห้วยหม้อ พื้นที่คอยหลวง คอย

นอก มีความโดดเด่นทางความเชื่อทางศาสนาและเป็นแหล่งพื้นที่แห่งศรัทธาของชุมชนรอบ
โดยหลวง ก่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันของชุมชนกับการใช้ประโยชน์จากป่าตามภูมิปัญญา
สอดคล้องกับสิ่งที่ศรัทธา 3) บ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่เป็นแหล่งผลิตชาใบเมี่ยงที่สำคัญของ
ภาคเหนือ โดยมีรากฐานชุมชนที่เป็นชาติพันธุ์ลัวะ ก่อตั้งรกรากมานับร้อยปี และ 4) บ้านมณี
พฤกษ์ ที่อดีตเป็นพื้นที่เชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของการต่อสู้ทางการเมืองจนกลายมาเป็น
ชุมชนชาวม้งที่ปลูกกาแฟบนที่สูงและมีคุณภาพระดับโลก ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถสร้างความ
ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวเดินป่าในประสบการณ์ที่แตกต่างได้ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Ralf
(1995); Hugo (1999); Weaver (2002) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการนำ
ทรัพยากรธรรมชาติ มาเป็นต้นทุนในการท่องเที่ยวโดย ต้องจัดการให้เกิดผลกระทบต่อ
สภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด ก่อให้เกิดรายได้ในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจน
สร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคคลอย่างถูกต้อง ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทของพื้นที่ทั้งในมิติ
สังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ และมีการจัดเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่
มีลักษณะส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

ทั้งนี้จากการประเมินศักยภาพด้านพื้นที่ พบว่า แต่ละพื้นที่เดินป่าต้องจัดให้มีชุด
ข้อมูลสำคัญของการเดินป่าในพื้นที่ประกอบด้วยลักษณะเส้นทาง ความสูงชัน ความลาดเอียง
ฤดูกาล สภาพภูมิประเทศและอากาศ บ้ายสื่อความหมาย ในการจัดเส้นทางในพื้นที่และ
วัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและปรับเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวต่อ
สภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสม รวมทั้งวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกับองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่นท้องถิ่น ภาครัฐ ชุมชนในพื้นที่ และผู้ประกอบการให้เกิดเครือข่ายการ
ท่องเที่ยวเดินป่าให้แต่ละเส้นทางมีความแตกต่างของกิจกรรมเดินป่า และจัดระดับความยาก-
ง่ายของพื้นที่เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น โดยสร้างการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์
ในระบบนิเวศทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและการฟื้นฟูพื้นที่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ ประรณนา ยศสุข (2545) จากการศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศต่อชุมชนและครัวเรือนในชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชนบทภาคเหนือของประเทศ
ไทย ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำให้ระบบความคิดและภูมิปัญญาของหลาย
ชุมชนฟื้นกลับมาได้ ในขณะที่ความเข้มแข็งด้านการจัดตั้งการรวมกลุ่มเพื่อการท่องเที่ยวยังมี
น้อยและส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากความต้องการภายในของชุมชน แต่เป็นการกระตุ้นหรือแรง
สนับสนุนจากหน่วยงานหรือองค์กรจากภายนอก เช่นเดียวกับ เกษม เทียงธรรม (2553) จาก
การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติภูม้งกระเซียวโดยการมีส่วนร่วมของ
ชาวบ้านทับลาน ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี กล่าวว่า การพัฒนาเส้นทาง

ศึกษาธรรมชาติเป็นกลไกที่สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดความรู้ และสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าของชุมชน นำไปสู่การพัฒนาจิตสำนึกของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ตระหนักถึงแนวทางในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของ วริษา เทพเสนา และคณะ (2564) เรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จำเป็นต้องปิดบางบริเวณที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มีผลทำให้รายได้และงบประมาณที่เคยจัดสรรจากรัฐบาลลดน้อยลง มีผลกระทบต่อรายได้ชาวบ้านในชุมชน และงบประมาณในการซ่อมแซมบูรณะสภาพแวดล้อม อีกทั้งเกิดเหตุการณ์รุกล้ำพื้นที่ป่าเพื่อเป็นแหล่งทำกินของชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียง และการไม่เข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงไม่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านมากนัก อีกทั้งเทคโนโลยีล้ำสมัยเข้ามาในบริเวณหมู่บ้านบดบังวิถีชาวบ้าน สร้างความเสื่อมโทรมให้กับพื้นที่ธรรมชาติได้ ดังนั้นการให้ชุมชนเดินป่าในพื้นที่ได้รับการพัฒนาโดยอาศัยการท่องเที่ยวเดินป่าให้เป็นสถานที่ศึกษาธรรมชาติ และให้ชุมชนเป็นผู้นำอัตลักษณ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติมาถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ รวมทั้งเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ชาวไทยภูเขาที่มีในแต่ละชุมชนเดินป่า นำชุมชนในพื้นที่สู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน วางแผนการนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริมการจัดการดูแลป่าร่วมกันทั้งชุมชน นักท่องเที่ยวเดินป่าและผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเส้นทางและเพิ่มวันและเวลาในการท่องเที่ยวให้ยาวนานมากขึ้น ทั้งยังเป็นการยกระดับชุมชนให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้รู้ถึงองค์ความรู้ ภูมิปัญญาและความสามารถในการดูแลรักษาธรรมชาติอย่างยั่งยืนของชุมชน

2. ด้านการจัดการ

จากผลการศึกษาสถานการณ์ด้านการจัดการพบว่า การจัดการเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีการจัดการที่ผ่านร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าและหน่วยงานอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่และน่าน แต่ที่โดดเด่นและบริหารจัดการได้อย่างดีประกอบด้วยบ้านห้วยหม้อ และบ้านมณีพุกฤษ์ เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ ความเข้าใจ มีการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับต้นทุนทรัพยากรในพื้นที่เดินป่าอย่างเหมาะสม ชุมชนมีแนวทางการบริหารจัดการตนเองเบื้องต้น และให้ความร่วมมือกับอุทยานแห่งชาติในแต่ละพื้นที่ในการดำเนินงานและปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านการจัดการ พบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก

การเข้าพื้นที่เดินป่าขาดป้ายบอกทางและการคมนาคมสาธารณะ เข้าถึงพื้นที่ลำบาก ขาดสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน รวมทั้งไม่มีมาตรฐานของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว เดินป่าในพื้นที่บ้านแม่ลัว เนื่องจากชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ด้วยตนเอง ระเบียบของภาครัฐที่เข้มงวด และต้นทุนการจัดการด้านราคาต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ที่ทำให้ผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลง การเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวจากข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อการประกอบการตัดสินใจในท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวเกิดการยกเลิกหรือเพิ่มจำนวนแบบกะทันหันส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมเดินป่าในพื้นที่ โดยสอดคล้องกับแนวคิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตของ Collier and Harraway (2001) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการขนส่ง ที่พัก กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ และการขายเป็นหลัก โดยอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวที่ว่าจะดึงดูดผู้บริโภครูปแบบใด เนื่องจากรูปแบบทรัพยากรในพื้นที่ที่แตกต่างกัน จะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป และต้องอาศัยการเรียนรู้และความร่วมมือจากทั้งชุมชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ดังเช่นเดียวกับนักวิชาการชาวไทยบางท่าน โดยจากผลการศึกษาของ สิริวัฒนา ใจมา และคณะ (2546, หน้า 131) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนบ้านแม่กลางหลวง ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ชาวบ้านมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนการพัฒนาทั้งในรูปของผู้ประกอบการที่ได้รับผลประโยชน์ และผู้ถูกท่องเที่ยวที่เป็นผู้เสียประโยชน์ซึ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมาได้เกิดปัญหาจากการจัดการ เนื่องจากการขาดความรู้และความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง ตลอดจนการขาดทักษะในการจัดการและการมีทัศนคติในเชิงลบต่อการท่องเที่ยวที่ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการ และจัดทำแผนการพัฒนาการจัดการรายได้เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ทั้งนี้จากผลการศึกษาของ เทพปรมินทร์ พงษ์พานิช (2563) ที่ศึกษาเรื่องขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาของ วิฑิต วิฑิตจำเริญพร และคณะ (2557) พบว่า การที่ชุมชนทราบถึงระดับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ทำให้คนในชุมชนเกิดความแออัด ทำให้ชุมชนสามารถกำหนดระบบและกลไกตั้งแต่การพักค้างคืน การดูแลและจัดการขยะและการติดตามการติดตามตรวจสอบคุณภาพของแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภค ส่วนด้านจิตวิทยาหรือสุขภาพของคนในชุมชนมีการจัดการภาวะเครียดและการดูแลสุขภาพทั้งในและนอกฤดูกาล

ท่องเที่ยว และการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อการจัดกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวครั้งต่อไปไม่ให้เกิดวิกฤตในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้

ดังนั้นจากการใช้แนวคิดการรับรองจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (Carrying Capacity) ที่มีการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละวันและจัดการที่พักแรมที่เหมาะสมต่อระบบนิเวศ ทำให้ผู้นำท้องถิ่นมีการเตรียมความพร้อมและเข้าใจต่อการจัดการต้นทุนทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งเพิ่มการจัดการอย่างมีส่วนร่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ส่งเสริมให้มีตราสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนเดินป่าเพื่อสนับสนุนการตลาดการท่องเที่ยวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จัดทำการฝึกอบรมพัฒนาทักษะและยกระดับรูปแบบการให้บริการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น และใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ในการส่งเสริมการขายเส้นทางเดินป่า รวมทั้งเครือข่ายในพื้นที่อื่น ๆ ทดแทนการแข่งขันซึ่งกันและกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยวเดินป่า พร้อมทั้งเชื่อมโยงชุมชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านอาหารที่มีแนวคิดเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและเพิ่มฐานลูกค้าในธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวเดินป่า

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

จากผลการศึกษาด้านกิจกรรมและกระบวนการพบว่า ภาพรวมคุณภาพในด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับสูง โดยพื้นที่เดินป่าของชุมชนเดินป่าทั้ง 4 พื้นที่มีกิจกรรมเดินป่า เป็นกิจกรรมหลัก และมีกิจกรรมเพิ่มเติมในแต่ละพื้นที่เช่น บ้านห้วยขมมีกิจกรรมฟื้นฟูป่า (Re-forest) มีกิจกรรมขี่ช้าง ชมธรรมชาติ การล่องเรือคายัคในลำน้ำกก ในขณะที่บ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ เส้นทางเดินป่าช่วงผาด่านอยู่ในชุมชนปลูกชาใบเมี่ยง มีการจัดโฮมสเตย์ของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวด้วย ขณะที่บ้านมณีพฤกษ์มีความโดดเด่นเรื่องของกาแฟพันธุ์เกอิชา (Geisha) เป็นแหล่งเรียนรู้การปลูกกาแฟแบบครบวงจร และในกระบวนการเดินป่ามีการจัดทำ โรงเรียนนักเดินป่า (National Park Outdoor Education) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างวัฒนธรรมการเดินป่าที่ดี โดยมีแนวคิดที่สอดคล้องกับองค์กร Adventure Travel Trade Association (1990) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยประเภทเดินป่ามีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) เป็นกิจกรรมที่กายภาพ 2) เน้นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 3) การเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ มณฑล ศรีสุข และวาริษฐ์ มัธยมบุรุษ (2563) กล่าวว่า กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติในชุมชนนางพญา (Nature Education) ลักษณะของกิจกรรมเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวนอกจากจะได้รับความเพลิดเพลินจากการได้มาเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติแล้ว ยังได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในเรื่องต่าง ๆ ผ่านทางโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติในรูปแบบที่จัดทำขึ้นในพื้นที่แนวเขต

แดนระหว่างจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดแพร่ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

หากแต่ว่าชุมชนในพื้นที่เดินป่ายังไม่มี การวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมของพื้นที่ทั้งด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ผลตอบแทนแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม การการตลาดและการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล รวมทั้งเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากผลการศึกษาของ จารุจน์ กลิ่นดีปสี (2541) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมถึงด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการสร้างกิจกรรมที่หลากหลายและการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการใส่ใจธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เช่น การอาบป่า (Forest Bathing) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้และสัมผัสกับธรรมชาติผ่านความสงบเงียบ มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่นเรียกการอาบป่าว่า ‘ชินริน-โยกุ’ (Shinrin-Yoku) มาจากคำว่า ‘ชินริน’ (Shinrin) ที่แปลว่า ‘ป่าไม้’ บวกกับคำว่า ‘โยกุ’ (Yoku) แปลว่า ‘การอาบน้ำ’ เป็นแนวคิดร่วมสมัยที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าในการสัมผัสพลังจากผืนป่าหรือพื้นที่ธรรมชาติให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายอย่างมีสติและประณีตบรรจง เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดทางการรักษาสุขภาพกายและการเยียวยาจิตวิญญาณ เช่น การสูดลมหายใจเข้า-ออกช้า ๆ เพื่อรับกลิ่นของไอน้ำและพรรณพืช นานาชนิดที่เปรียบดั่งยาขนานเอกช่วยบำบัดความอ่อนล้าที่เกิดขึ้น การเดินทอดน่องด้วยใจที่สงบเพื่อรับรู้กระแสความมีชีวิตชีวาของสรรพสิ่งรอบกายมาเพิ่มพลังชีวิตให้กับตัวเอง หรือการเฝ้าฟังเสียงในธรรมชาติที่ผ่อนคลายจากความเครียดที่ช่วยเยียวยาหัวใจ และเพิ่มการสนับสนุนให้ชุมชนในพื้นที่เดินป่า สองภูมิภาคหลักที่พบการศึกษาเรื่องการอาบป่าในเมืองคือ เอเชียตะวันออกและยุโรป แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะเป็นต้นกำเนิดการอาบป่า กลับพบว่าการวิจัยการอาบป่าในเมืองส่วนใหญ่อยู่ในประเทศจีน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวลี สุธีธร (2564) พบว่า รูปแบบภูมิทัศน์ในเมืองที่มีคุณสมบัติในการเป็นพื้นที่อาบป่าอาจมีได้หลากหลาย การเดินอาบป่าในย่านที่พักอาศัยในเมืองที่มีพื้นที่สีเขียวช่วยให้ผ่อนคลายได้ไม่ต่างจากการเดินในสวนป่า (Janeczko, et al., 2020) การเดินในห้างสรรพสินค้ามีผลต่อความรู้สึกเป็นกลางจากการรับรู้สภาพแวดล้อม การนั่งในร้านกาแฟส่งผลต่อการฟื้นฟูจิตใจ (Staats, et al., 2016) เช่นเดียวกับการเดินในสวนสาธารณะในเมืองหรือการเดินในย่านประวัติศาสตร์ของเมืองก็มีผลทางบวกต่อจิตใจเช่นกัน (Fornara and Troffa, 2009)เช่นเดียวกับการวิจัยของ วรพรรณ

จันทรากุลสิริ (2564) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒนะ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านสุขภาพกาย และด้านจิตใจ นำผลิตภัณฑ์และสินค้าท้องถิ่นมาสร้างเรื่องราวที่ถ่ายทอดเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สร้างประสบการณ์ร่วม เช่น การปลูกป่า หรือการเดินป่าเพื่อการศึกษาธรรมชาติ เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาในท้องถิ่นสืบทอดกันมา เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้ประโยชน์และเป็นแนวทางการดำรงชีวิตอย่างสมดุล อันจะส่งผลให้มีอายุยืนยาว โดยปราศจากโรคภัย

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากผลการศึกษาด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า ในพื้นที่บ้านห้วยชม บ้านตุน และบ้านมณีพฤกษ์ ได้ทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกันระหว่างภาครัฐและชุมชน มีการกำหนดเส้นทาง การสื่อสารข้อมูล และกลุ่มกิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเดินป่า สิ่งสนับสนุนทางการท่องเที่ยวทั้งโฮมสเตย์ ร้านค้า ร้านอาหาร รถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวเดินป่า รวมทั้งการให้ความรู้เชิงอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มาเยือน และเป็นแหล่งเรียนรู้การศึกษาเส้นทางธรรมชาติและการเดินป่าด้วย มีการทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกันระหว่างภาครัฐกับชุมชนท่องเที่ยวเดินป่า (ระยะสั้น/ระยะกลาง/ระยะยาว) จัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวเดินป่าและสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีโครงสร้างองค์การเพื่อประสานงานระหว่างพื้นที่เดินป่าและแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ในจังหวัด เช่น วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านปาง จังหวัดพะเยา ที่ร่วมทำงานการท่องเที่ยวเดินป่ากับอุทยานแห่งชาติดอยหลวง อย่างเป็นรูปธรรมโดยมีกำหนดเส้นทาง และการสื่อสาร ความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่และชุมชน รวมทั้งชุมชนท่องเที่ยวบ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่านที่ผู้นำชุมชนผลักดันให้มีกลุ่มจัดกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเดินป่า เส้นทางในพื้นที่ โดยเฉพาะเส้นทาง เดินป่าเด่นช้างนอน ซึ่งร่วมกับหน่วยจัดการต้นน้ำในพื้นที่อุทยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างไรก็ตามบ้านแม่ลัวที่ยังไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวแบบเดินป่า จากการสอบถามผู้นำชุมชนในพื้นที่เดินป่าบ้านแม่ลัว พบว่า มีความต้องการได้รับการผลักดันและสนับสนุนจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้เกิดการพัฒนาดังต่อเนื่อง และมีโอกาสในการร่วมจัดทำเส้นทางและกระจายการใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่ากับหน่วยงานท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยของ Brockleman and Dearden (1990) เรื่อง The Role of Nature in Conservation: A Case-Study in Thailand พบว่า รูปแบบการเดินป่าของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์จากการพัฒนาพื้นที่ทางไกล ด้วยการให้ทำหน้าที่ด้วยการเป็นลูกหาบ การทำอาหารและการนำทางให้นักท่องเที่ยวเดินป่า รวมถึงการบริจาคเงินเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ การสร้างความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า (Relations with Villagers) มีความสำคัญต่อการสร้าง

เข้าใจอันดีต่อนักท่องเที่ยวเดินป่าและชุมชนเจ้าของพื้นที่ ต้องมีการสร้างความเข้าใจแก่ชุมชน และชุมชนพร้อมให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวไม่สร้างผลกระทบเชิงลบแก่ชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพชัย พองอิสระ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่า บ้านสองแควพัฒนา เทศบาลตำบลแม่ยาว กล่าวว่า การเกิดขึ้นของเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ได้รับการขับเคลื่อนจากหน่วยงานนอกชุมชนโดยเทศบาลตำบลแม่ยาว ตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลแม่ยาว พร้อมกันนี้ยังถูกขับเคลื่อนร่วมกันในชุมชนจากการทำประชาพิจารณ์ ก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางสังคมการท่องเที่ยววัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า มีการทำงานร่วมกันในลักษณะย่อยระดับพื้นที่ (Local Network) ของหมู่บ้านใกล้เคียง ซึ่งทำการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น หมู่บ้านห้วยขมนอก โดยใช้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากนั้นเริ่มมีการประสานแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานด้วยการตกลงแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การแบ่งเงินรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวและการประสานเพิ่มเส้นทางเดินป่า ขณะเดียวกันรูปแบบดังกล่าวได้สร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจของภาคีเครือข่ายและเป็นตัวขยายเครือข่ายทางสังคมด้านการท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนี้ผลการศึกษาของ อรรถพร สุทธิจิระพันธ์ (2560) เรื่องการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในตำบลกุดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่าอย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยจัดไว้ 3 ด้าน ดังนี้ 1) สนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ 2) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐเสนอ นโยบาย กฎระเบียบหรือข้อบังคับที่ชัดเจน 3) ในด้านผลประโยชน์ของชุมชนควรมีการเปิดให้ผู้ประกอบการเอกชน และประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมประชุม เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการวางแผนและนโยบายในการจัดการท่องเที่ยวภายในตำบล ชี้แจงให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคการนำทรัพยากรท้องถิ่นมาแปรรูปผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้และการจัดการคือหัวใจและเงื่อนไขสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5. ด้านบุคลากรและบริการ

จากผลการศึกษาด้านบุคลากรและบริการ พบว่า ในแต่ละพื้นที่ มีการอบรมพัฒนามัคคุเทศก์ชุมชนให้มีมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่า การควบคุมคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่ามีบุคลากรที่มี

ความเชี่ยวชาญในพื้นที่ มีความรู้เกี่ยวกับพืชพรรณไม้ และชำนาญเส้นทาง มีการให้บริการลูกหาบที่เป็นคนในชุมชน มีความชำนาญและรู้จักการปฏิบัติหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยว และศักยภาพด้านมาตรฐานและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Brockleman and Dearden (1990); Buckley (2007); Pranil (2018) ที่กล่าวว่า ไกด์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ (Nature Guide) ต้องมีคุณสมบัติที่สามารถสื่อสารได้สองภาษา มีความรู้เรื่องธรรมชาติ พรรณไม้ และเข้าใจต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความรู้ทั้งทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถอธิบายเรื่องราว ในท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้านได้ สอดคล้องกับผลการศึกษา เกกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556) เรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามห่วงโซ่อุปทาน การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ทำให้ควรมีการบริหารจัดการด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่ความสัมพันธ์กับทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่วยสร้างความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ เช่นเดียวกับผลการศึกษาวิจัยของ พิมพ์ชนก มุลมิตร และคณะ (2562) พบว่า แนวทางพัฒนาขีดความสามารถทุนทรัพยากรมนุษย์ในการให้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกให้มีศักยภาพและคุณลักษณะที่สำคัญได้เป็นด้าน คือ 1) ด้านทักษะการให้บริการทางการท่องเที่ยว 2) ด้านความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 4) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

จากผลการศึกษาด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่า กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีโครงสร้างระบบสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวพื้นฐานที่ดี มีมาตรฐานตามเกณฑ์การท่องเที่ยวเดินป่า และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่กำกับดูแล โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Pranil, (2018); Bacon et al. (2002); Marion and Leung (2004) and Herman, et al. (2010) กล่าวว่า ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่เดินป่าประกอบด้วย สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะ เวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นววรรณ ฐานะกาญจน์ (2549) และสิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2561) ได้กล่าวว่า การจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Safety & Security Management) ต้องยึด

แนวคิดในการสร้างความเชื่อมั่น และลดความอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนการคุ้มครองผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และส่งผลถึงการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกด้วย

อย่างไรก็ตามจากการที่ผู้ประกอบการเดินป่าบางส่วน ยังไม่ปรับปรุงการให้บริการ และยังมีภาพลักษณ์การเดินป่าที่เน้นเรื่องราวของการใช้ยาเสพติด การทำสิ่งผิดกฎหมาย จึงควรสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้นำท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ ร่วมกันสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพต่อการเดินป่าในพื้นที่ให้ถูกต้องยิ่งขึ้น รวมทั้งการใช้เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวทางสาธารณสุขร่วมกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ที่มีการนำมาตรฐาน SHA และ SHA plus มาสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวทำให้ชุมชนต้องปรับตัว และยืดหยุ่นตามสถานการณ์ ทั้งการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ตามมาตรฐานของสาธารณสุขและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พักรวมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทยของ ดารณี อาจหาญ และคณะ (2022) กล่าวว่า การเตรียมความพร้อมสำหรับการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่พักรวมชนสัมผัสวัฒนธรรมสู่การรับรองตามมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) นับเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ที่มีความต้องการลดความเสี่ยงจากโรคอีก และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19 เป็นแผนการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ที่ 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า โดยนำแนวคิดหลักประชากรศาสตร์ของ Blamey (1998); Wood (2002) Ardahan (2013) กล่าวว่า เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินป่า ได้แก่ อายุ, รายได้, สถานภาพ, ที่อยู่, ระดับการศึกษา, บุคลิกภาพ, ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล, ความฉลาดทางอารมณ์, คุณค่าของธรรมชาติ, ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต โดยจากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อยู่ในช่วงอายุวัยทำงานมากที่สุดคือช่วงอายุ 20-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัท และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001–15,000 บาท นักท่องเที่ยวเดินทางมาส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ในเรื่องอาหาร และเครื่องดื่มมากที่สุด ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3,001–5,000 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ สุเมธ ไชยชนะ (2549) และณัฐฐิณีภรณ์ ปิงแก้ว (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนอยู่กับธรรมชาติ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย ค่าอาหาร ค่าบ้านพัก ค่าธรรมเนียมพักกางเต็นท์ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่ายานพาหนะในการเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายขึ้นอยู่กับจำนวนวันที่มาพักผ่อน

ในการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยของนักวิชาการต่างประเทศ พบว่า แรงจูงใจที่กระตุ้นให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการเชิงผจญภัยมีหลากหลายมิติ (Buckley, 2012) นอกจากนี้พบว่าแรงจูงใจแต่ละมิติมีความสำคัญแตกต่างกันไป เช่น ผลสำรวจในนอร์เวย์พบว่าความแปลกใหม่ การได้รับการยอมรับ และการได้ออกกำลังกายเป็นแรงจูงใจหลักของนักเดินป่า จากการศึกษาของ Mehmetoglu & Normann (2013) ผลสำรวจในตุรกีระบุว่า การหลีกเลี่ยงความกดดันจากวิถีชีวิตเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างมากต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่า เช่นเดียวกับ Balli & Canoglu (2017) ผลสำรวจในอินโดนีเซียพบว่า แรงจูงใจที่โดดเด่นของนักเดินป่า คือ การเรียนรู้และการเข้าสังคม Gaffar, Yuniawati and Ridwanudin (2019) กล่าวว่า ความสำคัญของแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าแต่ละมิตินั้นมีความแตกต่างกันตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า ผู้ที่เข้าร่วมเดินป่าระยะไกลคือการสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง การเรียนรู้ และพัฒนาทักษะและความท้าทาย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 พบว่า ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพราะความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เช่นเดียวกับการคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้แก่ ความปลอดภัยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการพัฒนาตัวบ่งชี้องค์ประกอบท่องเที่ยวเดินป่าด้านมาตรฐานความปลอดภัยที่มีศักยภาพในระดับปานกลาง ตัวบ่งชี้มีช่องทางการเรียนของนักท่องเที่ยวและบุคคลหรือกลุ่มที่ทำหน้าที่ควบคุม

ตรวจสอบมาตรฐานองค์กรอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Lepp and Gibson (2003); Beirman (2003); Glaesser (2003) และ Laws (2005) พบว่า การรับรู้ถึงความปลอดภัยและความเสี่ยงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงบวกและเชิงลบในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และงานวิจัยของ Mitchell and Vasso (1998) และ Irvine and Anderson (2006) ยังพบว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงหรือยกเลิกการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทั้งนี้ เกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์ (2564) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความปลอดภัยในการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวต่างชาติ พบว่า รูปแบบการจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนารูปแบบเชิงกลยุทธ์จากการพัฒนาระบบการทำงานให้ทันสมัย มีบุคลากรมืออาชีพพร้อมทั้งพัฒนาและยกระดับระบบให้เกิดมาตรฐานระดับสากลของการทำงานและบุคลากรทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน

ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มาเดินป่ามากที่สุดคือเพื่อการพักผ่อน มีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด คือ 2-4 ครั้งต่อปี มีการใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด คือ 1 วัน และเลือกท่องเที่ยวเดินป่าตามเวลาที่สะดวก โดยมีผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ ฉันทยา พรหมบุญมณี และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) พบว่า พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เลือกมาเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน ส่วนใหญ่พักค้างคืน 3 ถึง 5 คืน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีจัดการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่เลือกใช้บริการการจองทัวร์ล่วงหน้าและบริการไกด์นำเที่ยว ทั้งนี้ในการศึกษาความพึงพอใจพบว่า ในโลกยุคออนไลน์การบอกต่อเป็นสิ่งที่ง่ายและเผยแพร่ได้กว้างขวาง เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น กลุ่มจังหวัดควรมีการปรับปรุงคุณภาพและบริการ ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบด้านการเดินทางและบริการขนส่งในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด สอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เช่นเดียวกับผลการศึกษาที่พบว่าสาเหตุที่ใช้ตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่าคือเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน เส้นทางที่นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเดินป่าต้องการมากที่สุดคือ เส้นทางของ

ชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวันสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนกฤต สังข์เฉย (2650)

ทั้งนี้จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อค้นพบว่า การเดินป่าของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีความต้องการเดินป่าเพื่อสร้างประสบการณ์เดินป่าที่หลากหลายและผสมผสานกับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ตามในการตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลในเว็บไซต์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์ Travel Blogger รวมทั้งการชักถามจากเพื่อนหรือญาติที่เคยมาเที่ยว ควรมีการใช้สื่อสมัยใหม่ คลิปวิดีโอ นิตยสาร ในการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างประสบการณ์ทางอ้อมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ตัดสินใจอยากมาท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 รวมทั้งการสร้าง ความประทับใจผ่านการเล่าเรื่องราว การให้ความรู้การบริการขนส่งเดินทางมีความสะอาด ปลอดภัยการบริการที่ดีของบุคลากรให้บริการการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์นำเที่ยวเป็นจุดสัมผัสที่สำคัญที่จะทำให้เกิดประสบการณ์ที่ประทับใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ด้วยการบริหารจัดการสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด มีบรรยากาศที่ดีปลอดภัย การจัดเส้นทางเดิน ป่าแต่ละแหล่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สร้างประสบการณ์ที่ดี เช่นเดียวกับผลการศึกษา ของ ธันยา พรหมบุรณ์ และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เสนอว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลายผสมผสานทั้งกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ หากมีการสร้างเว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวสามารถ ออกแบบการเดินทางได้เองให้นักท่องเที่ยวได้วางแผน ทำให้เกิดความสุขและเกิดความรู้สึก ในการควบคุมและบริหารจัดการเวลาและสถานที่ในการท่องเที่ยวของตนเองได้สร้างประสบการณ์ ในการคิดและการปฏิบัติ (Think and Act Experience) ให้กับนักท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์ที่ 3 ปัจจัยความสัมพันธ์ของขีดความสามารถการแข่งขันในการ จัดการท่องเที่ยวเดินป่ากับแรงผลักดัน 5 ประการ

ในการปัจจัยความสัมพันธ์ของขีดความสามารถการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยว เดินป่าโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Porter (1980) กล่าวว่า การ กำหนดกลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง แรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) บอกถึงสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งความเข้มแข็งของแรงผลักดันทั้งหมดจะ เป็นตัวกำหนดศักยภาพในการทำกำไรในอุตสาหกรรม ถ้าแรงผลักดัน 5 ประการอ่อนแรงลงมา เพียงใด โอกาสในการบรรลุผลงานก็จะมากตามไปด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการ แข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพล

อันเกิดจากภาวะการแข่งขันเหล่านี้ การวิเคราะห์นี้มีความจำเป็นสำหรับการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการให้สูงกว่าคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดส่วนเฉพาะ

โดยจากผลการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมของขีดความสามารถในการแข่งขันด้านพื้นที่, ด้านการจัดการ และด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมาจากปัจจัยสนับสนุนและแรงผลักดันที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า มาจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องสร้างกลยุทธ์ที่จะลดแรงผลักดันและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และจัดทำกลยุทธ์ตามแนวคิด William, E. Rothschild; Higgins and Vincze (1993, หน้า 153) ที่กล่าวว่า ขณะนี้ใครเป็นคู่แข่งของเรา และต่อไปในอนาคตคู่แข่งของเราจะเป็นอย่างไร กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย หลักสำคัญของคู่แข่งคืออะไร ตลาดโดยเฉพาะนั้น มีความสำคัญอย่างไรต่อคู่แข่งและมีอะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นหลักประกันว่าคู่แข่งจะยังคงลงทุนในตลาดนั้นต่อไปสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) ว่า ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถนำมากำหนดเป็นตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ และจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มที่ประเทศไทยมี ขีดความสามารถสูง และตลาดโลกมีความน่าสนใจสูง 2) กลุ่มที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถปานกลาง และ ตลาดโลกมีความน่าสนใจสูง และ 3) กลุ่มที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถต่ำแต่ตลาดโลกมีความน่าสนใจสูง ในการวางทิศทางการท่องเที่ยวของไทยมีทางเลือกยุทธศาสตร์ 2 แบบ แบบที่หนึ่ง คือ Focus on Value Creation & Niche Differentiation ซึ่งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมี ศักยภาพในการแข่งขันและตลาดโลกมีความน่าสนใจคือกลุ่มการท่องเที่ยวใน 2 กลุ่มแรก และทางเลือกยุทธศาสตร์ที่สองคือ Balance & Diversification ซึ่งมุ่งสร้างความสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการกระจายการพัฒนาไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย ทั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) 2) กลุ่มสร้างความแตกต่าง (Niche Differentiation) 3) กลุ่มพัฒนาสินค้าใหม่ (Initiative & Development)

ทั้งนี้กลุ่มที่ 3 พัฒนาลินค้าใหม่ (Initiative & Development) มีแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับกลุ่มการท่องเที่ยวคือการสร้างสรรค์ กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ การพัฒนาพื้นที่เป้าหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการทำตลาดและการสร้างแบรนด์สินค้าการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก โดยรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับ กลุ่มการท่องเที่ยวนี้คือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงภูเขา

และป่าไม้ (Mountain & Forest) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Ecotourism) ซึ่งมีการกำหนดแนวทางและมาตรการพัฒนาที่แตกต่างกัน ดังนั้นการมีมาตรการระยะสั้น คือ เน้นพัฒนาจุดเด่นของพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพในการท่องเที่ยว และสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ พัฒนารูปแบบกิจกรรมที่มีอยู่เดิม ให้น่าสนใจมากขึ้น รวมถึงสร้างเสริมศักยภาพการฟื้นฟูและรักษาพื้นที่เดิมที่เสื่อมโทรม มาตรการระยะกลางสำหรับกลุ่มรูปแบบการท่องเที่ยวนี้ คือ การพัฒนาระบบการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้น และมาตรการระยะยาวคล้ายคลึงกับกลุ่มสร้างความแตกต่าง กล่าวคือให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน สร้าง ความเข้าใจกับชุมชนให้เห็นความสำคัญและคุณค่าของเอกลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างสมดุลทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ภาพรวมในปัจจุบันของธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวแบบเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เพิ่มขึ้นได้ โดยมีผลอภิปรายดังนี้

1. ด้านพื้นที่ จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านพื้นที่ มีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าสอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 18 กลุ่มจังหวัด (ประชุมคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2559) พบว่า การท่องเที่ยวที่มีคนจำนวนมากในพื้นที่แหล่งธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย อีกทั้งภัยพิบัติ ปัญหาหมอกควันและไฟป่าซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัทรานิษฐ์ ศรีจันทร์หาพันธุ์ (2550) ที่ศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติจากการท่องเที่ยวพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยหลวง/วนอุทยานภูชี้ฟ้า/เขตห้ามล่าสัตว์ป่าหนองคาย น้ำตกขุนกรณ์และน้ำพุร้อนห้วยหมากเหล็ก พบว่า พื้นที่ศึกษาทั้ง 5 มีความโดดเด่นมากในเรื่องความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ ที่มีพืชพรรณที่หลากหลาย แต่มีความโดดเด่นน้อยในประเด็นของจำนวนและความหลากหลายของสัตว์ป่า แต่พื้นที่สิ่งแวดล้อมได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ วนอุทยานภูชี้ฟ้า ปัจจัยที่สำคัญ คือ การไม่มีวินัยในการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

2. ด้านการจัดการ จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยจากอำนาจการต่อรองของนักท่องเที่ยวในการจัดการ มีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีตลาดที่เป็นกลุ่มเฉพาะ การจัดทำเส้นทางเดินป่า การเสนอแพ็คเกจทัวร์เดินป่า ที่ไม่แตกต่างและโดดเด่น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่า

ไปหาหรือเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นได้เช่นกันเช่นเดียวกับ ณภัทร ทิพย์ศรี และคณะ (2016) พบว่า ธุรกิจ SME ในจังหวัดเชียงราย ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้วยกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง ได้แก่การบริหารจัดการ การเงิน การผลิต การตลาด สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี และโลจิสติกส์

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยจากแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมและกระบวนการมีอิทธิพลต่อปัจจัยในการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะประดิษฐ์ขึ้นมาได้ การท่องเที่ยวเดินป่าจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เส้นทางเดินป่าที่มีความสั้นโดย สภาพธรรมชาติ พืชพรรณและสัตว์ป่า ไม่มีสินค้าที่ทดแทนได้ จึงไม่ส่งผลให้เกิดการแรงผลักดันในอุตสาหกรรมมากนัก ข้อค้นพบที่ได้จากศึกษาคือการจตุรารายการนำเที่ยวเดินป่าควรให้ข้อมูลโดยแจ้งรายละเอียดของเส้นทางและการเตรียมตัวก่อนเดินทางได้อย่างถูกต้องรวมทั้งการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางสู่เส้นทางเดินป่าตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุดรายการ การแจ้งราคาค่าบริการและการแนะนำความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพริน เวชัญญะกุล (2563) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบน้อยที่สุดต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ การบริหารจัดการอย่างเหมาะสมทั้งการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดจนชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยลดผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง มีอิทธิพลของตัวแปรจากปัจจัยแรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า ในการดำเนินการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ควรมีการจัดเวทีเพื่อพัฒนาเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น อุทยานแห่งชาติในพื้นที่ ผู้ประกอบการภาคเอกชนและกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เพราะในการลงพื้นที่ของผู้วิจัยได้ค้นพบว่า การจัดการธุรกิจเดินป่าในแต่ละพื้นที่ ชุมชนยังขาดความรู้เชิงธุรกิจ ทำให้ขาดโอกาสในการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ และเพ็ญตะวันพล อาจ (2561) พบว่า การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ควรส่งเสริมทั้งเชิงรุก เช่น การออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย การขยายตลาดโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมกลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การปรับปรุงตราสินค้าให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ศึกษาและวิเคราะห์ทรัพย์สินของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามมีข้อศึกษาที่น่าสนใจของ จักรกฤษณ์ เจริญสิทธิ์ และคณะ (2561) เรื่องทุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านผาหมอน อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า ชุมชนบ้านผาหมอนมีระดับทุนทางสังคมที่ดีมีความสัมพันธ์ในเชิงเครือข่ายกับองค์กรภายนอกสูง มีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกมากนัก สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความร่วมมืออยู่ในระดับร่วมดำเนินการ (Partnership) กล่าวคือ ชุมชนและผู้มีอำนาจร่วมกันในด้านการวางแผนและตัดสินใจเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านผาหมอน ประกอบไปด้วย 1) ควรให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคณะกรรมการกลุ่มเยาวชนบ้านผาหมอนผู้สืบทอด และ 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เพื่อป้องกันปัญหาอันเกิดจากนักท่องเที่ยว

5. ด้านบุคลากรและการบริการ จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับต่ำ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงผลักดันในอุตสาหกรรมมีอิทธิพลด้วยเนื่องจากการผลิตบุคลากรที่เกี่ยวข้องเรื่องการเดินทางมีจำนวนน้อย อีกทั้งมาตรฐานของการสร้างมัคคุเทศก์เดินทางที่ขาดความต่อเนื่องจากภาครัฐ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมและพัฒนากการสร้างบุคลากรที่มีมาตรฐานทั้งด้านการบริการ ความปลอดภัยและโอกาสทางการแข่งขันจากการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพชนก มูลมิตร และคณะ (2562) กล่าวว่า แนวทางพัฒนาขีดความสามารถทุนทรัพยากรมนุษย์ในการให้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกให้มีศักยภาพและคุณลักษณะที่สำคัญได้เป็นด้าน คือ 1) ด้านทักษะการให้บริการทางการท่องเที่ยว 2) ด้านความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 4) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

6. ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย จากขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจพบว่าอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะปัจจัยด้านแรงผลักดันในอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นไปตามผลการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินทางเช่นกันที่ให้ความสำคัญต่อมาตรฐานและความปลอดภัย สอดคล้องกับผลการศึกษารายงานแนวโน้มการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยตามมาตรฐานมัคคุเทศก์ไทยและมาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐาน

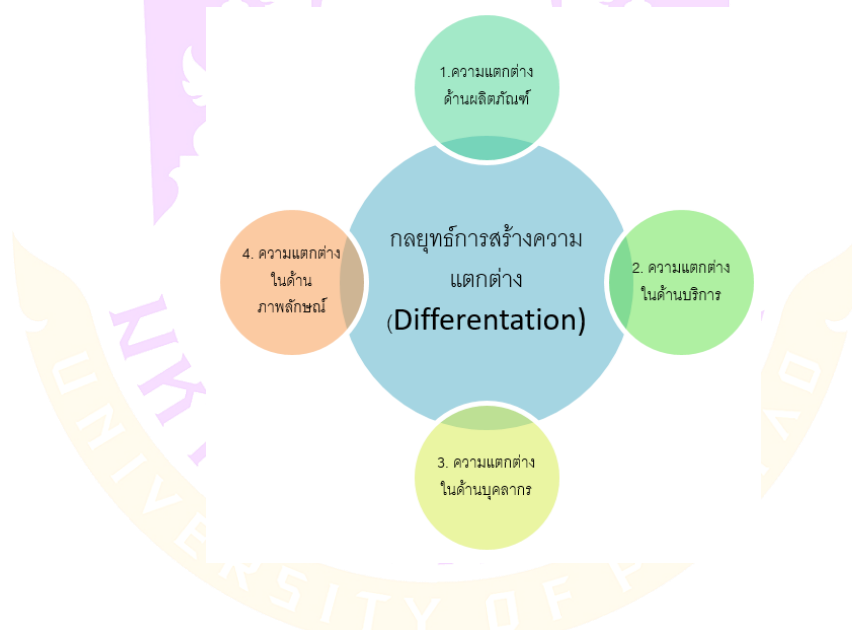
วิชาชีพคหบดีเทศก์อาเซียน: กรณีศึกษาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของ ศันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ และเกศศิริ เจริญวิศาล (2563) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกลดน้อยลงอย่างมาก ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกำหนดกฎระเบียบด้านการใช้พื้นที่อย่างเข้มงวด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อย่างไรก็ตามภายใต้การดูแลความปลอดภัยที่เข้มงวดดังกล่าวจำเป็นต้องบริหารจัดการบุคลากรที่ดูแลบริการ จากข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวในด้านการบริการ การพัฒนาบุคลากร จิตวิทยาการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องนำมาพิจารณา โดยผู้นำชุมชนจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านบุคลากร การบริการ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับนักท่องเที่ยว ลดข้อร้องเรียนด้านการบริการที่เกิดขึ้นในพื้นที่

วัตถุประสงค์ที่ 4 กลยุทธ์การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ผลการวิเคราะห์แรงผลักดันที่ส่งผลกระทบต่อระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากผลการศึกษาพบว่า แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ และด้านกิจกรรมและกระบวนการ การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ (Initiative & Development) ที่เหมาะสมกับกลุ่มการท่องเที่ยวคือการสร้างสรรค์ กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ การพัฒนาพื้นที่เป้าหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์สินค้าการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก โดยรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับ กลุ่มการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงภูเขาและป่าไม้ (Mountain & Forest) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Ecotourism) ซึ่งมีการกำหนดแนวทางและมาตรการพัฒนาที่แตกต่างกัน ดังนั้นการมีมาตรการระยะสั้น คือ เน้นพัฒนาจุดเด่นของพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพในการท่องเที่ยว และสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ พัฒนารูปแบบกิจกรรมที่มีอยู่เดิม ให้น่าสนใจมากขึ้น รวมถึงสร้างเสริมศักยภาพการฟื้นฟูและรักษาพื้นที่เดิมที่เสื่อมโทรม มาตรการระยะกลางสำหรับกลุ่มรูปแบบการท่องเที่ยวนี้ คือ การพัฒนาระบบการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้น และมาตรการระยะยาวคล้ายคลึงกับ โดยสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสร้างความแตกต่าง (Differentiations) ของ Barney (1991) กล่าวคือ ให้ความสำคัญการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง (Barney, 1991) ทั้งการสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation) ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick

Response) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงควรนำมาเป็นกรอบในการศึกษาหาข้อสรุปว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน 2

การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นการแข่งขันที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือมากนัก กลยุทธ์จึงควรมุ่งเน้นมูลค่าและประสบการณ์ที่ปรากฏได้ชัดเจนแก่นักท่องเที่ยว โดยการการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าอย่างมีมาตรฐาน การให้บริการและข้อมูลเส้นทางเดินป่าที่ชัดเจน มีความคุ้มค่าและสร้างประสบการณ์เดินป่าที่น่าจดจำ และการให้บริการด้วยบุคลากรที่เป็นมืออาชีพ เพื่อสร้างความมั่นใจและให้กับนักท่องเที่ยวเดินป่ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์แก่ผู้เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 นำไปพิจารณาการดำเนินการ โดยแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้



ภาพ 55 กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiations)

1. ด้านพื้นที่

จากการสัมภาษณ์และร่วมปรึกษากับผู้ประกอบการและนักเดินป่าชาวไทยที่มีประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ มีข้อเสนอแนะว่า การเดินป่าในประเทศไทยนั้น มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติจากการดูแลของชุมชนที่มีวิถีชีวิตอยู่กับป่า และภาครัฐ อีกทั้งระหว่างเส้นทางเดินป่ามีชุมชนไทยภูเขาที่มีวัฒนธรรมของตนเอง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงราย ใน

ด้านพื้นที่มีทั้งหมดบ้านที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการของชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ซึ่งทุกชาติพันธุ์มีรากเหง้าและวัฒนธรรมที่น่าศึกษาและเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพิ่มเติม เช่นการดำรงชีพในป่า โดยเรียนรู้สมุนไพรที่มีประโยชน์ และทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูด ขณะที่สามารถที่จะบูรณาการกับกิจกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ตรงตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (พ.ศ. 2561-2565) กล่าวถึงว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสุขภาพ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สู่ความยั่งยืน โดยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องในกลุ่มจังหวัดฯ รวมถึงพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น อีกทั้งจากผลการศึกษาระบุว่า เส้นทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปต้องการมากที่สุด คือ เส้นทางของชุมชนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การสร้างเส้นทางเดินป่าที่มีการผสมผสานการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่ จะสร้างความประทับใจเพิ่มขึ้นแก่นักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาจากจุดแข็งของแต่ละพื้นที่ที่เดินป่าในการศึกษา พบว่า ชุมชนในพื้นที่มีวิถีชีวิตโดดเด่นทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นำมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเดินป่าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ในการท่องเที่ยวเดินป่าในแต่ละพื้นที่ มีความโดดเด่นที่ไม่มีต้นทุน การเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ รวมทั้งวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นท้องถิ่น ภาครัฐ ชุมชนในพื้นที่ และผู้ประกอบการให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเดินป่าให้แต่ละเส้นทางมีความแตกต่างของกิจกรรมเดินป่า และจัดระดับความยาก-ง่ายของพื้นที่เดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น โดยสร้างการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์ในระบบนิเวศทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและการฟื้นฟูพื้นที่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว ประกอบด้วยกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ

1.1 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์

พื้นที่เดินป่าของชุมชนเดินป่าทั้ง 4 พื้นที่มีกิจกรรมเดินป่าเป็นกิจกรรมหลัก และมีกิจกรรมเพิ่มเติมในแต่ละพื้นที่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แรงจูงใจด้านพื้นที่มีข้อบ่งชี้ในระดับต่ำ คือ ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม และระดับความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับนักท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมเดินป่าที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่เดินป่า ไม่มีต้นทุนของวัตถุดิบ ยกเว้นความสัมพันธ์ต่อชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ สิ่งเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่คิดจะเข้ามาแข่งขันในตลาด ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน และชุมชนที่ดำรงชีพและดำเนิน

ชีวิตประจำวันในพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่า เป็นความแตกต่างที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยเฉพาะการสร้าง ความแตกต่างหลากหลายของเส้นทางเดินป่าและกิจกรรม (Mixed Trekking) โดยการจัดลำดับความตามลำดับของเส้นทางและการจัดบริการเสริมระหว่างการเดินป่าของแต่ละพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ตาราง 87 การจัดลำดับความสำคัญเส้นทางและการจัดการบริการระหว่างการเดินทางของแต่ละพื้นที่

ระดับการเดินทาง	ด้านพื้นที่	ลักษณะเส้นทาง	กลยุทธ์ความแตกต่างด้าน ผลิตภัณฑ์
เส้นทางเดินป่าระดับพื้นฐาน (Basic Trekking)	1) เส้นทางเดินป่าลำน้ำกก (บ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย)	เส้นทางเดินป่าเหมาะกับการท่องเที่ยว เดินป่าแบบไม่เกิน 1 วัน ระยะทาง ประมาณ 5 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินไม่ เกิน 6 ชั่วโมง ไปและกลับได้ภายใน 1 วัน	- กิจกรรมที่ 1 การฟื้นฟูป่า (Re- forest) - กิจกรรมที่ 2 การชี้ช้างขึ้นชม ธรรมชาติและการเลี้ยงช้างร่วมกับ ชุมชนบ้านห้วยชม
	2) เส้นทางช้างผาด่าน (บ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่)	เส้นทางเดินป่าเหมาะกับการท่องเที่ยว เดินป่าแบบไม่เกิน 1 วัน ระยะทาง 8 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินไม่เกิน 6 ชั่วโมง ไปและกลับได้ภายใน 1 วัน	- กิจกรรมที่ 3 การส่องสัตว์ป่าหลาย ชนิด ได้แก่ เสี่ยงผา แมวดาว อีเห็น หมูหริ่ง แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ของพื้นที่ - กิจกรรมที่ 4 การพัก Homestay ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนชาวสัวะ กับวิถีคนปลูกเมี่ยง

ตาราง 87 (ต่อ)

ระดับการเดินทาง	ด้านพื้นที่	ลักษณะเส้นทาง	กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
เส้นทางเดินป่าระดับกลาง (Intermediate Trekking)	3) เส้นทางขึ้นดอยผาผึ้ง (บ้านแม่พริก จังหัดน่าน)	เส้นทางเดินป่าเหมาะกับผู้ที่มีประสบการณ์ 1 วัน ระยะ 4 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง จากปากทางต้องเดินเท้า 20 นาที	- กิจกรรมที่ 5 การพัก Homestay ศึกษาเรียนรู้การปลูกกาแฟ โดยพันธุ์กาแฟที่ปลูกบ้านแม่พริกนั้นเป็นกาแฟพันธุ์เกชา (Geisha), ซวา (Java) และ ทิปปีก้า ตั้งแต่การปลูกแบบอแกนิคไม่ใช้สารเคมี วิธีการเก็บเกี่ยวและการแปรรูป
	4) เส้นทางเดินป่าบ้านห้วยชม-บ้านยะฟู (บ้านห้วยชม จังหัดเชียงราย)	เส้นทางเดินป่าแบบต้องมีการนำทางและพักค้าง 1 คืน ใช้เวลาเดิน 8-12 ชั่วโมง ระยะทาง 10-12 กิโลเมตร เหมาะกับผู้ที่มีประสบการณ์และมีสุขภาพแข็งแรง	- กิจกรรมที่ 6 ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนชาตินั้ในเส้นทางเดินป่า มีการพักค้างคืนร่วมกับชุมชนชาตินั้เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน

ตาราง 87 (ต่อ)

ระดับการเดินป่า	ด้านพื้นที่	ลักษณะเส้นทาง	กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
	5) เส้นทางเดินป่าดอยหลวง-ดอยหมอก (บ้านห้วยหม้อ จังหวัดพะเยา)	มีเส้นทางขึ้น 3 ทาง โดยทั้ง 3 เส้นทาง ระยะทาง 12 กิโลเมตร ใช้เวลาเดิน 6-8 ชั่วโมง เหมาะกับการเดินป่า 2 วัน 1 คืน ต้องผู้นำทางและลูกหาบของชุมชนร่วมเดินทางด้วย ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเส้นทาง	-กิจกรรมที่ 7 การเดินไต่ชั้นยอด ดอยหมอกที่มีความสูงชัน รวมทั้งการชมทัศนียภาพของทะเลหมอก ไม่มีการบังคับทัศนวิสัย -กิจกรรมที่ 8 จัดเป็นเส้นทางการแข่งขันกีฬาวิ่งเทรล (Trail Running) ก่อให้เกิดพื้นที่พิเศษการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Bordeau, Corneloup and Mao, 2002)
	6) เส้นทางดอยภูแว (เขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา จังหวัดน่าน)	เส้นทางเดินป่าแบบต้องมิโกดหรือเจ้าหน้าที่นำทางและพักค้าง 1 คืน ระยะทาง 6 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินไม่เกิน 6 ชั่วโมง เหมาะกับนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์ และมีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเส้นทาง	กิจกรรมที่ 9 ศึกษาพันธุ์ไม้ป่าหายาก และพรรณไม้เฉพาะถิ่น เนื่องจากอุทยานฯ มีลักษณะพื้นที่เป็นภูเขาสูง บางพื้นที่มีลักษณะจำเพาะ พรรณพืชบางชนิดที่พบในพื้นที่อุทยานเป็นพรรณไม้หายาก หรือพรรณไม้เฉพาะถิ่น เนื่องจากมีการกระจายไม่จำกัด

ตาราง 87 (ต่อ)

ระดับการเดินทาง	ด้านพื้นที่	ลักษณะเส้นทาง	กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
เส้นทางเดินป่าระดับสูง (Advance trekking)	7) เส้นทางเด่นช้านอน (เขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา จังหวัดน่าน)	เส้นทางเดินป่าแบบตอมมีไกด์หรือเจ้าหน้าที่นำทางและเดินทาง 3 วัน 2 คืน ระยะทาง 18 กิโลเมตร ใช้เวลาเดิน 4-6 ชั่วโมงต่อวันเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์สูง และมีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเส้นทาง	กิจกรรมที่ 10 กิจกรรมผจญภัยที่มีความท้าทายสูงเนื่องจากมีระยะทางที่ไกล ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ และเส้นทางมีความยากลำบาก เป็นทางชันระยะยาว ต้องการจัดเตรียมอาหารและน้ำให้เพียงพอตลอดการเดินทาง พื้นที่ในการตั้งแคมป์จำกัดไม่เกิน 10 หลังเนื่องจากเป็นเส้นทางระยะทางช่วงที่สองของเส้นทางเดินป่าเด่นช้านอน เป็นทางเดินแคบ สองข้างทางเป็นหุบบางช่วงต้องใช้เชือกได้ และไม่จับแบบไม่ถาวร

1.2 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบริการ

การให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีคุณภาพ (Responding quickly) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่าง จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาตนเองเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ร่วมพัฒนาจุดขายต่าง ๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้าด้านวัฒนธรรม ศิลปะและประเพณีต่าง ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และหน่วยงานของรัฐจะต้องมีส่วนร่วมสนับสนุนอย่างแข็งขัน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเติบโต เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น

1.3 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบุคลากร

ถึงแม้ว่าธุรกิจเติบโตส่วนใหญ่จะทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น แต่ไม่ได้เป็นความแตกต่างจนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่อย่างใด การสร้างความแตกต่างแบบเฉพาะตน (Brand-Image) การสร้างความแตกต่างของบุคลากรในพื้นที่ ด้วยการเสริมสร้างสมรรถนะที่หลากหลายทั้งด้านความรู้ ทักษะการเอาตัวรอดในป่า (Survivor Program) และการเป็นนักเล่าเรื่อง (Story telling) สนับสนุนมัคคุเทศก์เติบโตในพื้นที่ ถ่ายทอดภาพลักษณ์ของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การเป็นนักเดินป่าเชิงอนุรักษ์ (Environmentally-friendly)

1.4 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์

จากพื้นที่เดินป่าที่ศึกษาพบว่า ปัญหาการรุกรานเขตป่าเพื่อการเกษตรกรรมของชุมชนบางส่วน เป็นสิ่งที่สร้างความขัดแย้งให้ภาครัฐและชุมชนในพื้นที่ กลยุทธ์ที่จะสร้างความแตกต่างของในด้านภาพลักษณ์ คือการสร้างแนวทางการพัฒนาการอยู่ร่วมกันของชุมชนกับป่า (Shared responsibility) ดังนั้นการลดความขัดแย้งและร่วมกันดูแลรักษาทรัพยากรในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องมีการบริหารจัดการร่วมกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังนี้

1.4.1 การบริหารพื้นที่เดินป่า ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชน หรือ กรรมการของตำบลเพื่อดูแลรักษากฎระเบียบ ทรัพยากรป่าไม้ให้เกิดความอุดมสมบูรณ์

1.4.2 การให้ความสำคัญและความเคารพในประเพณีดั้งเดิมของชุมชน

1.4.3 การเปลี่ยนแปลงพื้นที่การจัดการที่มีเอกชน ภาคธุรกิจเข้ามาเป็น องค์ประกอบการ จัดการระบบฐานทรัพยากร ผ่านรูปแบบการสัมปทาน

2. ด้านการจัดการ

2.1 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านการจัดการโดยภาพรวมระดับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีตลาดที่เป็นกลุ่มเฉพาะ การจัดทำเส้นทางเดินป่า การเสนอแพ็คเกจทัวร์เดินป่า ที่ไม่แตกต่างและโดดเด่น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าไปหาหรือเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นได้เช่นกัน การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 กลยุทธ์เชิงพัฒนา ด้วยแนวทางพัฒนาทักษะและยกระดับรูปแบบการให้บริการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น และใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ในการส่งเสริมการขายเส้นทางเดินป่า ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าควรส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเดินป่า เพราะจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่ต้นทุนที่ต่ำลง รวมทั้งเครือข่ายในพื้นที่อื่น ๆ ทดแทนการแข่งขันซึ่งกันและกัน สร้างอำนาจต่อรองกับนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยวเดินป่า จากการใช้แนวคิดการรับรองจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (Carrying Capacity) จัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นทรัพยากรที่มีความอ่อนไหว อาจได้รับผลกระทบได้ง่าย หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป มีการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละวันและจัดการที่พักแรมแบบ Ecolodge ที่เหมาะสมต่อระบบนิเวศ

2.2 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบริการ

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริการที่ไม่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าขาดป้ายบอกทางและคมนาคมสาธารณะ และการนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าอยู่ระดับต่ำ การสร้างความแตกต่างในด้านบริการของการจัดการ คือ การจัดการร่วม (Co-management)

2.2.1 การจัดการร่วมจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและมีสิทธิ์มีเสียงในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่า

2.2.2 การจัดการร่วมเกี่ยวข้องกับความร่วมมือร่วมกันในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งรวมถึงการแบ่งปันค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ ตลอดจนการแบ่งปันความรับผิดชอบในการปกป้องสิ่งแวดล้อมและสวัสดิการสังคม

2.2.3 การจัดการร่วมในกาทำเส้นทางเดินป่าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว
เดินป่า การจัดการอย่างมีส่วนร่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้นส่งเสริมการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงระหว่างชุมชนเดินป่ากับผู้ประกอบการโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหารที่มี
แนวคิดเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและเพิ่มฐานลูกค้าในธุรกิจ
ด้วยการจัดเส้นทางเชื่อมโยงวัดถุดิบ สินค้าและวัฒนธรรมที่มีในโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหารไป
ยังพื้นที่ชุมชนเดินป่าที่เป็นต้นทางผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ

2.3 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง โดย
จากเป็นการแข่งขันในการสร้างความแตกต่างทั้งภาพลักษณ์ และทักษะของบุคลากร ถึงแม้ว่า
ธุรกิจส่วนใหญ่มักจะให้มัคคุเทศก์เดินป่าหรือนักสื่อความหมายธรรมชาติที่มีทักษะ ความรู้
เฉพาะด้าน ในการให้บริการตามรูปแบบของตนเพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น แต่ไม่ได้เป็น
ความแตกต่างจนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่อย่างใด ในการสร้างความแตกต่างด้านบริการจึง
ควรเพิ่มขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมทักษะการสื่อสาร มี
การอบรมภาษาอย่างต่อเนื่อง สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรด้วยการเพิ่มค่าตอบแทนเพิ่มเติม
สำหรับมัคคุเทศก์ที่สื่อสารได้มากกว่า 2 ภาษา ซึ่งจะเป็นการขยายตลาดนักท่องเที่ยวในระดับ
นานาชาติ และสร้างความเชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวเดินป่าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

การนำแนวคิดการยกระดับคุณภาพการบริการ (Service Excellence) มาเป็น
แนวทางปฏิบัติของผู้ปฏิบัติงานบริการกับนักท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ ทั้งการแสดงออกต่อ
นักท่องเที่ยว วิธีการสื่อสาร การปฏิบัติตนอย่างมืออาชีพ การควบคุมอารมณ์และการเป็นผู้
ให้บริการที่ดีอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับ บุษบา สิทธิการ (2552) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ
นักท่องเที่ยวมีความต้องการพนักงานที่มีความรับผิดชอบ มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
สุภาพ อ่อนโยน และมีน้ำใจ มีความรู้และเข้าใจในงานด้านบริการ สามารถให้ข้อมูลที่
นักท่องเที่ยวต้องการได้ ให้บริการอย่างเท่าเทียม มีความสามารถในการสื่อสารและมีความ
ชำนาญในงานบริการ

การพัฒนาคุณลักษณะของมัคคุเทศก์เดินป่า โดยสร้างภาพลักษณ์ของ
มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ มีการนำเสนอความรู้ที่ถูกต้อง
สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มาใช้บริการ รวมทั้งการ
นำเสนอความรู้แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายในพื้นที่ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า
ต้องมีการการลงทุนในการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่ได้มาตรฐาน รวมทั้ง
แรงจูงใจให้เข้ามาทำงานและไม่ทอดทิ้งต่อการเป็นมัคคุเทศก์เดินป่ามืออาชีพ

2.4 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์

กลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าที่สามารถนำมาใช้คือ รอยเท้านิเวศน์ (Ecological Footprint) เป็นการวัดผลกระทบของกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่กระทบต่อระบบนิเวศน์ โดยคำนวณจากการบริโภค และปริมาณขยะที่เกิดขึ้น แล้วเทียบกับอัตราการฟื้นฟูระบบนิเวศน์ รอยเท้านิเวศน์นำมาใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2539 โดยนักวางแผนชุมชนมหาวิทยาลัยบริติชโคลัมเบีย ประเทศแคนาดา การวัดรอยเท้านิเวศน์อาศัยความคิดที่ว่าสิ่งมีชีวิตทุกชนิดจำเป็นต้องบริโภคทรัพยากรจากระบบนิเวศน์เพื่อการดำรงชีวิต โดยรอยเท้าขนาดใหญ่หมายถึงการบริโภคทรัพยากรมากกว่ารอยเท้าเล็ก

รอยเท้านิเวศน์ ช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมบริโภคกับการฟื้นฟูระบบนิเวศน์ ในระดับพื้นที่ และแสดงให้เห็นผลกระทบของแต่ละเส้นทางที่มีต่อทรัพยากร โดยเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรทางนิเวศที่ชุมชนในการบริโภค ไม่ว่าจะทรัพยากรนั้นจะสามารถหาได้เองในท้องถิ่น หรือนำเข้ามาโดยใช้การค้าและเทคโนโลยีจากแหล่งภายนอกที่ไหนในโลกก็ตาม ประเภทของรอยเท้านิเวศน์ ในการคำนวณรอยเท้านิเวศน์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.4.1 รอยเท้าสำหรับที่อยู่อาศัย (Shelter Footprint) ได้แก่ ทรัพยากรที่ใช้ในการก่อสร้างบ้าน และการใช้พลังงานในบ้าน

2.4.2 รอยเท้าสำหรับอาหาร (Food Footprint) ได้แก่ การบริโภคอาหารแต่ละประเภท เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ อาหารแช่แข็ง เครื่องดื่มต่าง ๆ

2.4.3 รอยเท้าสำหรับการเดินทาง (Transportation Footprint) คือ รูปแบบของการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางโดยรถยนต์ จักรยาน เครื่องบิน เรือ รถไฟ รถประจำทาง

2.4.4 รอยเท้าสำหรับของสารพัดสิ่ง (Goods & Services Footprint) เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เพอร์นิเจอร์ ภาชนะของใช้ต่าง ๆ ระบบประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย การสื่อสารต่างๆ การดูแลสุขภาพ

ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าแสดงความเห็นว่า การเดินป่า นับเป็นการสนับสนุนแนวคิดการฟื้นฟูจิตใจจากสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมที่มากขึ้น เป็นการลดความกดดันต่อตนเองและสร้างภูมิคุ้มกันในการรับมือกับปัญหาเช่นกัน การเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นการฟื้นฟูจิตใจ โดยสร้างกระบวนการฟื้นตัวจากการเข้าป่าและใช้เวลาอยู่ธรรมชาติ ซึ่งองค์ประกอบของความสามารถในการฟื้นฟูจิตใจในภาวะวิกฤต

(Wagnild and Young (1993, หน้า 167–168) ได้แบ่งลักษณะความสามารถในการฟื้นฟูพลังใจในภาวะวิกฤตออกเป็น 5 องค์ประกอบดังนี้

1. ความสงบทางใจ (Equanimity) การมีความสมดุลในจิตใจ
2. ความอดุสาหะ (Perseverance) การที่มีความพยายามที่จะสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้น
3. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-reliance) การมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหา
4. การตระหนักถึงคุณค่าและความหมายในชีวิต (Meaningfulness)
5. การดำรงชีวิตโดยรู้ถึงการมีเส้นทางชีวิตของแต่ละฝ่าย ของใครของคนนั้น (Existential aloneness)

จากแนวโน้มที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและระบบนิเวศที่มากขึ้นในปัจจุบัน กิจกรรมการเดินป่า ที่เพิ่มเติมภาพลักษณ์ของการศึกษาธรรมชาติและร่วมฟื้นฟูป่าด้วยการปลูกต้นไม้ที่จำเป็นต่อระบบนิเวศในเส้นทางเดินป่าทั้ง 4 จังหวัด และการให้ชุมชนในพื้นที่เป็นตัวแทนผู้สื่อความหมายและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเดินป่าที่เข้าไปเยี่ยมชมเยือนในพื้นที่ จัดทำศูนย์การเรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่จดจำแก่นักท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้เกิดความประทับใจและกลับมาดูแลพื้นที่ธรรมชาติได้อย่างต่อเนื่อง

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

3.1 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยวเดินป่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourist) การเสนอกิจกรรมที่แตกต่างและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างในการเดินป่าแต่ละพื้นที่ (Offering unique and differentiated experiences) การเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการใส่ใจธรรมชาติมากยิ่งขึ้นคือ การอาบป่า (Forest Bathing) ที่ให้นักท่องเที่ยวรับรู้และสัมผัสกับธรรมชาติผ่านความสงบเงียบ กิจกรรมนี้มีต้นกำเนิดจากคนญี่ปุ่น ที่เรียกการอาบป่าว่า ‘ชินริน-โยกุ’ (Shinrin-Yoku) มาจากคำว่า ‘ชินริน’ (Shinrin) ที่แปลว่า ‘ป่าไม้’ บวกกับคำว่า ‘โยกุ’ (Yoku) แปลว่า ‘การอาบน้ำ’ เป็นแนวคิดร่วมสมัยที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าในการสัมผัสพลังจากผืนป่าหรือพื้นที่ธรรมชาติให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายอย่างมีสติและปราณีตบรรจง เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดทางการรักษาสุขภาพกายและการเยียวยาจิตวิญญาณ เช่น การสูดลมหายใจเข้า-ออกช้า ๆ เพื่อรับกลิ่นของไอดินและพรรณพืชนานาชนิดที่เปรียบดั่งยาขนานเอกช่วยบำบัดความอ่อนล้าที่เกิดขึ้น การเดินทอดน่อง

ด้วยใจที่สงบเพื่อรับรู้กระแสความมีชีวิตชีวาของสรรพสิ่งรอบกายมาเพิ่มพลังชีวิตให้กับตัวเอง หรือการเฝ้าฟังเสียงในธรรมชาติที่ผ่อนคลายจากความเจ็บที่ช่วยเยียวยาหัวใจ

3.2 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบริการ

กลยุทธ์เชิงรุกความแตกต่างในด้านบริการของด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว (A strong online presence) เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้สังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันเป็นปกติ การสื่อสารผ่านทางออนไลน์เป็นการให้บริการเชิงรุก โดยจัดทำข้อมูลเส้นทาง วันและเวลา จำนวนคนที่รับต่อทริป ค่าใช้จ่ายและข้อมูลการเดินทาง จัดทำเป็นตารางล่วงหน้าส่งให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ เพราะจากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการส่วนหนึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางให้ความสำคัญกับตารางการเดินทาง ระยะทางในการมายังพื้นที่เดินป่า และรูปแบบการเดินทาง หากมีข้อมูลที่ชัดเจนและครบถ้วน ผู้ประกอบการควรมุ่งส่งเสริมให้พัฒนาเป็นตลาดที่มีคุณภาพ ไม่ใช่พยายามเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วจากข้อมูลที่ได้รับแจ้งจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า และยังเป็นการกระตุ้นและสร้างพื้นที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวแบบเดียวกันมากยิ่งขึ้น และการใช้เครื่องมือสื่อสารจากเพจสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ารุ่นใหม่และชุมชนท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเส้นทางและเพิ่มวันและเวลาในการท่องเที่ยวให้ยาวนานมากขึ้น

3.3 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านบุคลากร

กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างด้านบุคลากรที่เชี่ยวชาญการเดินป่า คือ การเพิ่มพูนความรู้และจำนวนมัคคุเทศก์เดินป่าจากชุมชนท้องถิ่น (Providing quality local tour guide) โดยมีสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นผู้สนับสนุนเพื่อต่อยอดและผลักดันให้ร่วมมือกับสถานประกอบการในการร่วมสอนทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น รวมทั้งการปลูกฝังจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ให้มีการจัดบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ โดยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเดินป่า ทั้งนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ และมาตรฐานความปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานของการบุคลากรท้องถิ่นในพื้นที่แหล่งเดินป่า

3.4 กลยุทธ์ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ที่ภาพลักษณ์ ต้องสร้างความแตกต่างระบบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าที่มีคุณค่าและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว โดยการสร้าง

มาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าที่สื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงนัยสำคัญของกิจกรรมเดินป่า โดยจากผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์ เป็นสิ่งสำคัญต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบเดินป่า สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งคือ มาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งกลยุทธ์ที่จะสร้างความแตกต่างก็คือ การสร้างบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริง (Specialist Trekker) ให้มีทักษะการกู้ชีพ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การป้องกันและช่วยเหลือกรณีนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บ หรือพลัดหลงระหว่างการเดินป่า ซึ่งทักษะที่แท้จริงเหล่านี้ต้องรับการอบรมอย่างถูกต้องจากหน่วยงานที่เชี่ยวชาญ จากสถานการณ์ปัจจุบันที่มีกลุ่มผู้ประกอบการที่มีทักษะท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่ประสบการณ์สูงในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 หากได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐและภาคการศึกษาในการสนับสนุนงบประมาณโครงการเพื่อบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยให้มากขึ้น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างและภาพลักษณ์ที่โดดเด่นแก่การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ดังนั้นผลการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ต้องมุ่งเน้นองค์ประกอบศักยภาพท่องเที่ยวเดินป่าทั้ง 3 ด้าน ด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) มีรายละเอียดได้ดังนี้



ตาราง 88 แสดงกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการ
ท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

กลุ่มจังหวัดกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)			
	ผลิตภัณฑ์	บริการ	บุคลากร	ภาพลักษณ์
ด้านพื้นที่ (Area Based)	การสร้างความแตกต่าง หลากหลายของ เส้นทางเดินป่า และกิจกรรม (Mixed Trekking)	การให้บริการด้วย ความรวดเร็วและ มีคุณภาพ (Responding quickly)	การเพิ่มสร้าง ความแตกต่าง แบบเฉพาะตน (Brand-Image)	แนวทางการ พัฒนาการอยู่ ร่วมกันของชุมชน กับป่า (Shared responsibility)
ด้านการจัดการ (Management)	การรับรองจำนวน นักท่องเที่ยวใน พื้นที่ธรรมชาติ (Carrying Capacity)	การจัดการร่วม (Co- management)	การยกระดับ คุณภาพการ บริการ (Service Excellence)	รอยเท้านิเวศน์ (Ecological Footprint)
ด้านกิจกรรมและ กระบวนการ (Learning Process)	กิจกรรมที่พิเศษ และสร้าง ประสบการณ์ที่ แตกต่างในการ เดินป่าแต่ละพื้นที่ (Offering unique and differentiated experiences)	การเพิ่มช่อง ทางการสื่อสาร กับนักท่องเที่ยว (A strong online presence)	การเพิ่มพูน ความรู้และจำนวน มัคคุเทศก์เดินป่า จากชุมชนท้องถิ่น (Providing quality local tour guide)	การสร้างบุคลากร ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่แท้จริง (Specialist Trekker)

ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการเพิ่มเติมองค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวแบบเดินป่า
และเป็นการพัฒนาศักยภาพจากการผลการวิเคราะห์จากองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่า ผลการศึกษาพบว่า แรงผลักดันอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการสร้างรายได้
ได้เปรียบเทียบการแข่งขัน โดยได้ทราบถึงประโยชน์การศึกษาดังนี้

1. ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นธุรกิจที่มีความ
เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ ตำรวจท่องเที่ยว องค์การ

ปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เป็นสิ่งสนับสนุนทางการท่องเที่ยวทั้งธุรกิจที่พักแรม ระบบการขนส่งนักท่องเที่ยวเดินป่า ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์สำหรับการเดินป่าในพื้นที่ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของระบบการท่องเที่ยวเดินป่า การกำหนดนโยบายที่มีแนวทางปฏิบัติการจัดการร่วมกัน การมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและมีสิทธิ์มีเสียงในการจัดการ กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่า

2. ความโดดเด่นของพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ที่มีเส้นทางเดินป่าอีกหลายแห่ง นับเป็นโอกาสทางการแข่งขันที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ภาพลักษณ์ของฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีระยะสั้น จึงต้องสร้างจุดขายกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น การเดินป่าในหน้าฝน และการท่องเที่ยวเดินป่าธรรมชาติในเส้นทางดอกไม้ตามฤดูกาล เรียนรู้พืชพรรณที่มีความหลากหลายตามพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 และการจัดทำเส้นทางเดินป่าและเส้นทางศึกษาธรรมชาติภายใต้แนวคิดรอยเท้านิเวศ สามารถเป็นแนวทางปฏิบัติที่สร้างการบริโภคที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและส่งเสริมการดูแลสุขภาพอย่างเป็นธรรม ด้วยความร่วมมือและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินป่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์เดินป่าบางส่วนกล่าวว่า การเดินป่า เป็นกิจกรรมที่ทำทลายต่อขีดความสามารถของตนเอง อีกทั้งเป็นช่วยลดความเครียดจากหน้าที่การงานในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามประสบการณ์ที่ได้จากการเดินป่าคือการเข้าสังคมและเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเองอีกด้วย Gaffar, Yuniawati and Ridwanudin (2019) สรุปได้ว่าความสำคัญของแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าแต่ละมิตินั้นมีความแตกต่างกันตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า ผู้ที่เข้าร่วมเดินป่าระยะไกลคือการสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง การเรียนรู้ และพัฒนาทักษะและความท้าทาย อีกทั้งการสนับสนุนของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่เช่นธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่จัดกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้วยการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเดินป่าผ่านแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์และดูแลสุขภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งความสะอาดในพื้นที่ ต้องได้รับการให้ความรู้และแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ของชุมชนกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า อีกทั้งการจัดชุดข้อมูลเดินป่าร่วมกับเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งแหล่งน้ำพุร้อน หรือบริการนวดอบสมุนไพรหลังจากจบทริปเดินป่า สอดคล้องกับแผนแม่บทการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ พ.ศ. 2558-2565 ที่กำหนดวิสัยทัศน์ว่า ภายในปี

พ.ศ.2565 ประชาชนมีชีวิตอยู่อย่างสอดคล้องปรองดองกับธรรมชาติ โดยรัฐบาลและทุกภาคส่วนร่วมกัน ส่งเสริมและสนับสนุนการปกป้อง คุ่มครอง อนุรักษ์ พื้นฟูและใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะเสนอการสร้างประโยชน์ทั้งผู้กำหนดนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่า นักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวเดินป่าและผู้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ข้อเสนอแนะทางเศรษฐกิจ

1.1 การทำการตลาดของผู้ประกอบการต้องเพิ่มเติมแนวคิดที่มากกว่าการตลาดเชิงธุรกิจ เพื่อให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเดินป่าที่เน้นอนุรักษ์ธรรมชาติ เกิดการพัฒนาบริการหรือแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best practice) ร่วมกับชุมชนพื้นที่เดินป่า และวางแผนร่วมกันกับชุมชนในการสร้างกิจกรรมเดินป่าที่ผสมผสานกับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนกับป่าได้อย่างแท้จริง

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ต้องมีความรู้ที่จะนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการนำเสนอธุรกิจในสังคมออนไลน์ และยกระดับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งระบบตั้งแต่การเดินทาง การบริการด้านข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว การตอบสนองในการแก้ปัญหา การรับมือต่อการติดเชื้อ และการประเมินผลของการดำเนินกิจกรรมในทุกครั้งเพื่อนำมารวบรวมเป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

1.3 การส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเช่น รัฐบาลกลาง และหน่วยงานของรัฐจะต้องมีส่วนร่วมสนับสนุนอย่างแข็งขัน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเดินป่าเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น ต้องมุ่งเน้นเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่นิยมธรรมชาติ และสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะทางสังคม

2.1 การท่องเที่ยวเดินป่า เป็นกิจกรรมที่เน้นการนำทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎระเบียบกับชุมชนรอบพื้นที่ ต้องร่วมกันประสานงาน

และสร้างมีส่วนร่วมทั้งชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยว การประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า และชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเดินป่า ควรมีการกำหนดแผนงานร่วมกันอย่างมีส่วนร่วม ทั้งการใช้ประโยชน์จากพื้นที่และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมในทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการบูรณาการในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าได้อย่างยั่งยืน

2.2 การสร้างบุคลากรมัคคุเทศก์เดินป่าที่มีความเชี่ยวชาญ ต้องเกิดการบูรณาการทั้งภาคการศึกษาที่ผลิตมัคคุเทศก์และกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาในการกำหนดสมรรถนะและมาตรฐานการให้บริการอย่างมืออาชีพและมีการพัฒนาทักษะด้านอื่น ๆ ในการเป็นมัคคุเทศก์เดินป่า เช่น ทักษะการถ่ายภาพ การสื่อความหมายธรรมชาติได้อย่างสร้างสรรค์

2.3 ให้ความสำคัญแก่ประชาชนในท้องถิ่น ในด้านที่จะมีบทบาทในการกำกับดูแลและควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรี

3. ข้อเสนอแนะทางสิ่งแวดล้อม

3.1 การท่องเที่ยวแบบเดินป่า เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หากแต่มีแนวโน้มที่มีคนรุ่นใหม่เริ่มให้ความสนใจและเลือกเดินป่าเพื่อเรียนรู้ธรรมชาติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์ภาครัฐให้เป็นรูปธรรมในการร่วมจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าแบบไร้คาร์บอน (Zero Carbon) จะทำให้เกิดการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าได้อย่างสมดุลย์

3.2 เจ้าของพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันต่างๆ ในสังคม องค์กรประชาชน และประชาชนในท้องถิ่น ต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์รักษาสภาพ ไม่ทำลาย หรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ จากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า

1. การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีการดำเนินธุรกิจที่ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเดินป่ามีภาพลักษณ์ที่ตรงข้ามกับพักผ่อนและสะดวกสบาย อย่างไรก็ตามแนวโน้มกระแสอนุรักษ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินป่ารุ่นใหม่ให้ความสนใจมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รุ่นใหม่ ควรศึกษาในลักษณะที่เชิงลึกเพื่อให้เกิดความแม่นยำมากยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ต่อไป

2. รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Resources Diversity) โดดเด่นและมีอัตลักษณ์ นอกจากนี้ชุมชนท่องเที่ยวยังมีความโดดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ และชุมชนท่องเที่ยวบ้านมณีพุกษ์ จังหวัดน่าน นอกจากนี้ยังมีชุมชนบางแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แต่ยังคงพบปัญหาสำคัญคือ ชุมชนยังคงไม่มีทักษะของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และการจัดการทรัพยากรเชิงสร้างสรรค์ (Creativity Management) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆในระดับน้อย จึงควรมีการพัฒนาบุคลากรในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยอาศัยฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีและสังคมออนไลน์มาใช้ในการส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายการท่องเที่ยวเดินป่าโดยชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเดินป่าอื่น ๆ ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ของประเทศไทย



บรรณานุกรม

- กนกวลี สุธีธร. (2564). ชนริ่ง-โยคกับป่าในเมือง: ทบทวนงานวิจัยการศึกษาการอาบป่าในพื้นที่
ภูมิทัศน์เมือง. วารสารวิชาการสถาปัตยกรรมศาสตร์, 72(1), 17-32.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2561 และแนวโน้มปี
2562. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2562, จาก
https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2561 และแนวโน้มปี
2562. สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก
https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273
- กรมการท่องเที่ยว. (2555). สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2555. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก
<https://www.mots.go.th/news/category/548>.
- กรมการท่องเที่ยว. (2556). สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2556. สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก
<https://www.mots.go.th/news/category/548>.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2560-2563. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560,
จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2560-2564. สืบค้นเมื่อ 10
กันยายน 2560, จาก <http://www.dot.go.th>
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.(2555). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: มายาคติ ความเป็นจริง
โอกาสและความท้าทาย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก
<https://tdri.or.th/2012/11/ye2012/>
- กรมทรัพยากรธรณี. แผนที่ภาคเหนือตอนบน. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2562, จาก
http://www.dmr.go.th/download/document/minerals/clays/e_088_125.pdf
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2. (2559). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 (เชิงราย พะเยา แพร่ น่าน). เชียงราย: กลุ่มงานบริหาร
ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). รายงานประจำปี Annual Report. กรุงเทพฯ: การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- กาญจนาวดี พวงชื่น และแสงสรรค์ ภูมิสถาน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วารสารบริการและการท่องเที่ยว, 15(2), 29-42.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). ททท.ใช้สถิติความเป็นไทยเพิ่มรายได้ให้ได้ 2.2 ล้านล้านในปี 58. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <http://tourisminvest.tat.or.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานประจำปี 2563. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>.
- เกษม เทียงธรรม. (2553). การพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติภูมิวงจรเขียวโดยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านทับลาน ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ วท.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- เกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์. (2564). ต้นแบบบ่อน้ำพุร้อน: ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนคลองฉนวน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 7(1), 175-181.
- กองกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). แผนการส่งเสริมการตลาดประจำปี 2560 (ตุลาคม-ธันวาคม 2560). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 4/2016.
- คุณากร เพชรคง. (2554). การจัดทำ SWOT Analysis และการคิดเป็นระบบครบวงจร. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- จารุจน์ กลิ่นดีปสี. (2541). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์ วท.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จักรกฤษณ์ เจริญสิทธิ์, ปัญจรัศม์ สามนเสน, ชลธิชา พันธุ์สว่าง, นารีรัตน์ ณะเกษม และพิฑูร อมรวิทวัส. (2018). ทูทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านผาหมอน อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. Valaya Alongkorn Review, 8(1), 61-72.
- ชาย โพธิ์ลีตา. (2554). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พินท์ติ้ง.
- ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ อาข่า. (2564). สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก <https://web.codi.or.th/20230202-42608/>

- ชัยพล ทรงสุนทรวงศ์ และสันติธร ภูริภักดี. (2560). โมเดลคุณค่าประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 10(2), 189–207.
- ชัยยงค์ บัวบาน, ทรงธรรม สุขสว่าง, ประเสริฐ สอนสถาพรกุล และณัฐนรี เชื้อเหิม. (2559). การสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพของป่าไม้และสัตว์ป่า พื้นที่ลำห้วยสะโตนอุทยานแห่งชาติตาพระยา จังหวัดสระแก้ว. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมการอุทยานแห่งชาติ จังหวัดนครราชสีมา, ส่วนวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.
- จิตติ ฐิติจำเริญพร, ชาญชัย เมฆศิริ, วัลลภา ทรงพระคุณ, ธันวา เบญจวรรณ, รวิพิมพ์ เสนาวางค์, พรหมินทร์ พวงมาลาจรัส, จำนงค์ อุ๋นเรือน, สุเทพ กิตติคุณ, สมจิตร บุญเลิศ, ณัฐพงศ์ ใจบาล, นิพนธ์ ลุมพล และเศรษฐพัส เพียรปราบทุกซ์. (2557). การศึกษาขีดความสามารถในการรับรอง (carrying capacity) การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยพายัพ: เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14458/PYU.res.2014.1.
- ณภัทร ทิพย์ศรี, ธนินุช เรืองการ, จารุวรรณ ตั้งพุก, จันทร์จิรา สุวรรณ และพรรณภา หลวงเรือง. (2559). กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์ที่มีต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา, 4(1), 102–108. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <https://so05.tcithaijo.org/index.php/balajhss/article/view/75441>.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2558). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย. วารสารศิลปศาสตร์, 11(1), 41–74.
- ณัฐฐิณีภรณ์ ปิงแก้ว. (2563). การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพื่อสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ ปร.ด., มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <http://www.updc.clm.up.ac.th/handle/123456789/1743>.
- ดรชนี เอมพันธุ์. (2549). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. ในเอกสารประกอบการสอนวิชา 308511 หลักนันทนาการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดรธรณี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2539). องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. ใน การฝึกอบรมหลักสูตรการเป็นวิทยากรด้านการจัดการพื้นที่อนุรักษ์ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: การบริหารการจัดการพื้นที่อนุรักษ์และการอนุรักษ์ความหลากหลาย ทางด้านชีวภาพ.

ดารณี ออาจหาญ, เกิดศิริ เจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2022). การยกระดับมาตรฐาน ปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พักรวมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 22(1), 186-204. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <https://doi.org/10.14456/lartstu.2022.9>.

ตรีฤกษ์ เพชรมนต์, ปาริฉัตร ศรีหะรัญ, พชรินทร์ สมปาน และศิริพร หมั่นหัสต์. (2564). ความพึงพอใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย อำเภอหนองบัว จังหวัด นครศรีธรรมราช ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารหาดใหญ่วิชาการ, 19(2), 237-343.

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

เทพปรมิษฐ์ พงษ์พานิช. (2563). ชีตความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในชุมชน แม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

เทศบาลตำบลแม่ยาว. (2561). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566-2570). เชียงราย: สำนัก ปลัดเทศบาล ฝ่ายอำนวยการงานวิเคราะห์นโยบายและแผน.

แทนทัศน์ เพียกขุนทด. (2562). การประยุกต์ใช้เทคนิคการรับรู้ระยะไกลเพื่อหารูปแบบที่ เหมาะสมในการอนุรักษ์และจัดการพื้นที่ป่าจาก: กรณีศึกษา ป่าจากในเขตจังหวัด สมุทรสาคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ทัศนียภาพบนยอดดอยผาผึ้ง. (2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2562 จาก www.travel.thungchang.com

ธนฤต สังข์เอย. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนฤต สังข์เอย, จิตศักดิ์ พุฒจรร และพรหมมาตร จินดาโชต. (2564). แรงจูงใจทางนันทนาการ กลางแจ้ง: การศึกษาเชิงสำรวจกิจกรรมเดินป่าระยะไกล. วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และนันทนาการ, 47(2), 38-49.

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาน่าน. (2561). แผ่นพับประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์. น่าน: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาน่าน.
- ธัญยา พรหมบุรุษย์ และนฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของ
นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนของ
ประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(1), 65-77.
- นพชัย ฟองอิสสระ. (2016). รูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
แบบโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่า บ้านสองแควพัฒนา เทศบาลตำบลแม่ยาว อำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงราย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
อุบลราชธานี, 7(2), 15-41.
- นภาพรณ ฐานะกาญจน์. (2541). เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักนันทนาการและการ
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ส่วนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก). กรุงเทพฯ: คณะ
ศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภาพรณ ฐานะกาญจน์. (2549). ระบบสนับสนุนการวางแผนการจัดการแหล่งนันทนาการทาง
ธรรมชาติอย่างยั่งยืน ระยะที่ 1. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพลส แอน ดีไซน์.
- บุษบา ลีทธิการ. (2552). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.)
- บันทึกปูมเดินทางดอยหนอก-ดอยหลวง. (2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2562 จาก
www.namfapakhao.com
- ปรารธนา ยศสุข. (2545). ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อชุมชนและครัวเรือนในชุมชนที่
มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชนบทภาคเหนือของประเทศไทย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่
โจ้.
- ปฐิติ อาคมานนท์ มอนซอน, สุบรรณ พันธุ์วิทวัส, วิลาสินี วงศ์ประเสริฐ, เนาวรัตน์ พลายน้อย,
ศุภวัณย์ พลายน้อย, กมลทิพย์ คดีการ, พรณิภา บุรพาชีพ, ประภาพรณ อุ่ณอบ, สุ
ชาติ เตชะโพธิ์ไทร, ยรรยงค์ อัมพวา, วิทยา เทียนจวง, วิฑูรย์ ยุตตานนท์, ชิตชัย สนั่น
เสียง, เฉลิมชัย ปัญญาดี, มอนซอน โรเบอร์ตो ปี, และจิราพร จักรไพวงศ์. (2535).
ผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ:
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2550). ความสำเร็จทางการตลาดสำหรับน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม:

กรณีศึกษากลุ่มแปรรูปน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม ในภาคกลางของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. (2541). การท่องเที่ยวเดินป่าในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2(4), 3-11.

พรนิภา บรรจงมณี. (2552). การใช้เทคนิค เอส คิว โฟร์อาร์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในการอ่าน ภาษาอังกฤษและการคิดไตร่ตรองของผู้เรียน. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

พิบูล ทีปะपाल และธนวัฒน์ ทีปะपाल. (2559). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management). กรุงเทพฯ: อมร.

พิมพ์ชนก มูลมิตร, นิพล เชื้อเมืองพาน, วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์, ถิรนนท์ ประทุม, นิลุบล คงเปรม และอารีรัตน์ พักเย็น. (2562). การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดการท่องเที่ยวแบบเที่ยวเช้าในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง จังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 13(46), 78-89.

ไพริน เวชัญญะกุล. (2563). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 2(1), 50-63.

พัคตร์มจ วัฒนสินธุ์ และพลุ เดชะรินทร์. (2541). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชรินทร์ งามเลิศ. (2548). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.

ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล, นภาพร ทัดน้อยนา, ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์, และสมโภชน์ เอนกสุข. (2554). การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ฟ้าป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา, 11(2), 133-157.

ภัทรานิษฐ์ ศรีจันทร์หาพันธุ์. (2550). การศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติจากการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติของจังหวัดเชียงราย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

- มณฑล ศรีสุข และวาร์ชต์ มัธยมบุรุษ. (2020). กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 3(3), 78–93.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2536). โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: มายาคติ ความเป็นจริง โอกาสและความท้าทาย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <https://tdri.or.th/2012/11/ye2012/>
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ระบบฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติ. (2562). ข้อมูลสถิติเงินอุทยานแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก <http://park.dnp.go.th>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- ราณี อิลิชัยกุล และรชพร จันทรสว่าง. (2560). การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(ฉบับพิเศษ), 1–17
- รายงานแผนแม่บทการพัฒนาลุ่มน้ำ จังหวัดน่าน. (2563). น่าน: สำนักบริหารโครงการกรมชลประทาน.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วรพรรณ จันทรากุลศิริ. (2019). การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอายุวัฒน์ในจังหวัดนครราชสีมา. Journal of MCU Nakhondhat, 6(3), 1304–1323.
- วริษา เทพเสนา, ธนียา เจติยานุกรกุล และชาคริต โชติอมรศักดิ์. (2564). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง จังหวัดเชียงใหม่. Journal of Humanities, Social Sciences, and Arts, 3(2), 1–14.
- วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. ปร.ด., บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- วสา สุทธิพิบูลย์ และรัตนา ลักษณาวรกุล. (2554). การจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ. คู่มืออุทยานแห่งชาติลำดับที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช.

- วนิสา พรหมรัตน์. (2556). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา
อาชีวศึกษาจังหวัดสงขลา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา,
1(1), 31-38.
- วิจิต หล่อจิระชุมห์กุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช. (2556). การพัฒนาศูนย์และตัวชี้วัดการพัฒนาที่
ยั่งยืนในระดับภาคของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. สาร
นิพนธ์ วท.ม., บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. เอกสารการสอนชุดวิชา
ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยสาขาวิชาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์, เพียงตะวันพล อาจ. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการ
บริหารวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- คันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ และเกตุศิริ เจริญวิศาล. (2563). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์
ไทยตามมาตรฐานมัคคุเทศก์ไทยและมาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานวิชาชีพมัคคุเทศก์
อาเซียน: กรณีศึกษาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ วท.ม.,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก
<http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/10042>.
- สถาบันลูกโลกสีเขียว. (2562). รูปภาพการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2564
จาก <https://www.greenglobeinstitute.com/Frontend/Home.aspx>
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). การดำเนินเพื่อกำหนดนโยบาย
การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สถาบันดำรงราชานุภาพ. (2543). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, กรุงเทพฯ: แอลทีเพรส.
- สมพงษ์ เรืองเดชสุวรรณ. (2561). รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนาป่าชุมชน กรณีศึกษาป่าชุมชน
บ้านแม่ลัว ต.ป่าแดง อ.เมืองแพร่ จ.แพร่.แพร่: สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 13 (แพร่).

- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุ้มครองกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืชจังหวัดจันทบุรี. มนุษยศาสตร์สาร, 19(2), 125-148.
- สินธ์ สโรบล, อุดร วงษ์ทับทิม และสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์. (2545). การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์. เชียงใหม่: มิ่งเมืองนวัตน์.
- สิริวัฒนา ใจมา, บุษบา สิทธิการ, วุฒิชัย ไชยกาญจน์ และชิตีพัทธ์ โพธิ์รักษา. (2546). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านแม่กลางหลวง ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สิริรัตน์ สุขสุเสียง, นันทชัย พงษ์พัฒนานุรักษ์ และพัชณู วงศ์วรรณะ พอสเตอร์. (2554). การประเมินศักยภาพเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติระยะไกลในอุทยานแห่งชาติจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวนศาสตร์, 31(2), 108-118.
- สื่อประชาสัมพันธ์สังคมออนไลน์บ้านแม่ผดุง. (2564). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.facebook.com/baanmaneepruek.com>
- สุชนี เมธิโยธิน. (2555). การรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับความสำคัญและกระบวนการดำเนินการของสำนักงานกองทุน สงเคราะห์การทำสวนยางตามโครงการสงเคราะห์ปลูกยางพาราในแหล่งปลูกยางใหม่. Modern Management Journal, 10(2), 20-29.
- สุรกิจ จันทรแสงศรี. (2550). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สุรางคณา ศรีสุทธิ. (2563). แผนธุรกิจ Home Camping (ธุรกิจแกลมปิ้ง และแคมป์ปิ้ง). การค้นคว้าอิสระ กจ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สุเมธ ไชยชนะ. (2549). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก DOI: https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2006.1189.
- เส้นทางขึ้นยอดดอยนอกและเจดีย์บนยอดดอย. (2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2562 จาก www.thetrippacker.com
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). แผนแม่บทภายใต้

ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2549). เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตร การจัดการ

ท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2550). เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตร การจัดการ

ท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2563). แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2563–

2565. ท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.dga.or.th/policy-standard/policy-regulation/dga-019/dga-024/>.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). ข้อมูลและสถานการณ์ SME.

เอกสารการประชุมไตรมาส 3 ปี (หน้า 1–5). กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และ
เตือนภัย.

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ. (2561). สถิติจำนวนยอดจดทะเบียน

ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. กองทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรมการ
ท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2562, จาก <http://tourism.go.th/view/1/สถิติกองทะเบียน/TH-TH>

สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). โครงการทิศทาง

การพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี. กรุงเทพฯ: เอฟพีเน็ต.

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2550). คู่มืออุทยานแห่งชาติลำดับที่ 9 การจัดทำเส้นทางศึกษา

ธรรมชาติ. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2560). รายงานประจำปี 2560. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก

<http://portal.dnp.go.th/Content/nationalpark?contentId=1388>.

สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2561). อุทยานแห่งชาติใน

ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช.

องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). คู่มือกระบวนการพัฒนาและ

ยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย.

องอาจ นัยพัฒน์. (2554). การออกแบบการวิจัย: วิธีการเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพและผสมผสาน

วิธีการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อรรณพ สุทธิจิระพันธ์. (2560). การจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในตำบลกีดช้าง อำเภอมะแม่ง จังหวัดเชียงใหม่. *ปัญญา*, 24(1), 25–30.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่3). พิษณุโลก: ภาควิชาการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อักรพงศ์ อ้นทอง, มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, ณัฐพล อนันต์ธนสาร และวรวรรณ ทRAYใจ. (2558). แผนงานนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัจฉราวรรณ อินตะโม่งค์. (2559). การศึกษาคุณภาพเนื้อ คุณภาพซาก ต้นทุนและการยอมรับผลิตภัณฑ์ปลาสามชนิด (ปลาสวาย ปลานิล ปลาลูกผสมปลากุสยวม (ปลีก x สวาย)). *วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.*
- อัศวิน แสงพิกุล. (2553). Marketing Ecotourism through the Internet: A Case of Ecotourism Business in Thailand. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 11(2), 65–79.
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว, อิศระพงษ์ พลธานี, กมลวรรณ อยู่คำ, ปลิดา ฐัวัชรปกรณ์, ปิยะวรรณ มาก่อเกียรติ, ยุธิกา ด้านภูวงค์ และอชิตยา ตริักดี. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *Veridian E Journal, Silpakorn Universit*, 11(3), 2686–2703.
- เอกชัย พรหมแสง, นันทชัย พงศ์พัฒนานุรักษ์, แสงสรรค์ ภูมิสถาน และฉัตรชัย เงินแสงสรวย. (2557). การออกแบบโปรแกรมการสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเส้นทางเดินป่าระยะไกลในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง. *วารสารวนศาสตร์*, 33(2), 77–87.
- Adventure Travel Trade Association. (1990). Covid-19 guide for the adventure travel industry. Retrieved September 10, 2017, from <https://www.adventuretravel.biz/>.
- Ardahan, F. (2013). The relation between neighboring, tolerance of diversity and life satisfaction, the importance of recreative activities for establishing and strengthening these relations Komşuluk, farklılığa hoşgörü ve yaşam doyumu arasındaki ilişki, ilişkinin güçlendirilmesinde rekreatif etkinliklerin önemi. *Journal of Human Sciences*, 10(1), 1078–1090.

- Ardahan, F. and Mert, M. (2012). Impacts of Outdoor Activities, Demographic Variables and Emotional Intelligence on Life Satisfaction: An Econometric Application of a Case in Turkey. *Social Indicators Research*, 113(3), 887–901.
- Bacon, L., Keim, N. L., Van Loan, M. D., Derricote, M., Gale, B., and Kazaks, A. (2002). Evaluating a 'non-diet' wellness intervention for improvement of metabolic fitness, psychological well-being and eating and activity behaviors. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, 26(1), 854–865.
- BALLI, E. and CANOĞLU, M. (2017). Identifying motivational factors for trekking activities. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(4), 94–105.
- Barney, J. (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Beirman, R. (2003). Understanding medical terminology. In *Handbook of clinical diagnosis: a guide for students and practitioners in the health professions*. Robyn: Beirman.
- Blamey, R. (1998). Contingent valuation and the activation of environmental norms. *Ecological Economics*, 24(1), 47–72.
- Bourdeau, P., Corneloup, J. and Mao, P. (2002). Adventure sports and tourism in the French mountains: Dynamics of change and challenges for sustainable development. *Current Issues in Tourism*, 5(1), 22–32.
- Brockelman, W. Y. and Dearden, P. (1990). The Role of Nature Trekking in Conservation: A Case-study in Thailand. *Environmental Conservation*, 17(02), 141.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism management. International Centre for Ecotourism Research. Australia: Griffith University, Gold Coast.
- Buckley, R. A. (1994). Framework for Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21, 16–20.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism management*, 33(4), 961–970.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Carothers, P., Vaske, J. and Donnelly, M. (2001). Social Values versus Interpersonal Conflict among Hikers and Mountain Bikers. *Leisure Sciences*. 23.

- CBI. (2019). Which trends offer opportunities on the European outsourcing market? Retrieved September 10, 2017, from <https://www.cbi.eu/node/2456/pdf/>.
- Chiang Rai Trekking Club. (2559). Retrieved October 28, 2019, from <https://www.facebook.com/Chiang-Rai-Trekking-Club-1986613911435501/>
- Clawson, M., and Knetsch, J. L. (1966). Economics of outdoor recreation. *Natural Resources Journal*, 8(1), 738–743.
- Cochran, W. G. (2009). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Cole, G. A. (2004) *Management Theory and Practice* (6th Edition). London: Thomson Learning Bedford Row.
- Collier, A. and Harraway, S. (2001). *The New Zealand Tourism Industry*. London: Pearson.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper Collins.
- Driver, J. M. and Brown, W. B. (1986). *Organization Theory and management: A Macro Approach*. New York: John Wiley and Sons.
- Go, F. M. and Jenkins, C. L. (1997). *Education*. New Zealand: Auckland.
- Europeana Foundation. (2020). Retrieved September 10, 2017, from <https://www.europeana.eu/>.
- Fennell, D. (n.d.). *Ecotourism: An Introduction*. London: Routledge.
- Gaffar, V., Yuniawati, Y. and Ridwanudin, O. (2019). A study of outdoor recreation motivation and activity preferences. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(3), 1–10.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403–428.
- Glaesser, D. (2003). *Crisis management in the tourism industry*. Oxford: Butterworth–Heinemann.
- Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices, and philosophies*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Gómez-Martín, M. B. (2019). Hiking tourism in Spain: Origins, issues and transformations. *Sustainability*, 11(13), 3619.
- Fornara, F. and Troffa, R. (2009). *Restorative experiences and perceived affective qualities in different built and natural urban places*. Istanbul: Istanbul Technical University.

- Herman, J. L., Stevens, M. J., Bird, A., Mendenhall, M. and Oddou, G. (2010). The Tolerance for Ambiguity Scale: Towards a more refined measure for international management research. *International Journal of Intercultural Relations*, 34(1), 58–65.
- Higgins, J. M. and J. W. Vincze. (1993). *Strategic Management Concepts and Cases*. Chicago: Dryden.
- Hugo, M. L. (1999). A comprehensive approach towards the planning, grading, and auditing of hiking trails as ecotourism products. *Current Issues in Tourism*, 2(2–3), 138–173.
- Ibrahim, H. and Cordes, K. A. (2002). *Outdoor Recreation: Enrichment For a Lifetime*. Pennsylvania: Sagemore.
- Irvine, W. and Anderson, A. R. (2006). The impacts of foot and mouth disease on a peripheral tourism area: The role and effect of crisis management. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2–3), 47–60.
- Janeczko, E., Bieliniś, E., Wójcik, R., Woźnicka, M., Kędziora, W., Łukowski, A., Elsadek, M., Szyć, K. and Janeczko, K. (2020). When urban environment is restorative: The effect of walking in suburbs and forests on psychological and physiological relaxation of young Polish adults. *Forests*, 11(5), 591.
- Kalkan, A. (2012). *Outdoor Recreation, Reasons For Individuals Participation In Nature-Based Sports Within The Province Of Antalya*, Akdeniz University, Social Sciences Institute, Sport Management Department, Master Thesis, Antalya, Turkey.
- Klaus, S. (2018). *The Global Competitiveness Report*. Geneva: The World Economic Forum.
- Knowles, T., Diamantis, D. and El-Mourhabi, J. B. (2004). *The globalization of tourism and hospitality: A strategic perspective*. Boston: Thomson Learning.
- Laws, C. J. (2005). *The Public Participation Handbook: Making Better Decisions Through Citizen Involvement*. San Francisco: Jossey Bass.
- Lepp, A. and Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of tourism research*, 30(3), 606–624.
- Lundberg, E. (2015). The Level of Tourism Development and Resident Attitudes: A Comparative Case Study of Coastal Destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(3), 266–294.

- Ly, T. P. and Bauer, T. (2014). Ecotourism in Mainland Southeast Asia: Theory and Practice. *Tourism, Leisure and Global Change*, 1, 61–80. Retrieved November 10, 2018, from <https://www2.nau.edu/nabej-p/ojs/index.php/igutourism/article/view/315/173>.
- Manfredo. M. J. (1996). *Influencing Human Behavior: Theory and Applications in Recreation, Tourism and Natural Resources Management*. Illinois: Sagamore.
- Marion, J. L. and Leung, Y.-F. (2004). Environmentally sustainable trail management. In: Buckley, R. (Ed.), *Environmental Impact of Tourism*. Thesis M.A., Cambridge, CABI Publishing.
- Maslow, A. M. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Mathieson, A. and Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman.
- Mehmetoglu, M. and Normann, Ø. (2013). What influences tourists' overall holiday experience? Tourism company products versus destination products. *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 183–191.
- Middleton, V. and Clarke, J. (2001) *Marketing in Travel and Tourism* (3rd Edition). Elsevier: Oxford.
- Mill, R. C. and A. M. Morrison. (2002). *The Tourism System: An introductory text*, upper saddle river. London: Kendall Hunt.
- Mintzberg, H. (1991). Learning 1, Planning 0 Reply to Igor Ansoff. *Strategic Management Journal*, 12(1), 463–466.
- Mitchell, V. W. and Vassos, V. (1998). Perceived risk and risk reduction in holiday purchases: A cross-cultural and gender analysis. *Journal of Euromarketing*, 6(3), 47–79.
- National Geography Thai. (2018). เดินป่า. Retrieved November 2, 2018, from <https://ngthai.com/tag/>
- Parent, M. M. and Hoye, R. (2016). *The SAGE handbook of sport management*. The SAGE Handbook of Sport Management, 1–594.
- Pearce, J. A. and Robinson, R. B. (2011). *Strategic Management Formulation, Implementation and Control*. New York: McGraw Hill.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Macmillan.

- Prahalad, C. K. and Ramaswamy, V. (2000). Co-Opting Customer Competence. *Harvard Business Review*, 78, 79–90.
- Pranil, K. U. (2018). Sustainable management of trekking trails for the adventure tourism in mountains: A study of Nepal's Great Himalaya Trails. *Journal of Tourism & Adventure*, 1(1), 1–31.
- Ralf, B. (1995). Director, International Centre for Ecotourism Research. Gold Coast, Australia: Griffith University.
- Ramthun, R. (1995). Factors in user group conflict between hikers and mountain bikers, *Leisure Sciences*, 17(3), 159–169.
- Schmöll, G. A. (1977). *Tourism promotion*. London: Tourism International.
- Staats, H., Jahncke, H., Herzog, T. R. and Hartig, T. (2016). Urban options for psychological restoration: Common strategies in everyday situations. *PLoS One*, 11(1), e0146213.
- Turgut, T. (2012). Water based recreation and a case study on defining profile of enterprises in water based recreation in Antalya. Master Thesis, Akdeniz University, Antalya, Turkey.
- UNWTO. (2008). *GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Wagnild, G. M. and Young, H. M. (1993). Development and psychometric. *Journal of nursing measurement*, 1(2), 165–178.
- Watson, P. J. and Morris, R. J. (1991). Narcissism, empathy and social desirability. *Personality and Individual Differences*, 12(6), 575–579.
- Weaver, D. B. (2002). The evolving concept of ecotourism and its potential impacts. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 251–264.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. United Nations Environment Program, 1–32.
- World Economic Forum. (2018). *The travel & tourism competitiveness report 2015 grow through shocks: By the world economic forum within the framework and the partnership program for aviation & travel*. Geneva: World Economic Forum.

WTTC. (2018). The travel & tourism competitiveness report 2015 grow through shocks: By the world economic forum within the framework and the partnership program for aviation & travel. Geneva: World Economic Forum.





ภาคผนวก



เรื่อง “กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า
สำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2”

คำชี้แจง

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ผลการประเมินและข้อเสนอแนะของท่านมีคุณค่าและความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ จึงใคร่ขอความกรุณาท่านประเมินและตอบทุกข้อคำถามเพื่อที่จะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน และขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาอันมีค่านี้เพื่อทำแบบประเมินในครั้งนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของนักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จัดทำเพื่อรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการศึกษาศึกษาสถานการณ์และศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 สถานการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

ตอนที่ 3 แบบประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

.....

ตำแหน่ง

.....

ชื่อสถานประกอบการ/สมาคม

.....

วัน/ เดือน/ ปี ที่สัมภาษณ์

.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น.

จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายภูวนารถ ศรีทอง

นักศึกษาปริญญาเอก (การจัดการการท่องเที่ยว)

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

คำชี้แจง กรุณาอ่านข้อคำถามแล้วเขียนตอบ และใส่เครื่องหมาย ✓ ในแต่ละข้อ

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

.....

2. ตำแหน่ง

.....

3. ชื่อสถานประกอบการ/ สมาคม

.....

4. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดิมนับ

.....

5. ประเภทของธุรกิจการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

- ☐ ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่เจ้าของดำเนินการเอง (Tour Operator)
- ☐ ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในลักษณะตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agent)
- ☐ ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีภาครัฐเข้ามาบริหารจัดการและดำเนินงาน
- ☐ ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีเป็นวิสาหกิจชุมชน หรือองค์กรเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ชุมชน

6. ประเภทของมาตรฐานที่ท่านใช้ดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน (ใส่เครื่องหมาย ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว
- ☐ มาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society)
- ☐ มาตรฐานของ Adventure Travel Trade Association (ATTA)
- ☐ มาตรฐานอื่น ๆ.....

7. ตำแหน่งของผู้ประเมิน.....

8. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

9. อายุ.....ปี

10. อายุงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ระยะเวลา.....ปี

11. อายุงานในธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่านระยะเวลา.....ปี

ตอนที่ 2 สถานการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดินป่าของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2

1. การท่องเที่ยวเดินป่าของในพื้นที่ท่านมีมาตรฐานการดำเนินงานตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในด้านนี้อย่างไร

1.1 ด้านพื้นที่

.....

.....

.....

1.2 ด้านการจัดการ

.....

.....

.....

1.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

.....

.....

.....

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

.....

.....

.....

1.5 ด้านบุคลากรและการบริการ

.....

.....

.....

1.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

.....

.....

.....

2. สถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจของการจัดการท่องเที่ยวเดิปป่าในแต่ละด้านนี้เป็นอย่างไร

2.1 ด้านพื้นที่

.....

.....

.....

2.2 ด้านการจัดการ

.....

.....

.....

2.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

.....

.....

.....

2.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

.....

.....

.....

2.5 ด้านบุคลากรและการบริการ

.....

.....

.....

2.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แบบประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

องค์ประกอบ ของการท่องเที่ยวเดินป่า	ปัจจัยของการท่องเที่ยวเดินป่า	ระดับคะแนน				
		1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
1) ด้านพื้นที่	1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน					
	1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง					
	1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า					
	1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมและความง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม					

องค์ประกอบ ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ปัจจัยของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับคะแนน				
		1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
2) ด้านการจัดการ	2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแล้วท่องเที่ยว					
	2.2 นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ					
	2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
	2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง					
3) ด้านกิจกรรมและ กระบวนการ	3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ					
	3.2 การจัดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ					
	3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ					
	3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม					

องค์ประกอบ ของการท่องเที่ยวเดินป่า	ปัจจัยของการท่องเที่ยวเดินป่า	ระดับคะแนน				
		1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน	4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว					
	4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า					
	4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น					
5) ด้านบุคลากรและการบริการ	5.1 วัตถุประสงค์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ					
	5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า					
	5.3 คุณลักษณะนักท่องเที่ยว					
6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย	6.1 สุขภาพและความปลอดภัย					
	6.2 กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า					
	6.3 ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว					
	6.4 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่าแนวทางปฏิบัติหรือการดำเนินการเพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ควร มีรายละเอียดแนวทางปฏิบัติ หรือการดำเนินการอย่างไร

ขอขอบพระคุณในความกรุณาให้ข้อมูลเป็นอย่างสูง
ผู้วิจัย





**แบบสอบถามพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่า
ในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน**

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
2. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์
 - ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2
 - ตอนที่ 3 แรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายภูวนารถ ศรีทอง

นักศึกษาปริญญาเอก (การจัดการการท่องเที่ยว)

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (จำนวน 6 ข้อ)

คำชี้แจง กรุณาอ่านข้อคำถาม และใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเขียนตอบในแต่ละข้อ

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 20-29 ปี () 30-39 ปี
() 40-49 ปี () 50-59 ปี () 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () โสด () สมรส () หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าอนุปริญญา () อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัท () เจ้าของกิจการ
() นักเรียน/นักศึกษา () รับจ้างทั่วไป

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 9,000 บาท () 9,001-15,000 บาท
() 15,001-35,000 บาท () 35,001-50,000 บาท
() 50,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 (จำนวน 16 ข้อ)

1. ปัจจัยในข้อใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ () ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	☐ () โครงสร้างพื้นฐาน
☐ () ความมีชื่อเสียง	☐ () สิ่งอำนวยความสะดวก
☐ () วัฒนธรรมท้องถิ่น	☐ () ความปลอดภัย
☐ () มีความหลากหลายของธรรมชาติ	☐ () ราคาสมเหตุสมผล

2. วัตถุประสงค์ของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ () พักผ่อน	☐ () สุขภาพ
☐ () ธุรกิจ	☐ () การกีฬา
☐ () การศึกษา	

3. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน

☐ () บริษัทนำเที่ยว	☐ () ท่องเที่ยวด้วยตนเอง
☐ () มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	☐ () ท่องเที่ยวกับเพื่อน หรือญาติที่อยู่ใกล้ในท้องถิ่น

4. ประเภทค่าใช้จ่ายของท่านจากการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ () เดินป่าและสันหนากการ	☐ () อาหารและเครื่องดื่ม
☐ () ที่พัก	☐ () การเดินทาง
☐ () ซัฟปั้ง	☐ () นวดและสปา

5. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้ง ต่อคน

☐ () ต่ำกว่า 1000 บาท	☐ () 1001-3000 บาท
☐ () 3001-5000 บาท	☐ () มากกว่า 5000 บาท

6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า (ต่อปี)

☐ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	☐ 1 ครั้งต่อปี
☐ 2-4 ครั้งต่อปี	☐ 5-6 ครั้งต่อปี
☐ 7-12 ครั้งต่อปี	☐ มากกว่า 12 ครั้งต่อปี

7. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และ น่าน

☐ 1 วัน	☐ 2 วัน 1 คืน
☐ จำนวน 3-5 วัน	☐ จำนวนมากกว่า 5 วัน

8. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่ามากที่สุด

☐ วันธรรมดา จันทร-ศุกร์	☐ วัน เสาร์-อาทิตย์
☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์ / วันหยุดเทศกาล	☐ ตามเวลาที่สะดวก

9. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเดินป่ากับท่าน มีจำนวนกี่คน

☐ คนเดียว	☐ 2-3 คน
☐ 4-5 คน	☐ 6-7 คน
☐ มากกว่า 7 คน	

10. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับท่านโดยส่วนมากคือคนกลุ่มใด

☐ เที่ยวคนเดียว	☐ กลุ่มเพื่อน
☐ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	☐ เพื่อนร่วมงาน
☐ คู่รัก	☐ อื่น(โปรดระบุ).....

11. โปรดระบุแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด ที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเดินป่า (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () คนใกล้ชิด (เพื่อน/ญาติพี่น้อง)
- () เอเจนซี หรือบริษัททัวร์
- () ผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา/ศิลปินที่ชื่นชอบ
- () ทราเวลบล็อกเกอร์
- () ข้อมูลจากคำบอกเล่าของผู้ใช้บริการทั่วไป
- () อื่น(โปรดระบุ).....

12. ในการท่องเที่ยวเดินป่า ท่านนิยมเลือกรูปแบบของการท่องเที่ยวด้วยวิธีใด

- () จัดรายการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดด้วยตนเอง
- () เลือกใช้บริการจากตัวแทนด้านการท่องเที่ยวหรือบริษัททัวร์
- () จัดรายการตามคำแนะนำของเพื่อน / บุคคลที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่า
- () จัดรายการตามคำแนะนำของสื่อประชาสัมพันธ์และสังคมออนไลน์ เช่น ททท, รายการโทรทัศน์, Blog รีวิว

13. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ
- () เว็บไซต์ท่องเที่ยวทั่วไป
- () นิตยสาร/วารสารนำเที่ยว
- () พนักงาน/บริษัทนำเที่ยว
- () สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Vlog
- () สื่อสาธารณะ อาทิ โทรทัศน์, วิทยุ

14. สาเหตุที่ทำให้ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอน 2 มากที่สุด
- () เพื่อออกกำลังและดูแลสุขภาพ
 - () เพื่อท้าทายความสามารถของตนเอง
 - () เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน
 - () เพื่อสร้างมิตรภาพและการยอมรับในหมู่คณะเดินทาง
 - () เพื่อจิตสำนึกและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 - () อื่น(โปรดระบุ).....
15. ลักษณะเส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือตอนบน 2 ที่ท่านต้องการมากที่สุด
- () เส้นทางป่าภูเขาที่สูงชันและต้องมีทักษะเดินป่าอย่างเชี่ยวชาญ
 - () เส้นทางในอุทยานแห่งชาติที่มีการบริหารจัดการเดินป่าตามมาตรฐานของอุทยาน
 - () เส้นทางของชุมชนที่ใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวัน
 - () เส้นทางศึกษาธรรมชาติและสภาพป่าอนุรักษ์ของชุมชน
 - () เส้นทางบุกเบิกที่ยังไม่มีการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว
16. ปัจจัยภายนอกข้อใดที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (สามารถ ✓ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () สภาพการเมือง
 - () สภาพเศรษฐกิจ
 - () สภาพสังคม
 - () เทคโนโลยีการสื่อสาร
 - () สภาพสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ
 - () กฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ

ตอนที่ 3 แรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการประเมินของท่าน

หมายเลข 5 หมายถึง ระดับสูงมาก

หมายเลข 4 หมายถึง ระดับสูง

หมายเลข 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

หมายเลข 2 หมายถึง ระดับต่ำ

หมายเลข 1 หมายถึง ระดับต่ำมาก

แรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	ระดับคะแนน				
	1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
1. ด้านพื้นที่					
1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบ ลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน					
1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และ ความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากร ในเส้นทาง					
1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาส ในการพบสัตว์ป่า					
1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และ ความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบ กิจกรรม					
2. ด้านการจัดการ					
2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน แล้วท่องเที่ยว					
2.2 นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิง เศรษฐกิจ					
2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการ ท่องเที่ยวเดินป่า					
2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการ บริการในเส้นทาง					

แรงจูงใจที่มีผลต่อองค์ประกอบ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	ระดับคะแนน				
	1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ					
3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ					
3.2 การจัดทำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ					
3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ					
3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม					
4. ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน					
4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว					
4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดินป่า					
4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น					
5. ด้านบุคลากรและการบริการ					
5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดินป่าเส้นทางธรรมชาติ					
5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า					
5.3 คุณลักษณะนักท่องเที่ยว					
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย					
6.1 สุขภาพและความปลอดภัย					
6.2 กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในพื้นที่เดินป่า					
6.3 ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว					
6.4 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการของการจัดการท่องเที่ยว
เดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความกรุณาให้ข้อมูลเป็นอย่างสูง
ผู้วิจัย





แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยว

เดินป่า ในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ของการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2” (Competitive Advantage Strategies of Trekking Tourism Management for tourists in the upper northern 2) ทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) จากแรงผลักดันทั้งห้าที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ 1) การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ 2) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต 3) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว 4) สินค้าทดแทน 5) การแข่งขันในอุตสาหกรรม ของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผลการตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของท่านมีคุณค่าและความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษานี้ จึงใคร่ขอความกรุณาท่านประเมินและตอบทุกข้อคำถาม เพื่อที่จะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 และขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาอันมีค่านี้เพื่อทำแบบประเมินในครั้งนี้

นายภูวนารถ ศรีทอง

นักศึกษาปริญญาเอก (การจัดการการท่องเที่ยว)

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาอ่านข้อคำถาม และใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเขียนตอบในแต่ละข้อ

1. ท่านเคยจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มภาคเหนือตอน 2 จังหวัดใด

() เชียงราย

() พะเยา

() แพร่

() น่าน

2. ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามาแล้ว เป็นระยะเวลากี่ปี

() ต่ำกว่า 1 ปี

() 1-5 ปี

() 6-10 ปี

() 10 ปี ขึ้นไป

3. จำนวนนักท่องเที่ยวในท่องเที่ยวเดินป่าต่อครั้ง

() น้อยกว่า 5 คน

() 5-10 คน

() มากกว่า 10 คน

4. จำนวนบุคลากรปฏิบัติงานในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

() น้อยกว่า 5 คน

() 5-10 คน

() มากกว่า 10 คน

5. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า

() 1 วัน

() 2 วัน 1 คืน

() 3 วัน 2 คืน

() มากกว่า 3 วัน

6. ระดับการศึกษาของบุคลากรในการให้บริการท่องเที่ยวเดินป่าของท่าน

() ต่ำกว่าอนุปริญญา

() อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

7. ทักษะและความสามารถของบุคลากรปฏิบัติงาน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ภาษาต่างประเทศ

() การปฐมพยาบาลเบื้องต้น

() การใช้เทคโนโลยี

() การประกอบอาหาร

() การดำรงชีพในป่า

() การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่า

- () ต่ำกว่า 9,000 บาท () 9,001–15,000 บาท
 () 15,001–35,000 บาท () 35,001–50,000 บาท
 () 50,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน

แบบประเมินแรงผลักดันทั้ง 5 (Five Force Model) วิเคราะห์ขีดความสามารถของธุรกิจในอุตสาหกรรมของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) จากแรงผลักดันทั้งห้าที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ 1) การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ 2) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต 3) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว 4) สินค้าทดแทน 5) การแข่งขันในอุตสาหกรรม ของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือดังกล่าวมาใช้เพื่อการวิเคราะห์ขีดความสามารถปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ตามองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

คำชี้แจง กรุณาอ่านข้อคำถามแล้วใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการประเมิน

สูง หมายถึง ระดับแรงกระทบระดับสูง

กลาง หมายถึง ระดับแรงกระทบระดับปานกลาง

ต่ำ หมายถึง ระดับแรงกระทบระดับต่ำ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ระดับแรงกระทบจากแรงผลักดัน

เครื่องหมาย – หมายถึง ไม่มีแรงกระทบจากแรงผลักดัน

ตารางประเมินแรงผลักดัน 5 ประการที่ส่งผลในแต่ละด้านของของการดำเนินธุรกิจ
ท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
1. ด้านพื้นที่			
1.1 การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่			
1.1.1 การประหยัดเนื่องจากขนาด			
1.1.2 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่าง จากคู่แข่ง			
1.1.3 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า			
1.1.4 การลงทุนในอุตสาหกรรม			
1.1.5 การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย			
1.1.6 ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์			
1.2 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
1.2.1 ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว			
1.2.2 ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดิน ป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ			
1.2.3 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยว			
1.2.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทน			
1.2.5 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะ ท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			
1.2.6 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า			
1.2.7 ความแตกต่างของการบริการ			

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
1.2.8 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ			
1.2.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ			
1.3 การแข่งขันในอุตสาหกรรม			
1.3.1 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ			
1.3.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม			
1.3.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน			
1.3.4 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง			
1.3.5 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร			
2. ด้านการจัดการ			
2.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่			
2.1.1 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง			
2.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า			
2.1.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการผลิตภัณฑ์ที่อื่น			
2.1.4 การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย			
2.1.5 ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์			
2.1.6 ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ			
2.1.7 นโยบายของภาครัฐ			
2.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ			
2.2.1 ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ			
2.2.2 การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน			
2.2.3 จำนวนของผู้ผลิต			
2.2.4 ปริมาณการซื้อ			
2.2.5 ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ			

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
2.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
2.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิปป่า			
2.3.2 ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดิปป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต			
2.3.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดิปป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			
2.3.4 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดิปป่า			
2.3.5 ความแตกต่างของการบริการ			
2.3.6 เอกสิทธิ์ตราสินค้า			
2.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ			
2.3.8 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ			
2.4 การแข่งขันในอุตสาหกรรม			
2.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม			
2.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม			
2.4.3 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ			
2.4.4 การเติบโตของอุตสาหกรรม			
2.4.5 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง			
2.4.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร			
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ			
3.1 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
3.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิปป่า			

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
3.1.2 ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว			
3.1.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน			
3.1.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			
3.1.5 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า			
3.1.6 ความแตกต่างของการบริการ			
3.1.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ			
3.2 แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน			
3.2.1 ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน			
3.2.2 ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน			
3.2.3 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน			
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน			
4.1 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม			
4.1.1 ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ			
4.1.2 การเติบโตของอุตสาหกรรม			
4.1.3 ภาพลวงตาความต้องการของตลาด			
4.1.4 ความแตกต่างของการบริการ			
4.1.5 การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง			
4.1.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร			
5. ด้านบุคลากรและการบริการ			
5.1 แรงผลักดันของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่			
5.1.1 ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง			

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
5.1.2 ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า			
5.1.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น			
5.1.4 ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์			
5.1.5 ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ			
5.1.6 การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต			
5.1.7 นโยบายของภาครัฐ			
5.2 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือ ป้อนวัตถุดิบ			
5.2.1 ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบ เช่น ราคา หรือคุณภาพ			
5.3 แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของ นักท่องเที่ยว			
5.3.1 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยว			
5.3.2 ความสามารถในการมองหาด้าน ท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต			
5.3.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทน			
5.3.4 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะ ท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำ เที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			
5.3.5 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า			
5.3.6 ความแตกต่างของการบริการ			
5.3.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือ ประสิทธิภาพ			
5.3.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว			

ประเด็นเนื้อหา	ต่ำ (1)	กลาง (2)	สูง (3)
5.3.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ			
5.4 แรงผลักดันจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม			
5.4.1 ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม			
5.4.2 ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม			
5.4.3 การเติบโตของอุตสาหกรรม			
5.4.4 ภาพลวงตาความต้องการของตลาด			
5.4.5 ความแตกต่างของบริการ			
5.4.6 การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร			
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย			
6.1 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว			
6.1.1 ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ			
6.1.2 ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน			
6.1.3 ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน			
6.1.4 ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า			
6.1.5 ความแตกต่างของการบริการ			
6.1.6 เอกลักษณ์ตราสินค้า			
6.1.7 ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ			
6.1.8 ผลกำไรของนักท่องเที่ยว			
6.1.9 สิ่งเร้าในการตัดสินใจ			

ภาคผนวก ค การตรวจคุณภาพตัวแปรองค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการ
ท่องเที่ยวเดินป่า

ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	ดัชนีข้อคำถามตัวแปรองค์ประกอบของศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า	ค่า IOC
1. ด้านพื้นที่	1.1 ระดับของเส้นทางเดินป่าและรูปแบบลักษณะเส้นทางที่แตกต่างกัน	0.8
	1.2 คุณภาพทัศนียภาพของภูมิทัศน์และความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของฐานทรัพยากรในเส้นทาง	0.8
	1.3 ความโดดเด่นของสังคมพืชและโอกาสในการพบสัตว์ป่า	0.8
	1.4 ความคงทนของสภาพแวดล้อมที่และความยากง่ายของเส้นทางในการประกอบกิจกรรม	1
2. ด้านการจัดการ	2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและการคำนึงถึงกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	1.0
	2.2 นโยบายธุรกิจกับผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ	0.8
	2.3 การติดต่อสื่อสารและข้อมูลในการท่องเที่ยวเดินป่า	1
	2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในเส้นทาง	1
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	3.1 การสื่อความหมายธรรมชาติ การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ	1
	3.2 การจ้ดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ	0.8
	3.3 ความเหมาะสมของทรัพยากรต่อการประกอบกิจกรรมนันทนาการ	0.8
	3.4 ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรม	1

ศักยภาพการ จัดการท่องเที่ยว เดิปป่า	ดัชนีข้อคำถามตัวแปรองค์ประกอบของ ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเดิปป่า	ค่า IOC
4. ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชน	4.1 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว	0.8
	4.2 ความสัมพันธ์ต่อชุมชนในพื้นที่เดิปป่า (Relations with Villagers)	0.8
	4.3 การกระจายโอกาสทางธุรกิจแก่ชุมชนใน ท้องถิ่น	0.8
5. ด้านบุคลากร และการบริการ	5.1 มัคคุเทศก์ที่มีความรู้และประสบการณ์เดิปป่า เส้นทางธรรมชาติ	1
	5.2 การนำเสนอความรู้หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การเดิปป่า	1
	5.3 คุณลักษณะนักท่องเที่ยว	0.8
6. ด้านมาตรฐาน และความปลอดภัย	6.1 สุขภาพและความปลอดภัย	1
	6.2 กฎระเบียบ ข้อห้าม และการปฏิบัติตนที่ เหมาะสมในพื้นที่เดิปป่า	1
	6.3 ช่องทางร้องเรียนของนักท่องเที่ยว	1
	6.4 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานขององค์กร	0.8

**ผลการพิจารณาแรงผลักดัน 5 ประการในการสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบ
ทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2**

คำอธิบาย ข้อคำถามแล้วใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการประเมิน

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง ระดับแรงกระทบจากแรงผลักดัน

เครื่องหมาย - หมายถึง ไม่มีแรงกระทบจากแรงผลักดัน

หมายเหตุ: หมายเลข 1 หมายถึง การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน

หมายเลข 2 หมายถึง การทำแบบสอบถามผู้ประกอบการ จำนวน 20 ท่าน

หมายเลข 3 หมายถึง ผลการพิจารณาแรงผลักดันในแต่ละปัจจัยตามองค์ประกอบ
การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
		1	2	3
1. ด้านพื้นที่				
1.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
1.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด	✓	✓	✓
1.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	✓	✓	✓
1.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
1.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	-	-	-
1.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
1.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	✓	✓	✓
1.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
1.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	✓	✓	✓
1.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	-	-	-
1.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	-	-	-
1.1.11	นโยบายของภาครัฐ	-	-	-
1.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
1.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
1.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
1.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
1.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
1.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	-	-	-
1.2.5	ปริมาณการซื้อ	-	-	-
1.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	-	-	-
1.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบเช่น ราคา หรือคุณภาพ	-	-	-
1.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
1.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวน ธุรกิจเดินป่า	-	✓	-
1.3.2	ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
1.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่า พื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะ เปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	✓	✓	✓
1.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของ นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
1.3.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยว เดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต			
1.3.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหา ผลิตภัณฑ์ทดแทน	✓	✓	✓
1.3.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยว เดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการ นำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	✓	✓	✓
1.3.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า	✓	✓	✓
1.3.9	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
1.3.10	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
1.3.11	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	-	-	-
1.3.12	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	✓	✓	✓
1.4 สินค้าทดแทน				
1.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	-	-	-
1.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
1.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยน ทดแทน	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
1.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
1.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	-	-	-
1.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	-	-	-
1.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓
1.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
1.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	-	-	-
1.5.6	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	✓	✓	✓
1.5.7	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	✓	✓	✓
1.5.8	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	✓	✓	✓
2. ด้านการจัดการ				
2.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
2.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด เช่น การตัดราคา	-	-	-
2.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	✓	✓	✓
2.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
2.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	✓	✓	✓
2.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	-	-	-
2.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	✓	✓	✓
2.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
2.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	✓	✓	✓
2.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	✓	✓	✓
2.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	-	-	-
2.1.11	นโยบายของภาครัฐ	✓	✓	✓
1.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
2.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
2.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
2.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	✓	✓	✓
2.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	✓	✓	✓
2.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	✓	✓	✓
2.2.5	ปริมาณการซื้อ	✓	✓	✓
2.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	✓	✓	✓

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
2.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบ เช่น ราคา หรือคุณภาพ	-	-	-
2.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
2.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิंप่า	✓	✓	✓
2.3.2	ปริมาณการซื้อขายของนักท่องเที่ยว	-	-	-
2.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดิंप่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	-	-	-
2.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดิंप่าของนักท่องเที่ยว	-	-	-
2.3.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดิंप่าของนักท่องเที่ยวในอดีต	✓	✓	✓
2.3.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	-	-	-
2.3.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดิंप่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	✓	✓	✓
2.3.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดิंप่า	✓	✓	✓
2.3.9	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
2.3.10	เอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
2.3.11	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
2.3.12	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	-	-	-
2.3.13	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	✓	✓	✓
2.4 สินค้าทดแทน				
2.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	-	-	-
2.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
2.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
2.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
2.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
2.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
2.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
2.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
2.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	-	-	-
2.5.6	ความแตกต่างของบริการ	-	-	-
2.5.7	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
2.5.8	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
2.5.9	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	✓	✓	✓
2.5.10	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	✓	✓	✓
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ				
3.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
3.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด เช่น การตัดราคา	-	-	-
3.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	-	-	-
3.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
3.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	-	-	-
3.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	-	-	-
3.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	-	-	-
3.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
3.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	-	-	-
3.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	-	-	-
3.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	-	-	-
3.1.11	นโยบายของภาครัฐ	-	-	-
3.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
3.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
3.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
3.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	-	-	-
3.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
3.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	-	-	-
3.2.5	ปริมาณการซื้อ	-	-	-
3.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	-	-	-
3.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบเช่น ราคา หรือคุณภาพ	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
3.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
3.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิंप่า	✓	✓	✓
3.3.2	ปริมาณการซื้อขายของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
3.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดิंप่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	-	-	-
3.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดิंप่าของนักท่องเที่ยว	-	-	-
3.3.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดิंप่าของนักท่องเที่ยวในอดีต	-	-	-
3.3.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	✓	✓	✓
3.3.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดิंप่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	✓	✓	✓
3.3.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดิंप่า	✓	✓	✓
3.3.9	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
3.3.10	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
3.3.11	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
3.3.12	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	-	-	-
3.3.13	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	-	-	-
3.4 สินค้าทดแทน				
3.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	✓	✓	✓
3.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	✓	✓	✓
3.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน	✓	✓	✓
3.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
3.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	-	-	-
3.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	-	-	-
3.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	-	-	-
3.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	-	-	-
3.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
3.5.6	ความแตกต่างของบริการ	-	-	-
3.5.7	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
3.5.8	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
3.5.9	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	-	-	-
3.5.10	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	-	-	-
4. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน				
4.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
4.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด เช่น การตัดราคา	-	-	-
4.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	-	-	-
4.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
4.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	-	-	-
4.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	-	-	-
4.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	-	-	-
4.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
4.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	-	-	-
4.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	-	-	-
4.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	-	-	-
4.1.11	นโยบายของภาครัฐ	-	-	-
4.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
4.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
4.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
4.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	-	-	-
4.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
4.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	-	-	-
4.2.5	ปริมาณการซื้อ	-	-	-
4.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	-	-	-
4.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบเช่น ราคา หรือคุณภาพ	-	-	-
4.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
4.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิปี	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
4.3.2	ปริมาณการซื้อขายของนักท่องเที่ยว	-	-	-
4.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	-	-	-
4.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยว	-	-	-
4.3.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต	-	-	-
4.3.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	-	-	-
4.3.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	-	-	-
4.3.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า	-	-	-
4.3.9	ความแตกต่างของการบริการ	-	-	-
4.3.10	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
4.3.11	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	-	-	-
4.3.12	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	-	-	-
4.3.13	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	-	-	-
4.4 สินค้าทดแทน				
4.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน			
4.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
4.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
4.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
4.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	-	-	-
4.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	-	-	-
4.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓
4.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
4.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	✓	✓	✓
4.5.6	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
4.5.7	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
4.5.8	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
4.5.9	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	✓	✓	✓
4.5.10	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	✓	✓	✓
5. ด้านบุคลากรและการบริการ				
5.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
5.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด เช่น การตัดราคา	-	-	-
5.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	✓	✓	✓
5.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
5.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	✓	✓	✓
5.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	-	-	-
5.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	-	-	-
5.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
5.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	✓	✓	✓
5.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	✓	✓	✓
5.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	✓	✓	✓
5.1.11	นโยบายของภาครัฐ	✓	✓	✓
5.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
5.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
5.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
5.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	-	-	-
5.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
5.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	-	-	-
5.2.5	ปริมาณการซื้อ	-	-	-
5.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	-	-	-
5.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบเช่น ราคา หรือคุณภาพ	✓	✓	✓
5.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
5.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิมน่า	-	-	-
5.3.2	ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
5.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	-	-	-
5.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
5.5.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต	✓	✓	✓
5.5.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	✓	✓	✓
5.5.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	✓	✓	✓
5.5.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า	✓	✓	✓
5.5.9	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
5.5.10	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
5.5.11	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
5.5.12	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
5.5.13	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	✓	✓	✓
5.4 สินค้าทดแทน				
5.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	-	-	-
5.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
5.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
5.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
5.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
5.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
5.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	-	-	-
5.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
5.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	✓	✓	✓
5.5.6	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
5.5.7	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
5.5.8	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
5.5.9	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	-	-	-

แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
5.5.10	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	✓	✓	✓
6. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย				
6.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่				
6.1.1	การประหยัดเนื่องจากขนาด เช่น การตัดราคา	-	-	-
6.1.2	ความสามารถในการให้บริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง	✓	✓	✓
6.1.3	ความมีเอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
6.1.4	ต้นทุนในการเปลี่ยนใจซื้อบริการ ผลิตภัณฑ์ที่อื่น	-	-	-
6.1.5	การลงทุนในอุตสาหกรรม	-	-	-
6.1.6	การจับจองช่องทางจัดจำหน่าย	-	-	-
6.1.7	การรวมตัวในแนวตั้ง	-	-	-
6.1.8	ผลที่ได้จากความชำนาญหรือประสบการณ์	-	-	-
6.1.9	ครอบครองแหล่งวัตถุดิบ	-	-	-
6.1.10	การผูกขาดเทคโนโลยีในการผลิต	-	-	-
6.1.11	นโยบายของภาครัฐ	-	-	-
6.1.12	การตอบโต้จากกลุ่มผู้ผลิตเดิม	-	-	-
6.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ				
6.2.1	การหาผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบแทน	-	-	-
6.2.2	ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิตหรือป้อนวัตถุดิบ	-	-	-
6.2.3	การมีสิ่งเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
6.2.4	จำนวนของผู้ผลิต	-	-	-
6.2.5	ปริมาณการซื้อ	-	-	-
6.2.6	ราคาโดยรวมที่สั่งซื้อ	-	-	-
6.2.7	ความแตกต่างของผู้ผลิต หรือป้อนวัตถุดิบเช่น ราคา หรือคุณภาพ	-	-	-
6.3 อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว				
6.3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจำนวนธุรกิจเดิปี	-	-	-
6.3.2	ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยว	-	-	-
6.3.3	ต้นทุนของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนไปเดินป่าพื้นที่อื่นเปรียบเทียบกับต้นทุนของพื้นที่ที่จะเปลี่ยนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ	✓	✓	✓

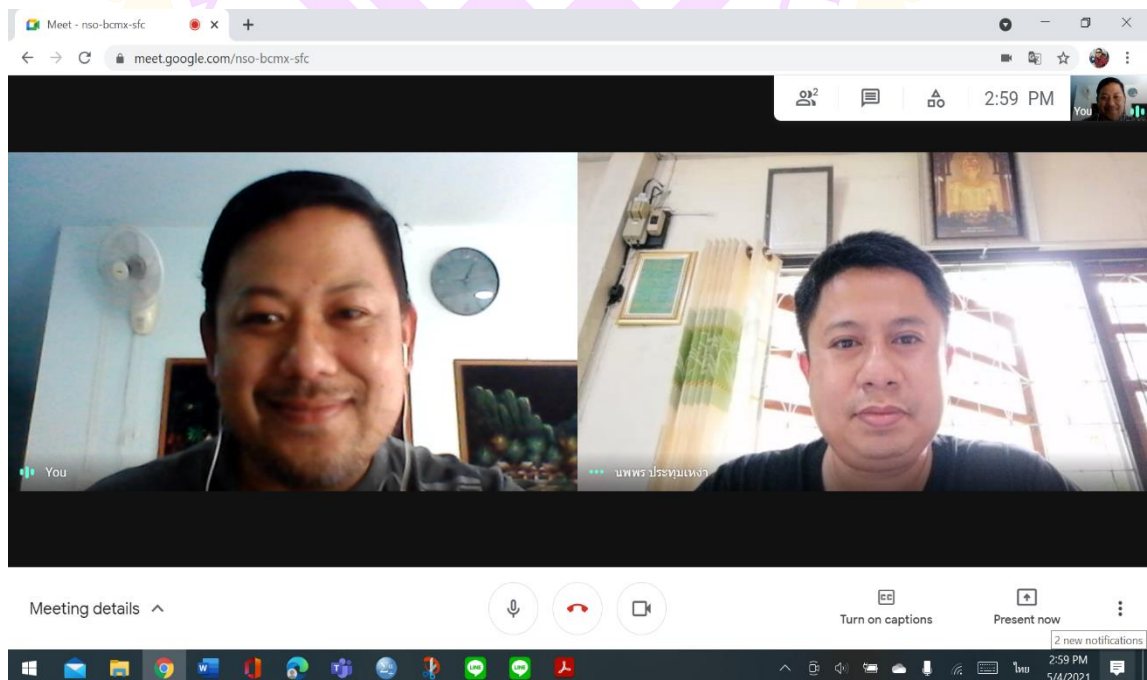
แรงผลักดัน 5 ประการ		ขั้นตอนการประเมิน		
6.3.4	ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยว	-	-	-
6.3.5	ความสามารถในการมองปัญหาด้านท่องเที่ยวเดินป่าของนักท่องเที่ยวในอดีต	-	-	-
6.3.6	ความสามารถของนักท่องเที่ยวในการหาผลิตภัณฑ์ทดแทน	✓	✓	✓
6.3.7	ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวเดินป่าโดยไม่ต้องผ่านช่องทางผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือหน่วยงานอุทยาน	✓	✓	✓
6.3.8	ราคาในการซื้อบริการท่องเที่ยวเดินป่า	✓	✓	✓
6.3.9	ความแตกต่างของการบริการ	✓	✓	✓
6.3.10	เอกลักษณ์ตราสินค้า	✓	✓	✓
6.3.11	ผลกระทบทางด้านคุณภาพหรือประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
6.3.12	ผลกำไรของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
6.3.13	สิ่งเร้าในการตัดสินใจ	✓	✓	✓
6.4 สินค้าทดแทน				
6.4.1	ราคาหรือประสิทธิภาพของสินค้าทดแทน	-	-	-
6.4.2	ต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
6.4.3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
6.5 การแข่งขันในอุตสาหกรรม				
6.5.1	ความยากง่ายในการถอนตัวจากอุตสาหกรรม	-	-	-
6.5.2	ความหนาแน่นของอุตสาหกรรม	-	-	-
6.5.3	ต้นทุนคงที่ในการดำเนินธุรกิจ	-	-	-
6.5.4	การเติบโตของอุตสาหกรรม	-	-	-
6.5.5	ภาพลวงตาความต้องการของตลาด	-	-	-
6.5.6	ความแตกต่างของการบริการ	-	-	-
6.5.7	ต้นทุนในการเปลี่ยนทดแทน	-	-	-
6.5.8	เอกลักษณ์ตราสินค้า	-	-	-
6.5.9	การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง	-	-	-
6.5.10	การรวมตัวของกลุ่มพันธมิตร	-	-	-

ภาคผนวก ง ภาพประกอบการลงพื้นที่ศึกษาวิจัย

ภาพการเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์และขอคำปรึกษา
อดีตประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคเหนือ



ภาพการให้ข้อมูลและสัมภาษณ์
จากนายณพพร ประทุมเหง้า หัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยหลวง (Online)



ภาพการเข้าพบและเก็บข้อมูล
จากว่าที่ ร.ต.ภานุวัฒน์ ชัดนาค ผู้อำนวยการ ททท.สำนักงานน่าน
และนายธำรงรัตน์ ธนภัคพลชัย นักวิชาการป่าไม้ปฏิบัติการ
อุทยานแห่งชาติดอยภูคา



ภาพผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจเส้นทางเดินป่าบ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย
และเก็บข้อมูลร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าและนักท่องเที่ยวเดินป่า



ภาพการประชุมระดมสมอง (Focus Group) เพื่อจัดทำกลยุทธ์



ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ประเมิน

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และแบบประเมินศักยภาพ

1. คุณกิตติ ทิศกุล ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนจังหวัด
เชียงราย
2. อาจารย์ปทุมพร แก้วคุ้ม นายกสมาคมมัคคุเทศก์เชียงรายและนักวิชาการ
ด้านการท่องเที่ยว
3. นายธงชัย ใจเที่ยง ผู้ประกอบการบริษัทชัยมาเซเด็ทัวร์และมัคคุเทศก์อาชีพ
เดินป่า
4. นายบุญเชิด ลีลาคุณากร ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย
5. นายชิตชนก สุขมงคล ผู้อำนวยการสำนักพื้นที่อนุรักษ์ที่ 15
6. นายยศวัฒน์ เขียวสวัสดิ์ ผู้อำนวยการสวนอุทยานแห่งชาติ สบอ.13
7. นายนพพร ประทุมเหงา หัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยหลวง
8. ว่าที่ ร.ต.ภานุวัฒน์ ชัดนาค ผู้อำนวยการ ททท.สำนักงานน่าน
9. คุณสมบัติ ชินสุขเสริม ประธานหอการค้ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
10. คุณนิพัทธ์พงษ์ ชวนชื่น อุปนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย
11. คุณปณต ประครองทรัพย์ นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
12. คุณสุรชัย เปี่ยมหทัยสกุล มัคคุเทศก์อาชีพเดินป่าบริษัท G Adventures (Thailand)
13. คุณวิชัย กำเนิดมงคล รองนายกเทศมนตรีตำบลอบ
14. นายธำรงรัตน์ ธนภัคพลชัย นักวิชาการป่าไม้ปฏิบัติการ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา
15. นางสาวหนึ่งฤทัย เนินสุด มัคคุเทศก์อาชีพ บริษัท Intrepid Thailand
16. นายทรงธรรม ไทยกรณ์ บริษัท สุชาครีย์ ทราเวล (SCT. Travel)
17. นายขวัญชัย ไหวหาร บริษัท Bamboo Tour
18. นายจรัส อุดทา โรงแรม Four Seasons Tented Camp Golden Triangle,
Thailand
19. นางสาวอักษรจัญญ์ สงวนวรรณ บริษัท Sawasdee Chiangrai Travel
20. นายถนอมศักดิ์ อนันต์วิฑู เชียงรายแท็กซี่, บริษัท spice roads และเชียงใหม่
elephants home
21. นางนฤทัย ทักสิน วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์บ้านเมืองรวง
22. นายสัจจพงษ์ จินดาพล บจก.ริสาสินี สปาแอนด์รีสอร์ท

23. นายเอกวริษฐ์ อริยวัตรเวคิน	บจก.เอราปีก้า คอฟฟี่
24. นางสาวสุภาภรณ์ แสนเผ่า	วิสาหกิจชุมชน บ้านบัวโฮมสเตย์
25. นายปวิศร์ ใจนันท์	มะนอยหม้อห้อมเขียนเทียน
26. นางเจมกัญญาณัฐ ภาคภูมิ	บจก.ค็อกโค (ไทยแลนด์)
27. นายธีรพล สุรพรหม	ชุมชนปางห้าโฮมสเตย์
28. นางสาวยอดพร พัวพันพัฒนา	โรงแรมโพธิ์ชัย เด่นที่แคมป์ โกลเด้น ไทเองเกิ้ล
29. นายพันธกานต์ กันต์โหม	บริษัท Lakeland Camp Phayao
30. นายจักรพันธ์ ศิริพันธ์	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว/มัคคุเทศก์

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญผู้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิกรม บุญนุ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรยา ชื่นวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรธรณ บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4. คุณนิพัทธ์พงษ์ ชวนชื่น	อุปนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย
5. คุณปณต ประครองทรัพย์	นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

รายชื่อผู้ร่วมประชุมระดมความคิดเห็น

1. นางสาวหนึ่งฤทัย เนินสุด	มัคคุเทศก์
2. นายอดิเรก เพชรราช	มัคคุเทศก์
3. นายจำรัส อุดทา	มัคคุเทศก์
4. นายถนอมศักดิ์ อนันต์วิฑู	มัคคุเทศก์
5. นายสุรัชย์ เปี่ยมหทัยสกุล	มัคคุเทศก์อิสระ
6. นายขวัญชัย ไวกหาร	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์
7. นางสาวมรุลี ศรีวิชัย	มัคคุเทศก์อิสระ
8. นายเอนก ตารินทร์	มัคคุเทศก์อิสระ
9. นายสมคิด ริยะวารี	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
10. นางสาวสมจิตร สุวรรณเมณีกุล	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์
11. นางสาวประนอม จันทเลิศ	มัคคุเทศก์
12. นายทรงธรรม ไทยकरण	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

13. นางสาวอักษรจัญญ์ สวงวรรณ มัคคุเทศก์ภาษาฝรั่งเศส
14. นายฐิติวัฒน์ วรรคิต มัคคุเทศก์
15. นางสาวปทุมพร แก้วคำ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์
16. นางสาวสุทธิรัตน์ เรือนสังข์ มัคคุเทศก์
17. นายภูบดินทร์ จิตพิงศ์กุล ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์
18. นางสาวอรกัญญา มงคล มัคคุเทศก์อิสระ
19. นางสาวแสงเดือน สารโนน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์
20. คุณกิตติ ทิศกุล ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและที่พักแรม
21. นายธงชัย ใจเที่ยง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว /มัคคุเทศก์



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ภูวนารถ ศรีทอง
วัน เดือน ปี เกิด	06 กุมภาพันธ์ 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงราย
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2557 รป.ม. (นโยบายสาธารณะ), มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย พ.ศ. 2545 ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว), สถาบันราชภัฏเชียงราย, เชียงราย
ที่อยู่ปัจจุบัน	154/8 หมู่บ้านกาญจนาศิริ ตำบลบ้านด้าย อำเภอเวียงชัย จังหวัด เชียงราย
ผลงานตีพิมพ์	ภูวนารถ ศรีทอง, ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, วาริชต์ มัธยมบุรุษ และพัจน์ พิตดา ศรีสมพงษ์ (2565). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ ทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 10(3), 250– 262. Srithong, P., Pakdeepinit, P., Mathayomburuth, W. and Sreesompong, P. (2021). The Factors Effecting Tourism in the Upper Northern Region 2 of Thailand. Graduate School Journal, 14(3), 52– 64.