

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

Guidelines for Development of Competitive Business

Management of Trekking Tourism in 2 Upper Northern Provinces

ภูวนารถ ศรีทอง* ประกอบศิริ ภักดีพิณีจ วารัชต์ มัธยมบุรุษ และ พจันท์พิตตา ศรีสมพงษ์

Phuwanat Srithong, Prakobsiri Pakdeepinit, Warach Mathayomburuth*

and Phatpitta Sreesoompong

สาขาการจัดการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จ. พะเยา 56000

Department of Tourism, School of Business and Communication Arts, University of Phayao,

Phayao 56000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: phuwanatsri7@gmail.com

(Received: March 23, 2022; Accepted: June 20, 2022)

Abstract: This research was a study on the development of the competitive business management of trekking tourism in 2 upper northern provinces. The objective was to study the situation and the development of the competitive business management of trekking tourism in the 2 upper northern provinces of Chiang Rai, Phayao, Phrae and Nan. This research was both qualitative and quantitative research. The researcher used purposive sampling method and the research participants including trekking tour operators, local community leaders, local government sectors, tourism association leaders, professional tourist guides and trekking tourists with more than 10 years of experience. The research tools used the research were in-depth interview, participant observation and focus group. The results showed that the potential of trekking tourism management in the upper northern provinces was at a low level. The study recommends that business strategies specifically for trekking tourism must be developed to create competitive tourism business.

Keywords: Trekking tourism management, upper northern region 2, competitive advantage Strategy

บทคัดย่อ: บทความวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่และน่าน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ผู้นำองค์กรท้องถิ่นหรือตัวแทน หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก/ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม/ การสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ขีดความสามารถการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 อยู่ในระดับต่ำ ต้องมีการจัดทำกลยุทธ์เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างและกลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะ

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ขีดความสามารถทางการแข่งขัน กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่และน่าน พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพราะมีเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีความได้เปรียบทางภูมิประเทศที่มีภูเขาที่สลับซับซ้อนและ ธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งจากการศึกษาวิจัยของ Brockleman (1990) พบว่ารูปแบบการเดินป่าของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์จากการพัฒนาพื้นที่ทางไกล โดยการส่งเสริมให้ชุมชนที่ดำรงชีพกับการล่าสัตว์ การเลี้ยงช้าง รวมถึงการทำอุตสาหกรรมป่าไม้ที่อยู่ในป่าตามภูมิภาคของประเทศไทย ด้วยการให้ทำหน้าที่ด้วยการเป็นลูกหาบ การทำอาหารและการนำทางให้แก่นักท่องเที่ยวเดินป่า รวมถึงการบริจาคเงินเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเดินป่าดังกล่าวมาข้างต้น มักจะใช้ส่งเสริมในพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีศักยภาพสูง อย่างไรก็ตามการส่งเสริมกิจกรรมใด จำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบถึงความเป็นไปได้ ในการรองรับของพื้นที่และขีดจำกัดในการจัดการดูแลเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการกระทำกิจกรรมดังกล่าวตามมา Esichaikul and Chansawan (2017) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางธรรมชาติของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ยังมีปัญหาสะสมมาอย่างยาวนานที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งธรรมชาติ รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการเพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ความล้ำสมัยของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเดินป่าในพื้นที่ธรรมชาติบรรลุเจตนารมณ์

ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเหมาะสมกับประเทศไทย จึงต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือแนวทางปฏิบัติ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องแนวทางในการปฏิบัติที่ดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศของ Sangpikul (2010) ที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การจัดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ / การให้ความรู้และการเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ / การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว / การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว / การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว / นโยบายธุรกิจ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 และเสนอแนวทางการทำกลยุทธ์ในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน ด้วยกลยุทธ์ด้านความแตกต่างและการมีส่วนร่วมของชุมชนกับกิจกรรมเดินป่า ให้เป็นแหล่งกระจายรายได้และการจ้างงาน ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน มีทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง สู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน ตามความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 และ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ เชิง ปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 และเสนอ

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมกราคม 2564 - ธันวาคม 2564 โดยใช้วิธีเลือกศึกษาชุมชนธรรมชาติของแต่ละจังหวัดแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และประยุกต์ใช้หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าของกรมการท่องเที่ยวได้แก่ ด้านพื้นที่ / ด้านการจัดการ/ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ/ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย ในแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าประกอบด้วยบ้านห้วยชม จังหวัดเชียงราย, บ้านห้วยหม้อ จังหวัดพะเยา, บ้านแม่ลัว จังหวัดแพร่ และบ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ 1) ภาคเอกชน ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธรรมชาติเดินป่าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2) หน่วยงานของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 และการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกรณี (Case Study Research) เช่นนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกนั้นจะต้องมีคุณสมบัติที่สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงลึกได้ต่อประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจ ปรากฏการณ์ที่สนใจอย่างเข้มข้น ลุ่มลึก เห็นภาพพจน์ รวมทั้ง ครอบคลุมครบถ้วนทุกแง่มุม และสอดคล้องกับขอบเขตหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรงรวมทั้งสิ้น 30 คน โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละจังหวัดและมีความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่ามากกว่า 10 ปีขึ้น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยผู้นำองค์กรท้องถิ่นหรือตัวแทน, ผู้อำนวยการหรือ

ตัวแทนของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด, หัวหน้าหรือตัวแทนหน่วยงานความมั่นคง และหน่วยงานด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่, ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธรรมชาติเดินป่าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์เดินป่าอาชีพและนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์เดินป่าทั้งในและต่างประเทศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้คำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง ในประเด็นสถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า และศักยภาพทางการแข่งขันการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่าแต่ละจังหวัดผู้วิจัยศึกษาสภาพสถานการณ์และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่โดยผู้วิจัยศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการพัฒนาหรือสกัดมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิ โดยตรวจสอบความสอดคล้องของโครงสร้างและเนื้อหาด้วยการตรวจสอบความตรงความเที่ยงตรง (Content Validity) และในการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาผู้วิจัยที่สร้างขึ้นมานำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญการท่องเที่ยวเดินป่า 5 ท่าน โดยวิธี Item-Objective Congruence Index (IOC) รวมถึงการปฏิบัติงานภาคสนาม สังเกตทรัพยากรการท่องเที่ยว ความพร้อมต่างๆในการให้บริการ ผู้ศึกษาได้สกัดองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ได้ดังนี้คือ 1) ด้านพื้นที่ 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน 5) ด้านบุคลากรและการบริการ 6) ด้านมาตรฐานความปลอดภัย และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant observation) ในเวลาที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ เพื่อประเมินการปฏิบัติงาน ขั้นตอนและกระบวนการในการจัดการท่องเที่ยวแบบเดินป่าและปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

สำคัญและตัวแทนของชุมชนในพื้นที่เดินป่า การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดย 1) สัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้นำองค์กรท้องถิ่น เพื่อทราบถึงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่าที่ผ่านมา หัวหน้าส่วนราชการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนภาคผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเดินป่า ตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ ในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เพื่อให้ทราบปัญหาและอุปสรรค การแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวเดิน

ป่า 2) การลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ประกอบการซักถามถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำมาบรรยายถึงลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ ทั้งรูปแบบของตารางข้อความ แผนภูมิและกราฟต่าง ๆ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นพื้นที่ รวมทั้งได้ลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองและได้แลกเปลี่ยนกับผู้ให้ข้อมูลทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างแท้จริง



Figure 1. In-Dept Interview with Forestry Department



Figure 2. Interview with Trekking Tourist from At Pare Province. Doi Nok, Pha Yao Province.

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเป็นหลัก โดยจะเป็นการวิเคราะห์ที่ไปพร้อม ๆ กับการรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลไปจำแนกและตีความจากปัจจัยแวดล้อม และเปรียบเทียบข้อมูลกับปัจจัยของศักยภาพทางการแข่งขันเพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาสามารถอธิบายตามแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน นักธุรกิจเดินป่า และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละจังหวัดและมีความรู้และประสบการณ์ท่องเที่ยวเดินป่ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้นำองค์กรท้องถิ่น ดัง Figure 1 กล่าวว่ารายได้ที่จากการท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ เชียงราย , น่าน, แพร่ และ พะเยา ตามลำดับ ในขณะที่รายได้ของอุทยานแห่งชาติที่มากที่สุดได้แก่ น่าน รองลงมาได้แก่ พะเยา, แพร่ และเชียงราย เป็นที่น่าสนใจว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าอุทยานแห่งชาติ (เตรียมการ) ยังไม่สามารถจัดเก็บรายได้ค่าบำรุงรักษาอุทยานได้ ตามระเบียบของพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ ทำให้รายได้บำรุงรักษาอุทยานแห่งชาติของจังหวัดเชียงรายมีน้อยที่สุด กลุ่มผู้ใช้บริการหลักคือนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางเข้าไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติเพื่อกิจกรรมนันทนาการ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เล่นน้ำตก ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เป็นกลุ่มครอบครัว ในขณะที่

ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่า มีจำนวนน้อยโดยจากการให้ข้อมูลเพิ่มเติมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเดินป่า พบว่า ร้อยละ 50 จากตัวแทนบริษัทตัวแทนนำเที่ยว (Agent) และส่วนที่เหลือร้อยละ 50 เป็นการเข้าติดต่ออุทยานแห่งชาติด้วยตนเอง และจากการลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ ดัง Figure 2 ในส่วนของพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเดินป่าพบว่า นักท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่เลือกเส้นทางเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เพราะความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินป่า 3,001 – 5,000 บาท เป็นการใช้จ่ายในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จากผลจากการศึกษาผู้วิจัยสามารถอธิบายสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย/พะเยา/ แพร่/น่าน) การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเชียงราย พะเยา แพร่ น่าน นักท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย/พะเยา/ แพร่/น่าน) ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามจำนวนการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว รองลงมาเป็นอันดับสอง มีการตัดสินใจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนมากกว่าเพื่อสร้างมิตรภาพ และการยอมรับในหมู่คณะ นักท่องเที่ยวเดินป่ามีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง 2 ด้าน และ ระดับปานกลาง 4 ด้าน มากที่สุดในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และระดับปานกลางน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรฐานความปลอดภัยจากข้อมูลที่ได้ผู้ศึกษาจึงนำมาวิเคราะห์ประเมิน

ศักยภาพพร้อมกับมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าตามองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งได้แก่ ด้านพื้นที่ / ด้านการจัดการ/ ด้านกิจกรรมและ กระบวนการ/ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน/

ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านมาตรฐานความปลอดภัย และการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน ผลการศึกษาสามารถจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

Table 1 Competitive potential of trekking tourism in the upper northern provinces 2

Competitive Potential	Area	Management	Activities and Processes	Community Participation	Personnel and Service	safety standards
1. Threat of New Entrants	Low (2.06)	Low (2.04)			Low (2.22)	
2. Power of Suppliers		Medium (1.80)			Medium (2.00)	Low (2.83)
3. Bargaining Power of Customers	Low (2.26)	Medium (1.99)	Low (2.79)		Low (2.61)	Low (2.06)
4. Threats of Substitutes			Low (2.85)			
5. Industry Rivalry	Medium (1.98)	Medium (2.00)		Medium (1.90)	Medium (1.90)	
Results	Low (2.1)	Medium (1.95)	Low (2.82)	Medium (1.90)	Low (2.18)	Low (2.44)

จาก Table 1 สามารถอธิบายศักยภาพการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 จากทั้งจำนวนทั้ง 4 พื้นที่ มีผลการศึกษา ดังนี้

1.1 ด้านพื้นที่

ด้านพื้นที่ โดยภาพรวมศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.1) ดังนี้

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.06) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องด้วยการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า มีการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยวโดยตรง การสร้างความแตกต่างของสินค้าเช่น การจัดโปรแกรมเดินป่าที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่ เดินป่า ไม่มีต้นทุนของวัตถุดิบ ยกเว้นความสัมพันธ์ต่อชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ สิ่งเหล่านี้จะ

เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลที่ว่า นักท่องเที่ยวไม่สามารถจะต่อรองได้เช่น ราคา ประสิทธิภาพ ปัญหาที่เคยใช้บริการในอดีต สินค้าทดแทนหาได้ง่ายและมีสิ่งรบกวนมากกว่า การบริการที่ไม่มีความแตกต่าง และเอกลักษณ์ที่ไม่เข้มแข็งชัดเจน โดยสรุปนักท่องเที่ยวจะไม่สามารถต่อรองได้มากนัก หากไม่มีข้อต่อรองที่แสดงให้ธุรกิจเห็นความสำคัญเพียงพอ เพราะธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่ มีแนวทางปฏิบัติชัดเจนว่านักท่องเที่ยวไม่สามารถต่อรองได้

การแข่งขันในอุตสาหกรรม การแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.98) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการ

แข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยเหตุผลที่ว่า จากการที่ภาครัฐมีอำนาจในการจัดการพื้นที่เดินป่า ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่มีความรุนแรงมาก อย่างไรก็ตามการทำการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าที่มีผู้ประกอบการน้อยราย อาจเกิดการแข่งขันลูกค้ายด้วยการตัดราคา (Red Ocean) เพื่อดึงลูกค้ามานั่นเอง

1.2 ด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ โดยภาพรวมศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (1.95) จากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.04) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (1.80) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (1.99) และการแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.00)

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.06) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากมีการลงทุนต่ำ ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจไม่ต้องเสี่ยงต่อการดำเนินงานเพราะค่าใช้จ่ายในการจัดการที่มากที่สุดคือการจ้างบุคลากร (Manpower) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายเล็กที่ทำธุรกิจในพื้นที่ อาจร่วมทุนกับตัวแทนนำเที่ยว (Agent) เพื่อผลักดันให้ตลาดนั้นพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (1.80) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการทำธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่านั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งในใช้พาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรผู้ชำนาญเส้นทางในการจัดการสัมภาระเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จึงมีอำนาจต่อรองผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้ต่อรองได้ยากหรือไม่ได้เลย

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (1.99) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีตลาดที่เป็นกลุ่มเฉพาะ การจัดทำเส้นทางเดินป่า การเสนอแพคเกจทัวร์เดินป่า

ที่ไม่แตกต่างและโดดเด่น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าไปหาหรือเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นได้เช่นกัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรม การแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.00) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องด้วยการแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 มีตลาดนักท่องเที่ยวที่เติบโตมากยิ่งขึ้น หากแต่ว่ามีผู้ประกอบการน้อยราย อีกทั้งนโยบายของภาครัฐที่กำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติและพื้นที่ป่าสงวนส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งคุณภาพของการให้บริการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่า ไม่มีการจัดการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าเพราะไม่มีตัวเลือกที่ดีกว่า ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจน้อยลง

1.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ โดยภาพรวมศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.82) ดังนี้

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.79) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากกิจกรรมและกระบวนการ ที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเฉพาะการเดินทาง การจัดกิจกรรมและกระบวนการจึงมีความแตกต่างต่อธุรกิจท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องจากมีแนวทางปฏิบัติชัดเจนว่านักท่องเที่ยวไม่สามารถต่อรองได้

สินค้าทดแทน สินค้าทดแทน (2.85) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลที่ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะประดิษฐ์ขึ้นมาได้ การท่องเที่ยวเดินป่าจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เส้นทางเดินป่าที่มีความสันโดษ สภาพธรรมชาติ พืชพรรณและสัตว์ป่า ไม่มีสินค้าที่ทดแทนได้ จึงไม่ส่งผลให้เกิดการแรงผลักดันในอุตสาหกรรมมากนัก

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวม ศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (1.90) ดังนี้

การแข่งขันในอุตสาหกรรม การแข่งขันในอุตสาหกรรม (2.85) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอน 2 ในแต่ละพื้นที่นั้น มีชุมชนที่ดำรงชีพและดำเนินชีวิตประจำวันในพื้นที่ท่องเที่ยวเดินป่า มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ และดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ต้องได้รับการให้ความรู้และแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ของชุมชน เนื่องจากชุมชนยังขาดความพร้อมพร้อมในด้านการพัฒนาบุคลากร การดูแลรักษาพยาบาลนักท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาการกระบวนการต้อนรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาการตลาดและการจัดการรายได้ ตลอดระยะเวลาในการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่

1.5 ด้านบุคลากรและการบริการ

ด้านบุคลากรและการบริการ โดยภาพรวม ศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.18) ดังนี้

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (2.22) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ด้วยจำนวนบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่ามีจำนวนไม่มาก โดยเฉลี่ยจำนวนบุคลากรที่ 3 – 5 คนต่อการจัดทริปเดินป่า 1 ครั้ง อีกทั้งความชำนาญและประสบการณ์ เป็นสิ่งสำคัญและอุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การลงทุนในการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งแรงจูงใจให้เข้ามาทำงานและไม่เปลี่ยนงานเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.00) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการท่องเที่ยว

เดินป่าในพื้นที่ของผู้ศึกษาพบว่า ระเบียบและข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติในการควบคุมผู้นำเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นอำนาจต่อรองผู้ผลิตที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าต้องพร้อมมีกลยุทธ์ในการปรับตัว หากมีเหตุจำเป็นประกาศปิดการเข้าพื้นที่เดินป่า ที่ส่งผลต่อประสบการณ์ที่ไม่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวเดินป่า

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.61) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินป่าต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและระเบียบในการเดินป่า ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีทักษะเดินป่า ไม่มีอำนาจต่อรอง อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะ หากนักท่องเที่ยวที่มีทักษะเดินป่าและสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ สามารถหาบริการทดแทนจากการใช้บริการอุทยานแห่งชาติด้วยตนเองได้

การแข่งขันในอุตสาหกรรม การแข่งขันในอุตสาหกรรม (1.90) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง โดยจากเป็นการแข่งขันในการสร้างความแตกต่างทั้งภาพลักษณ์ และทักษะของบุคลากร ถึงแม้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่จะทำให้มีคู่แข่งเดินป่าหรือนักสื่อความหมายธรรมชาติที่มีทักษะ ความรู้เฉพาะด้าน ในการให้บริการตามรูปแบบของตนเพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น แต่ไม่ได้เป็นความแตกต่างจนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่อย่างใด

1.6 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย โดยภาพรวม ศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ (2.44) ดังนี้

อำนาจต่อรองของผู้ผลิต อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (2.83) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากว่าการท่องเที่ยวเดินป่า มีความเสี่ยงในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งการเดินทางตามเส้นทางบนภูเขาที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรอง

นักท่องเที่ยวที่จะบังคับใช้ข้อบังคับ กฎระเบียบ รวมทั้งการป้องกันเหตุฉุกเฉินระหว่างการเดินป่า ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินป่าได้มีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเช่นกัน

อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (2.06) ส่งผลให้ระดับศักยภาพทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเดินป่าที่มีประสบการณ์สูง มาเดินป่าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 2 จะเกิดกระแสนิยมในการเข้าศึกษาธรรมชาติ ทำให้หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ เกิดการปรับปรุงดูแลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งชุมชนเกิดการพัฒนาและแผนการดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนอีกด้วย

วิจารณ์

การจัดการท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่ทั้งด้านพื้นที่ ด้านบุคลากรและบริการ ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย เป็นด้านที่มีผลขีดความสามารถทางการแข่งขันมากที่สุด แต่เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของธุรกิจท่องเที่ยวเดินป่าในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีทรัพยากรธรรมชาติเหมือนกันทั้งในภาคเหนือตอนบน 1 รวมทั้งพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 ควรมีการใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง ต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงคุณค่าและความแตกต่างที่ไม่มีในผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อสร้างความภักดีกับสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นซึ่งทำให้สามารถตั้งราคาได้ค่อนข้างสูงกว่า เนื่องจากไม่สามารถหาสินค้าและบริการแบบนี้ได้จากที่อื่น ซึ่งความแตกต่างที่ว่าจะต้องแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจึงจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เช่นเดียวกับ Esichaikul and Chansawan (2017) ศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักของภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักวิชาการจำนวน 85 คนในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ 6 แห่งใน

ประเทศไทย ได้สรุปข้อเสนอแนะว่า แนวทางการจัดทำแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย การบังคับใช้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง การให้ความรู้และจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นเดียวกับ Songsoonthornwong *et al.*, (2017) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยมุ่งศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในอุทยานฯ โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรมคือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปและบันทึกภาพและเสียง ในด้านความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจพบว่า ปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากรและราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว อีกทั้งการจัดทำโครงการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้บริการโปรแกรมสื่อความหมายทางธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติภูกระดึงทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการให้ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ รองลงมาคือการจัดการขยะ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในด้านการได้รับความรู้และสื่อความหมายประเภทเส้นทางศึกษาธรรมชาติ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นควรปรับปรุงโปรแกรมสื่อความหมายให้เพียงพอและน่าสนใจ เพิ่มความชัดเจนของสื่อ ฉะนั้นการกำหนดกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน ด้วย กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

การสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ของ การจัดการท่องเที่ยวเดินป่า เป็นการแข่งขันที่ไม่ได้ใช้ เทคโนโลยีหรือเครื่องมือมากนัก กลยุทธ์จึงควร มุ่งเน้นมูลค่าและประสบการณ์ที่ปรากฏได้ชัดเจนแก่ นักท่องเที่ยว การสร้างความหลากหลายของเส้นทาง เดินป่าและกิจกรรม จากการสัมภาษณ์และร่วม ปรึกษากับผู้ประกอบการและนักเดินป่าที่มี ประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ มีข้อเสนอว่า กิจกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาการวิ่งเทรล (Trail Running) มีการประมาณว่าระหว่าง 25% ถึง 30% ของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของโลกนั้นเกี่ยวข้องกับ กีฬาและยังมีการคาดการณ์อัตราการเจริญเติบโต ที่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้มี ความเกี่ยวข้องกับหลาย ปัจจัย เช่น รูปแบบกิจกรรม ผู้เข้าร่วม และสถานที่ (Getz, 2008) ท้ายที่สุด ประโยชน์ที่ได้รับไม่เพียงมาจาก กิจกรรมกีฬาเท่านั้น แต่ยังมาพร้อมกับนักท่องเที่ยวด้วย โดยในการ จัดการแข่งขันวิ่งเทรลนั้น นับว่าเป็นกระแสการ ท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การเข้าถึงพื้นที่ธรรมชาติที่ กำหนดเส้นทางที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศให้น้อย ที่สุด อีกทั้งเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้คนในพื้นที่ที่ มีการแข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็น การจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึก การสร้างรายได้จาก ที่พักแบบโฮมสเตย์ของนักกีฬา เป็นการพัฒนาการ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างดี สอดคล้อง กับงานวิจัยของ Phusanapas (2020) เรื่องส่วน ประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกิจกรรมงานวิ่งเทรล ว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งเทรล มีความคิดเห็นถึงส่วน ประสมทางการตลาดโดยรวม ทั้ง 7 ปัจจัยอยู่ใน ระดับมากที่สุด สิ่งนี้เป็นสิ่งที่บ่งถึง การจัดการ แข่งขันกีฬากลางแจ้งนั้นมีความท้าทาย ผู้คนมีความ พิจารณาที่จะเล่นกีฬาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อการ สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติเพื่อเติมเต็มไลฟ์สไตล์ที่ ส่งผลต่อสุขภาพดีและค้นหาความบริสุทธิ์ของอากาศ

ซึ่งปัจจุบันองค์กรการจัดกีฬา กำลังค้นหาสถานที่ ใหม่ ๆ ที่ไม่เพียงแต่ดึงดูดนักกีฬา แต่ยังเพิ่มจำนวน ผู้ชมและผู้ติดตามด้วย ท้ายที่สุดวัตถุประสงค์ก็คือ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความยั่งยืนด้วยความพยายาม ร่วมกันและความปรารถนาที่ดีของผู้มีส่วนได้เสียใน ลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ต้องมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีโครงสร้างการ ทำงานที่ชัดเจน มีคณะกรรมการที่จัดตั้งอย่างเป็นทางการจากชุมชน เช่นเดียวกับ Jussapalo (2019) ศึกษาเรื่องศักยภาพในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวของธุรกิจและชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำ ทะเลสาบสงขลา กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่สมาชิกใน ชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวผ่านการ มีกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ สร้าง ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว จะเป็น ประโยชน์ต่อชุมชน สร้างความสมดุลระหว่าง ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมและ คุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

2) ความแตกต่างในด้านบริการ (Service Differentiation)

จากผลการศึกษาในระดับศักยภาพทางการ แข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง โดยจากเป็นการแข่งขัน ในการสร้างความแตกต่างทั้งภาพลักษณ์ และทักษะ ของบุคลากร ถึงแม้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่มักจะให้ มัคคุเทศก์เดินป่าหรือนักสื่อความหมายธรรมชาติที่มี ทักษะ ความรู้เฉพาะด้าน ในการให้บริการตาม รูปแบบของตนเพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น แต่ ไม่ได้เป็นความแตกต่างจนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่ อยางใด ในการสร้างความแตกต่างด้านบริการจึงควร เพิ่มขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อ พัฒนาและส่งเสริมทักษะการสื่อสาร มีการอบรม ภาษาอย่างต่อเนื่อง สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรด้วย การเพิ่มค่าตอบแทนเพิ่มเติมสำหรับมัคคุเทศก์ที่ สื่อสารได้มากกว่า 2 ภาษา ซึ่งจะเป็นการขยายตลาด นักท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ และสร้างความ เชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวเดินป่าของภาคเหนือ ตอนบน 2

3) ความแตกต่างในด้านบุคลากร (People Differentiation)

การท่องเที่ยวแบบเดินป่า สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งคือ มาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งกลยุทธ์ที่จะสร้างความแตกต่างก็คือ การสร้างบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริง (Specialist Trekker) ให้มีทักษะการกู้ชีพ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การป้องกันและช่วยเหลือกรณีนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บ หรือพลัดหลงระหว่างการเดินป่า ซึ่งทักษะที่แท้จริงเหล่านี้ต้องรับการอบรมอย่างถูกต้องจากหน่วยงานที่เชี่ยวชาญ ปัจจุบันในจังหวัดพะเยามีกลุ่มผู้ประกอบการที่มีทักษะท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่ประสบความสำเร็จสูง ซึ่งหากได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐและภาคการศึกษาในการสร้างบุคลากรเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวแบบเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างด้านบุคลากรที่เชี่ยวชาญการเดินป่า คือการเพิ่มพูนมัคคุเทศก์เดินป่า จากสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้ร่วมมือกับสถานประกอบการในการร่วมสอนทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4) ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

การสร้าง ความแตกต่างที่ภาพลักษณ์ ต้องสร้างความแตกต่างระบบการจัดการท่องเที่ยวเดินป่า ที่มีคุณค่าและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว โดยการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเดินป่าที่สื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงนัยสำคัญของกิจกรรมเดินป่า โดยจากผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์ เป็นสิ่งสำคัญต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจึงมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การยืดหยุ่น (Resilience) กิจกรรมการเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็น

การฟื้นฟูจิตใจ โดยสร้างกระบวนการฟื้นฟูตัวจากการเข้าป่าและใช้เวลาอยู่ธรรมชาติ ซึ่งองค์ประกอบของความสามารถในการฟื้นฟูจิตใจในภาวะวิกฤต Wagnild และ Young (1993 : 167-168) ได้แบ่งลักษณะความสามารถในการฟื้นฟูพลังใจในภาวะวิกฤตออกเป็น 5 องค์ประกอบดังนี้ 1. ความสงบทางใจ (Equanimity) การมีความสมดุลในจิตใจ 2. ความอดทน (Perseverance) การที่มีความพยายามที่จะสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้น 3. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-reliance) การมีความมั่นใจในความสามารถของ ตนเองในการแก้ไขปัญหา 4. การตระหนักถึงคุณค่าและความหมายในชีวิต (Meaningfulness) 5. การดำรงชีวิตโดยรู้ถึงการมีเส้นทางชีวิตของแต่ละฝ่าย ของใครของคณนั้น (Existential aloneness) ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเดินป่าแสดงความคิดเห็นว่าการเดินป่านั้นเป็นการสนับสนุนแนวคิดการฟื้นฟูจิตใจจากสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมที่มากขึ้น เป็นการลดความกดดันต่อตนเองและสร้างภูมิคุ้มกันในการรับมือกับปัญหาเช่นกัน

4.2 การฟื้นฟู (Rehabilitation) จากแนวโน้มที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและระบบนิเวศที่มากขึ้นในปัจจุบัน กิจกรรมการเดินป่าที่เพิ่มเติมภาพลักษณ์ของการศึกษาธรรมชาติและร่วมฟื้นฟูป่าด้วยการปลูกต้นไม้ที่จำเป็นต่อระบบนิเวศในเส้นทางเดินป่าทั้ง 4 จังหวัด และการให้ชุมชนในพื้นที่เป็นตัวแทนผู้สื่อความหมายและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเดินป่าที่เข้าไปเยี่ยมชมเยือนในพื้นที่ จัดทำศูนย์การเรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่จดจำแก่นักท่องเที่ยวเดินป่า ทำให้เกิดความประทับใจและกลับมาดูแลพื้นที่ธรรมชาติได้อย่างต่อเนื่อง

4.3 การคืนสภาพ (Recovery) จากพื้นที่เดินป่าที่ศึกษาพบว่า ปัญหาการรุกรานเขตป่าเพื่อการเกษตรกรรมของชุมชนบางส่วน เป็นสิ่งที่สร้างความ

ขัดแย้งให้ภาครัฐและชุมชนในพื้นที่ กลยุทธ์ที่จะสร้างความแตกต่างของในด้านภาพลักษณ์ คือการสร้างแนวทางการพัฒนาการอยู่ร่วมกันของชุมชนกับป่า ดังนั้น การลดความขัดแย้งและร่วมกันดูแลรักษาทรัพยากรในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องมีการบริหารจัดการร่วมกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.4 การลดลง (Reduce) กลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าที่สามารถนำมาใช้คือ รอยเท้านิเวศน์ (Ecological Footprint) เป็นการวัดผลกระทบของกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่กระทบต่อระบบนิเวศน์ โดยคำนวณจากการบริโภคและปริมาณขยะที่เกิดขึ้น แล้วเทียบกับอัตราการฟื้นฟูระบบนิเวศน์

สรุป

การศึกษาครั้งนี้ ทำให้พบว่าการท่องเที่ยวเดินป่าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 เป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จากการนำทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แนวทางการบังคับใช้กฎระเบียบกับชุมชนรอบพื้นที่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องร่วมกันประสานงานและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนให้กับทั้งชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมเดินป่า การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เน้นการกระจายผลประโยชน์กับชุมชน การสร้างบุคลากรมัคคุเทศก์เดินป่าที่มีความเชี่ยวชาญทั้งการบริการและความปลอดภัย การบูรณาการกับหน่วยงานที่เป็นผู้ดำเนินการอบรมมัคคุเทศก์และกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาในการกำหนดสมรรถนะ และมาตรฐานการให้บริการอย่างมืออาชีพ รวมทั้งแผนการส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมุ่งเน้นเจาะลูกค้า

เฉพาะกลุ่มที่นิยมธรรมชาติ และสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวแบบเดินป่าในภาคเหนือตอนบน 2 อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Bazan, G.1997.Review: Our ecological footprint: Reducing human impact on the earth. Electronic Green Journal 1(7), doi: 10.5070/G31710273.
- Brockelman, W. Y., and P. Dearden. 1990. The role of nature trekking in conservation: A case-study in Thailand. Environmental Conservation, 17(02), 141.
- Esichaikul, R and R. Chansawan. 2017. Development of ecotourism attraction standards in Thailand. Dusit Thani College Journal 11(Special Issue): 1-17.
- Getz, D. 2008. Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management 29(3): 403–428.
- Jussapalo, C. 2019. Assessment of community-based tourism management by ban tha hin area of songkha lake basin, sathing phra district, Songkhla province. Journal of Community Development and Life Quality 9(1) : 73-86. (in Thai)
- Sangpikul, A. 2010. Marketing ecotourism through the Internet: A case of ecotourism business in Thailand. International Journal of Hospitality and Tourism Administration 11 (2): 65-79.
- Somnil, P., K. Sihanu, N. Nilsang, and C. Chaimanee. 2020. The influence of

marketing mix on sports tourism promotion of the trail running events. Journal of Sports Science and Health 21(2), (May-August 2020). Faculty of Science, Udonthani Rajabhat University. (in Thai)

Songsoonthornwong, C., K. Trakansiriwanich and T. Rattanalapho. 2017. Marketing promotion for ecotourism in Thailand.

Electronic Journal of Open and Distance Innovation Learning 7(2): 103-117 (in Thai)

Wagnild, G. and H.Young. 1993. Development and psychometric evaluation of the resiliency scale. Journal of Nursing Measurement (1) :165-178. (in Thai)
