

สถานการณ์และแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทย Situation and Guidelines Promotion the Ecotourism of Deer Farming in Thailand

มนตรี ธรรมพัฒนากุล^{1*}, ดร.กาญจนา ทวินันท์²,

เลิศพิสิฐ สกุลศิลปกร³ และ ดร.สุวัจน์ ด้านสมบุญ⁴

Montri Thammapattanakul^{1*} Dr.Kanjana Tawinunt²

Lertpisit Sakulsinlapakorn³ and Dr.Suwaj Dansomboon⁴

E-mail: montri_tam@rmutl.ac.th^{1*} Kanjata81@gmail.com²

lertpisit_S@rmutl.ac.th³ and suwaj.da@kmitl.ac.th⁴

^{1,2,3}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

⁴อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดพิษณุโลก 65000^{1,2,3}

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520⁴

*corresponding author : Kanjata81@gmail.com

Received: December 7, 2020 Revised: December 23, 2020 Accepted : December 28, 2020

ABSTRACT

This study aimed to 1) study the ecotourism situation of deer farming in Thailand and 2) study the ecotourism promotion guidelines of deer farming in Thailand. It is the qualitative research. The sample consisted of 12 deer farming operators. For the qualitative research collecting data by in-depth interview with content analysis. The results showed that the situation of deer farming in Thailand of tourism potential. The guidelines for promoting tourism should be integrated with agencies, In transferring knowledge in tourism administration and management and jointly formulate a plan for the development of deer farming to be able to develop a deer farming for tourism. And entrepreneurs should aim to develop tourism to be a learning center for tourists by promoting farms as a source of career building for the community in order to promote sustainable tourism.

Keywords: Ecotourism, Guidelines, Promotion, Deer Farming

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทย 2) ศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยโดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการฟาร์มเพาะเลี้ยงกวาง จำนวน 12 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีการนำข้อมูลเชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยมีศักยภาพการท่องเที่ยว โดยแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นควรมีการบูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว และร่วมจัดทำแผนในการพัฒนาฟาร์มให้สามารถต่อยอดเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเพื่อการท่องเที่ยว โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะเป็นศูนย์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้ฟาร์มเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, แนวทาง, การส่งเสริม, ฟาร์มเพาะเลี้ยงกวาง

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคมหรือวัฒนธรรม โดยด้านเศรษฐกิจนั้นการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปนั้นถือได้ว่าเป็นการสร้างความสำเร็จของการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ที่ระบุว่าประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะดวกและยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2561) โดยกระแสการท่องเที่ยวของโลกนั้นมีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ทั้งนี้ในปัจจุบันการเลี้ยงกวางมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลทำให้การเลี้ยงกวางในประเทศไทยมีการพัฒนามากขึ้นกว่าที่ผ่านมา อีกทั้งการดำเนินธุรกิจเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์สามารถต่อยอดและขยายสาขาทางธุรกิจได้ค่อนข้างหลากหลาย โดยการเลี้ยงกวางส่วนใหญ่จะให้อยู่กับธรรมชาติ และจะกินพืชเป็นอาหารจึงทำให้ไม่ทำลายระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ซึ่งธุรกิจกวางส่วนใหญ่จะเน้นการเพิ่มพื้นที่ในการเลี้ยงให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด และการทำธุรกิจกวางนั้นจะต้องทำงานร่วมกันกับผู้ประกอบการหลายๆ ส่วน ซึ่งจะนำไปสู่การต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวได้ (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ, 2555) โดยมีลักษณะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการในฟาร์ม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษา และมีความสนุกสนานในกิจกรรมของฟาร์ม (Paresh & Milind, 2012) ถึงแม้ว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่เนื่องจากข้อมูลงานวิจัยและองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบฟาร์มยังมีอยู่น้อยและมีจำนวนจำกัดจึงทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังไม่ได้รับความสนใจและเป็นที่แพร่หลายมากนัก ทำให้การท่องเที่ยวยังขาดโอกาสในการเติบโตและไม่สามารถพัฒนาได้เท่าที่ควร จึงทำให้เกิดการจำกัดของการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและภาคธุรกิจน้อยลง (ัญญาลักษณ์ ศิริวรรณกุล, 2555) จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์และแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยเพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญที่นำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจการเพาะเลี้ยงกวางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน ซึ่งเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการนั้น (Goeldner and Ritchie, 2006) อีกทั้งยังเป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ (อรรธรณ เกิดจันทร์, 2557) ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นระบบที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถูกจัดแบ่งและใช้ประโยชน์ (เช่น เครื่องอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ การขนส่ง และการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว) เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ความเคลื่อนไหวของระบบนั้น ๆ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบต่อพื้นที่ที่ถูกจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับพื้นที่ดังกล่าวในหลายด้านด้วยกัน (สุภาพร คำภีระ, 2551) โดย UNWTO (1997) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา, การท่องเที่ยวเชิง และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี ,การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา, การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์, การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว, การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่นิยมนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์กันอย่างแพร่หลาย (Hutanuwat, 2002) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญของการวิเคราะห์เพื่อศึกษาศักยภาพและความสามารถขององค์กร ซึ่งจะนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต (Bartol & David, 1994) ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมที่สำคัญ 2 ประเภท คือ 1) การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ และ 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ โดยเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT มีรายละเอียดดังนี้ (บุญทวรรณ วิงวอน, 2556)

1. จุดแข็ง (S: Strengths) เป็นปัจจัยภายในที่ควบคุมได้ ซึ่งจุดแข็งนี้จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบ ผลดี หรือผลเชิงบวกต่อธุรกิจ ได้แก่ โครงสร้างองค์กรมีความชัดเจน มีผู้ถือหุ้นจำนวนมาก ความรู้ความสามารถหลักขององค์กรเป็นเลิศ คณะกรรมการบริหารมากด้วยประสบการณ์ พนักงานภายในองค์การทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์การมีความเข้มแข็ง เป็นต้น

2. จุดอ่อน (W: Weaknesses) เป็นปัจจัยภายในที่ควบคุมได้ แต่เป็นปัจจัยภายในที่ เกิดจากข้อด้อย ผลเสีย หรือผลเชิงลบในการดำเนินธุรกิจ เช่น การบริหารงานที่ผิดพลาด ขาดการเชื่อมโยงภายในเครือข่ายธุรกิจ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน สินค้าที่ผลิตออกมาไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน ขาดการประสานงานที่ดีภายในองค์การ เป็นต้น

3. โอกาส (O: Opportunity) เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่เป็น สภาพแวดล้อมที่ส่งผลดีต่อธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้น นโยบายของภาครัฐให้การ สนับสนุน สินค้าของคู่แข่งมีคุณภาพต่ำ เป็นต้น

4. อุปสรรค (T: Threat) เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็น สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบให้เกิดความเสียหายแก่ธุรกิจ เช่น รัฐขึ้นภาษี สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ วิกฤตภาวะโลกร้อน วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

โดยสามารถกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหารทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร (สมคิด บางโม, 2552) ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT
ที่มา: Armstrong (1996)

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Five Force Model

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2563) ได้กล่าวถึง Five Forces Model ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเครื่องมือนี้ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดที่กำลังดำเนินธุรกิจ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาด ซึ่งถูกนำมาใช้สำหรับช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดย Michael (1980) แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์ประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry: IR) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกันโดยอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง กำลังการผลิตเงินทุน ส่วนแบ่งตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน (Fehr & Falk, 1999)

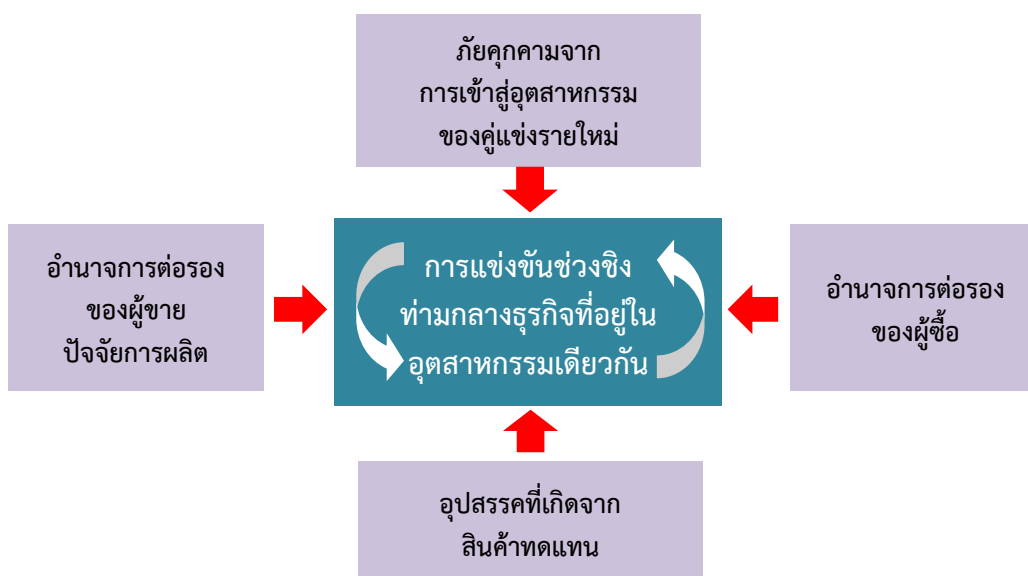
ประการที่ 2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Power of Buyer: PB) เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

ประการที่ 3 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Power of Suppliers: Ps) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่บริษัทฯ โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจเราต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็就会有ความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็จะมีส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ประการที่ 4 คู่แข่งรายใหม่ (New Entrants: NE) เป็นการวิเคราะห์ความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

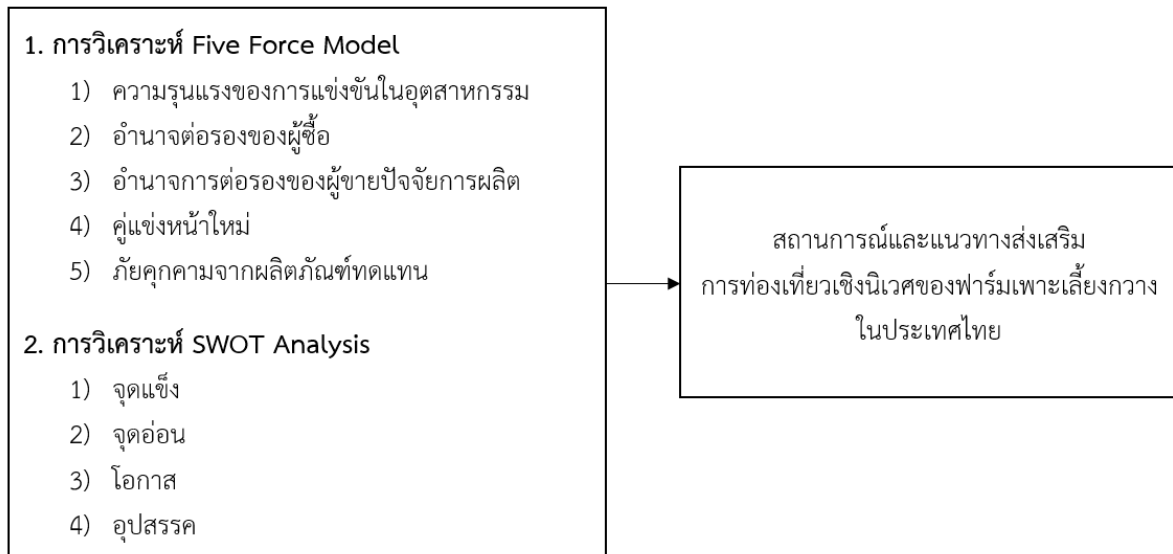
ประการที่ 5 ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitute Product: SP) เป็นการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต (Lovelock, 1996)

ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 (5 Forces Model) บ่งบอกถึงโอกาส และเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจต้องหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 เพื่อหาความได้เปรียบในการแข่งขันและการลดความเสี่ยงของตนเองลงได้ และเพื่อประเมินว่าบริษัทนั้นมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวหรือไม่ ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 Porter's five force model
ที่มา: วิเชียร วิทยอุดม (2554)

4. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการฟาร์มแพะเลี้ยงกวางในประเทศไทยจำนวน 45 ราย (สหกรณ์กวางแห่งประเทศไทย จำกัด, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการฟาร์มแพะเลี้ยงกวาง จำนวน 12 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการฟาร์มแพะเลี้ยงกวางที่มีความสนใจและมีศักยภาพในการส่งเสริมฟาร์มกวางให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการฟาร์มแพะเลี้ยงกวางเพื่อการท่องเที่ยวระยะเวลา 1- 5 ปี

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยผู้วิจัยจะกำหนดคำถามไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความน่าสนใจในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ Five Force Model

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์จนครบถ้วนทุกขั้นตอนแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูล SWOT Analysis และการวิเคราะห์ Five Force Model โดยการนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์และแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มแพะเลี้ยงกวางในประเทศไทย

6. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการท่องเที่ยวของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทย (SWOT Analysis)

ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก
จุดแข็ง (Strengths) - ประสบการณ์และความรู้ของผู้ประกอบการฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในการถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยว - มีพื้นที่สำหรับขยายธุรกิจเพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว - มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว - มีผลิตภัณฑ์จากกวางที่มีการแปรรูปเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว - มีผลิตภัณฑ์จากกวางที่มีการแปรรูปด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว	โอกาส (Opportunities) - รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว - แนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - ความหลากหลายและความสะดวกรวดเร็วของระบบการคมนาคมขนส่ง - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีแผนการพัฒนาให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย - มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางหลายแห่ง - นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติมากขึ้น
จุดอ่อน (Weaknesses) - ทุนในการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว - ไม่มีทิศทางและแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว - ประสบการณ์ด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว - สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ - ขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ	อุปสรรค (Threats) - การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบอื่นภายในประเทศ - ชุมชนท้องถิ่นให้ความสนใจและมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวน้อย

ผลการวิเคราะห์ความน่าสนใจในอุตสาหกรรม

เพื่อให้ทราบถึงความน่าสนใจในการท่องเที่ยวของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยผู้วิจัยจึงใช้ Five Forces Model สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. คู่แข่งหน้าใหม่ (New Entrants: NE) คู่แข่งขันรายใหม่ของธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์รายใหม่ที่ดำเนินการพัฒนาธุรกิจในการท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก ด้วยข้อจำกัดในเรื่องต้นทุน ได้แก่ ต้นทุนในการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเพื่อรองรับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ต้นทุนในการบริหารจัดการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าแรงงาน ค่าบริหารจัดการสิ่งสนับสนุนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

1.2 กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์ แต่มีความต้องการนำกวางมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับธุรกิจของตนเอง ได้แก่ ธุรกิจที่พัก โรงแรม โฮมสเตย์ และธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่ประสบปัญหาการจัดการกวาง โดยสาเหตุสำคัญคือ ขาดความรู้และประสบการณ์ในการเลี้ยงกวาง ทำให้ผู้ประกอบการที่ซื้อพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์กวางมาขยายพันธุ์เองไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ผู้ประกอบการบางรายเลือกซื้อเฉพาะลูกกวางมาเลี้ยงเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาให้อาหารและเยี่ยมชม

2. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Power of Suppliers: Ps) ธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์เป็นธุรกิจจะประสบปัญหาด้านอาหารประเภทหญ้าสดสำหรับกวาง ซึ่งขาดแคลนในบางช่วงของปีแต่ส่งผลกระทบต่อไม่มากนักให้กับธุรกิจ

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Power of Buyer: PB) ธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์ที่พัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีการเก็บค่าบริการ แต่จะมีรายได้จากการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1 กลุ่มรายได้จากการบริการ ได้แก่ รายได้จากที่พัก รายได้จากการเช่าพื้นที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดงานเลี้ยง จัดงานเทศกาลต่าง ๆ และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น รายได้จากค่าอาหารกวางที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการต่ำ เนื่องจากเป็นประเภทธุรกิจเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวมีทางเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันค่อนข้างน้อยในพื้นที่

3.2 กลุ่มรายได้จากการขายสินค้า ได้แก่ รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกวางและของที่ระลึก รวมถึงผลิตภัณฑ์จากกวางอ่อนเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาสูงแต่ด้วยสรรพคุณเป็นที่ต้องการสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อต่ำ

4. ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitute Product: SP) สินค้าทดแทนหรือสถานที่ท่องเที่ยวทดแทนอื่น ๆ ที่มีลักษณะและรูปแบบการให้บริการที่คล้ายกันมีสูง โดยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้บริการที่พัก ร้านอาหาร และมีกิจกรรม

สนับสนุนการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันในแต่ละแห่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว

5. ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry: IR) ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ มีจำนวนมากมายหลายหลายประเภท แต่สำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยนั้นยังมีจำนวนไม่มาก ซึ่งส่วนใหญ่ที่มีความสนใจมีความต้องการที่จะมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว และสถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนต่าง ๆ และผู้ประกอบการบางกลุ่มยังไม่มีแนวคิดจะพัฒนาเป็นธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เป็นธุรกิจฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์โดยจะเลี้ยงกวางเพื่อจำหน่ายเนื้อ เขากวางอ่อน และจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกวางเท่านั้น จึงทำให้การแข่งขันภายในธุรกิจยังไม่สูงมากนัก

แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมสนับสนุนโดยการบูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงสนับสนุนงบประมาณและร่วมจัดทำแผนในการพัฒนาฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางให้สามารถต่อยอดและพัฒนาเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน

2. ภาคเอกชนได้แก่ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโดยการสร้างโมเดลธุรกิจต้นแบบเพื่อให้สมาชิกได้เรียนรู้ในรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือ และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการเพาะเลี้ยงกวางแก่สมาชิก โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว และสถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนต่าง ๆ ประกอบกับเน้นการบริหารจัดการฟาร์มที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมให้ฟาร์มเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และนำผลผลิตทางเกษตรหรือการแปรรูปสินค้าท้องถิ่นมาจำหน่ายร่วมกัน เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และการเกิดมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมากขึ้น

7. การอภิปรายผล

จากการศึกษาสถานการณ์และแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางในประเทศไทยมีศักยภาพการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีความต้องการให้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาฟาร์มกวางเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นควรมีการบูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงสนับสนุนงบประมาณและร่วมจัดทำแผนในการพัฒนาฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางให้สามารถต่อยอดและพัฒนาเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ฟาร์มเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (2555) ได้กล่าวว่า การทำฟาร์มกวางในประเทศไทยมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ไม่เร็วเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาโอกาสเพิ่มพูนความรู้และทักษะ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์การสมาคมที่ให้การสนับสนุนและให้ข้อมูลโดยการเข้าร่วมกับมหาวิทยาลัย สถาบัน กระทรวงกรมต่าง ๆ ซึ่งสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ พนักงาน คนในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องทำงานประสานกันเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Chonburi Provincial Office, Development Strategy Group (2017) ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของการท่องเที่ยวคือ การขาดการบูรณาการของการทำงานในจังหวัด ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนในการบริหารจัดการจากภาครัฐและหน่วยงานเอกชน ในเรื่องการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการวางแผนแบบบูรณาการโดยเปิดโอกาสให้ทุกส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และสร้างแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนต่อไป (รุ่งโรดิศ เมืองลือ, 2560) และจากการศึกษาของวุฒิชัย เทพเทียมทัศน์ (2560) ที่ได้นำแนวคิด Five Forces Model ของ Michael, E. Porter (1980) มาประยุกต์ใช้พบว่า แนวทางเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาเซียน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอาเซียน นั้นเป็นปัจจัยสาเหตุให้เกิดแรงกดดันต่อภาคอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงควรยึดหลักของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาเหมือนกันและเกิดการรวมกลุ่มไว้เพื่อช่วยแก้ปัญหาไปพร้อมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ratthanon Pongwiritthon (2015) ที่ได้ระบุแนวทาง

พัฒนาการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยจะต้องเป็นการร่วมมือของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนโดยต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน โดยอาจจะมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการและพันธมิตรทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วย (ัญญลักษณ์ ศิริวรรณากุล, 2555) และสอดคล้องกับเดือนเพ็ญ คำพวงและคณะ (2559) ระบุว่าการพัฒนาความจากการบูรณาการทำงานร่วมกันสร้างความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น ควรจัดตั้งองค์กรตัวแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวให้เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนกลยุทธ์เพื่อให้การพัฒนาที่มีความต่อเนื่อง และสามารถนำกลยุทธ์ไปดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยร่วมกันวางแผนและดำเนินกิจกรรม เช่น จัดฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับมัชฌิมา อุดมศิลป์ (2556) กล่าวว่า หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องระดับจังหวัดควรเร่งรัดและสนับสนุนส่งเสริมประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและสม่ำเสมอ โดยควรมีการฝึกอบรม หรือมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยทรัพยากรทางธรรมชาติที่ผนวกเข้ากับรูปแบบวิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้นหน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงควรให้การสนับสนุนแนะแนวทางให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดและเชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

8. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการเพาะเลี้ยงกวางรวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารและการจัดการฟาร์มกวางเพื่อการท่องเที่ยว
2. ควรนำผลการวิจัยที่ได้นำเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาโดยมุ่งส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาฟาร์มเพาะเลี้ยงกวางเพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- 1 กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564*. กรุงเทพฯ: วีไอพี ก๊อปปีปริน.
- 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). *การวิเคราะห์ Five Force*. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-5forcesanalysis>
- 3 กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 10*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- 4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *สรุปผลงานวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure*. สืบค้นจาก <https://etatjournal.files.wordpress.com/2012/11/eco-adventure-tourism.pdf>
- 5 เดือนเพ็ญ คำพวง, ศุภพร ไทยภักดี, และพันธจิตรต์ สีเหนียง. (2559). กลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่เกษตรเพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 13*, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, นครปฐม.
- 6 ัญญลักษณ์ ศิริวรรณากุล (2555) *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ จังหวัดสระบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.
- 7 บุญวรรณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- 8 พัชรินทร์ คำแปง. (2546). *การเกษตรเพื่อวิถีชีวิตที่ยั่งยืนในความหมายและเงื่อนไขที่หลากหลายของเกษตรกร: กรณีศึกษาสมาชิกกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ตำบลแม่ทา จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- 9 พัชรรัตน์ หารไชย. (2552). *การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพมหานคร.
- 10 มัชฌิมา อุดมศิลป์. (2556). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนคลองโคกนาคจังหวัดสมุทรสงคราม*. *วารสารวิทยบริการ*, 24(4), 135-149.

- 11 รุ่งรติศ เมืองลือ. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11, 31-57.
- 12 วุฒิชัย เทพเทียมทัศน์. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวอาเซียนอย่างมีความได้เปรียบตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยระดับบน. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.
- 13 สมคิด บางโม. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- 14 สหกรณ์กวางแห่งประเทศไทย จำกัด. (2563). *รายงานสมาชิกประจำปี พ.ศ. 2563*, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, นครปฐม.
- 15 สุภาพร คำภีระ. (2551). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์ หมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควร อำเภอปง จังหวัดพะเยา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- 16 สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ. (2555). *คู่มือธุรกิจกวาง*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็นบีบีกรุ๊ป จำกัด.
- 17 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก https://issuu.com/kkkoykoy/docs/group154_6581_20140109165751
- 18 อรวรรณ เกิดจันทร์. (2557). *การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- 19 Armstrong, M. (1996). *A Handbook of Personnel Management Practice*. London: Kogan Page.
- 20 Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1994). *Management*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill, Inc.
- 21 Chonburi Provincial Office Development Strategy Group. (2017). *Chonburi Provincial Development Plan 2018 - 2021*. Chonburi: Chonburi Provincial Office.
- 22 Fehr, E., & Falk, A. (1999). Wage rigidity in a competitive incomplete contract market. *Journal of Political Economy*, 107(1), 106-134.
- 23 Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* 10th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- 24 Hutanuwat Nuntiya. (2002). *Strategic Planning for Community Business (SWOT Analysis)*. Ubonratchathani: Ubonratchathani Press.
- 25 Lovelock, C. H. (1996). *Service marketing*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- 26 Paresh, V. J., & Milind, B. B. (2012) Agro-Tourism A Specialized Rural Tourism: Innovative Product of Rural Market. *International Journal of Business and Management Tomorrow*, 2(1), 1-12
- 27 Potter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press.
- 28 Ratthanan Pongwirittthon. (2015). Development Guidelines for Sustainable Agro-Tourism: Pang Da Royal Project. *Suranaree Journal of Social Science*, 9(1), 19-35.
- 29 UNWTO. (1997). *Tourism 2020 Vision*. Madrid: UNWTO.