

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
Strategic Planning for Tourism Development based on
Biological Economy in Coping with the outbreak of
Coronavirus Disease of 2019 (COVID-19)

นงคราญ ไชยเมือง¹ สุตาภัทร คงเกิด² และ จงรักษ์ ศรีคำน้อย³
Nongkran Chaimuang Sutapat Kongkird and Jongrak Sricomnoy

Received: August 9, 2020

Revised: February 11, 2021

Accepted: February 12, 2021

บทคัดย่อ

บทความวิชาการ เรื่อง “การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)” เขียนขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความจำเป็นของการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ หลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อมุ่งหวังให้องค์การและชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวมีการทบทวนแผนและดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อก่อให้เกิดการยกระดับการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน ตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทั้ง 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร 2) การกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ 3) การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ 5) การกำหนดแผนกลยุทธ์ และ 6) การกำหนดนโยบาย ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ จะนำไปสู่การพัฒนาคน สมาชิกของชุมชน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และตลอดจนสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด ดังตัวอย่างการดำเนินการตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชนบ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ต.น้ำเกีฮ่วน อ.ภูเพียง จ.น่าน ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพด้วยสมุนไพรรอบตัว

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ การวางแผนกลยุทธ์ วิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: Nongkran_Chaimuang@hotmail.com

²อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: sprightly12@hotmail.com

³อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: ajarnjongrak@hotmail.com

Abstract

The aims of this academic article are to present the necessity of strategic planning for tourism's development based on the biological economy after the coronavirus 2019 outbreak and 2) encourage tourism management organizations and communities review and implement their strategic planning in order to upgrade their tourism based on the foundation of the community's biological economy based on the 6-step strategic planning process. The strategies include 1) analysis of the external and internal environment of the organization, 2) determining the vision and mission, 3) determining the factors for success, 4) setting the objectives, 5) setting the strategic plan, and 6) formulating the policy. The development of tourism based on biological economy will contribute to the development of people, members of the community, society, economy, environment, safety and health of tourists. These ultimate goals are correspond to the strategic planning process for the development of tourism based on the biological economy implemented by Ban Mai Phatthana Community, Moo 4, Nam Kian Sub-district, Phu Piang District, Nan Province where was selected to be a community model based on the sufficiency economy, OTOP Village for agricultural tourism and herbal health.

Keywords: Tourism development based on biological economy, Strategic planning, Coronavirus 2019 Crisis (COVID-19)

บทนำ

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของประเทศไทย หลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทยมหาศาล ผู้ประกอบการทุกกลุ่มทยอยปิดตัวลงมาตั้งแต่ปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา และมีส่วนสำคัญที่ทำให้โครงสร้างของธุรกิจท่องเที่ยว และแนวทางการทำงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิมเป็นอย่างมาก (“โควิดทรานส์ฟอร์ม,” 2563) การพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของประเทศไทย คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการเชื่อมโยงข้อได้เปรียบเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพของไทย เข้าสู่การพัฒนาโดยใช้ Industry 4.0 (คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สมาชิกขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, 2559, น. 9) หลังจากมีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของประเทศไทย ต้องวางแผนรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ให้สอดคล้องกันกับการเพิ่มระยะห่างทางสังคม (Social distancing) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมมนุษย์ในความปกติใหม่หรือฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) และการเปลี่ยนแปลงขององค์การธุรกิจที่

เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital disruption) เพื่อให้มีระบบภูมิคุ้มกันทั้งกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชุมชนในอนาคต ซึ่งที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นส่วนหนึ่งของพลังการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ มีความเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน และยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและความเป็นไทย ซึ่งประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงอภิมหาอารยธรรมของไทย

ในปี พ.ศ. 2560 สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้อยู่ในอันดับที่ 31 จาก 140 ประเทศทั่วโลก จากผลการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ผ่านมา แม้จะประสบผลสำเร็จด้านรายได้และขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังคงมีปัญหาค้างคาพื้นฐานอีกหลายประการ โดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560, น. ง) ดังนั้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านการพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ และโดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างสมดุลของการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการกับภาคส่วนต่าง ๆ โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” (กรมการท่องเที่ยว, 2561, น. 28-29) ซึ่งสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ได้ทำหน้าที่รับผิดชอบการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจจากความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อเป็นกลไกการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชนและภาคธุรกิจ บนฐานการใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนา เพื่อเป็นการสร้างรายได้ควบคู่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ, 2560, น. 17)

บทความนี้ จึงมุ่งที่จะเสนอแนวคิดและการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อเสนอการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และหาปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเนื้อหาของบทความประกอบไปด้วย สาเหตุ ความสำคัญ และวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ การปฏิรูปเศรษฐกิจชีวภาพของประเทศไทย และนำเสนอหลักการและกระบวนการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการ

ท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับองค์กรและชุมชนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพอย่างมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ทำหน้าที่เป็นองค์กรและชุมชนที่สร้างคุณค่าทางสังคม และพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยและสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

วิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจ ส่งผลให้เกิดโรคปอดอักเสบ เริ่มระบาดครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ต่อมาได้พบผู้ป่วยในหลายประเทศทั่วโลก และเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็น “การระบาดใหญ่” (Pandemic) มีจำนวนผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคประมาณร้อยละ 4.6 ซึ่งกลุ่มผู้ป่วยที่มีอาการรุนแรงส่วนมากเป็นผู้สูงอายุและผู้ที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน (กรมควบคุมโรค, 2564ข) จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลก ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564 มีจำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลก 113,144,780 คน เสียชีวิตจำนวน 2,509,899 คน สำหรับในประเทศไทยมีจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสม 25,764 คน หายป่วยแล้วจำนวน 24,734 คน มีผู้เสียชีวิตจำนวน 83 คน (กรมควบคุมโรค, 2564ก) ประเทศไทยมีผู้ป่วยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งล้วนกระจุกอยู่ในกรุงเทพฯ ปริมณฑล จังหวัดท่องเที่ยวและชายแดนภาคใต้ จนทำให้รัฐบาลของประเทศไทยตัดสินใจประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร ตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีการเพิ่มความเข้มข้นของมาตรการเพิ่มระยะห่างทางสังคม (Social distancing) โดยเฉพาะการอยู่บ้านเพื่อหยุดการแพร่และรับเชื้อ (“WHO เตือนสหรัฐฯ,” 2563) และคำที่คนไทยคุ้นชินในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยเฉพาะระหว่างการแถลงข่าวของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) และการปฏิบัติตัวตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คือ ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งที่ออกนอกบ้าน ล้างมือบ่อย ๆ และเว้นระยะห่างทางสังคม (ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, 2563) นอกจากนี้ ราชบัณฑิตยสภา ยังได้บัญญัติศัพท์คำว่า นิวนอร์มัล (New normal) ไว้ว่าหมายถึง ความปกติใหม่ หรือฐานวิถีชีวิตใหม่จากการระบาดทั่วโลกของไวรัสโคโรนา พ.ศ. 2562–2563 ซึ่งแพทย์จากมหาวิทยาลัยระบบสุขภาพแคนซัส คาดว่าการระบาดของไวรัสโคโรนา จะเปลี่ยนชีวิตประจำวันสำหรับคนส่วนใหญ่ ซึ่งรวมถึงการจำกัดการติดต่อระหว่างบุคคล เช่น การจับมือและกอด นอกจากนี้ ยังมีการรักษาระยะห่างจากคนอื่นโดยทั่วไป (“รู้จัก “New Normal”,” 2563)

นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังได้สร้างความโกลาหล รุนแรงให้กับโลกอย่างหนักหน่วงทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมไปถึงวิถีชีวิตของ

ผู้คน โดยผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ต่อเศรษฐกิจโลก มีดังนี้ 1) การแพร่ระบาดของไวรัสและความวิตกกังวล ทำให้การใช้จ่ายใช้สอยของคนลดลง เทียบนอกบ้านน้อยลง มีการเก็บตัว และใช้ชีวิตอยู่บ้านมากขึ้น ทำให้การบริโภคภายในประเทศโดยรวมชะลอลง โดยเฉพาะในจีน ต้นตอของที่เกิดเหตุไวรัส ซึ่งมีการบริโภคคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 40 ของขนาด GDP จีน ทำให้การส่งออกของประเทศต่าง ๆ ไปจีน ลดลงไปตามความต้องการบริโภคของจีนที่ลดลงด้วย 2) คนจีน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในภาคการท่องเที่ยวของหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ออกมาท่องเที่ยวนอกประเทศลดลงในภาพรวม ซึ่งเป็นผลมาจากการห้ามประชาชนเดินทางออกนอกประเทศ 3) การปิดทำการของโรงงานในจีน ซึ่งทำให้ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของโลกสะดุด 4) การลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงลดลง เนื่องจากนักลงทุนอยู่ในภาวะการกลัวความเสี่ยง (Risk-off sentiment) ส่วนหนึ่ง สะท้อนจากตลาดหุ้นทั่วโลกที่ตกอยู่ในแดนลบในช่วงที่ผ่านมา และส่งผลทำให้ผลตอบแทนของกองทุนต่าง ๆ ลดลง อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และทำให้ความมั่งคั่งของบุคคลลดลง (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2563) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ครั้งนี้ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทยมหาศาล ผู้ประกอบการทุกกลุ่มทยอยปิดตัวลงตั้งแต่ปลายเดือนมกราคมที่ผ่านมา ขณะที่แรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกว่า 4 ล้านคน ได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า บางส่วนถูกเลิกจ้างถาวร บางส่วนตกงานชั่วคราว บางส่วนถูกปรับลดเงินเดือน เป็นต้น การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ครั้งนี้ มีส่วนสำคัญที่ทำให้โครงสร้างของธุรกิจท่องเที่ยวและแนวทางการทำงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิมเป็นอย่างมาก (“โควิดทรานส์ฟอร์ม,” 2563)

การปฏิรูปเศรษฐกิจชีวภาพของประเทศไทย

เศรษฐกิจชีวภาพ (Biological economy) คือ ระบบเศรษฐกิจที่รวมเอาทั้งการผลิตสินค้า บริการ และการใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ โดยอาศัยทรัพยากร กระบวนการ และหลักการต่าง ๆ ทางชีววิทยา โดยเป็นการผลิตทรัพยากรชีวภาพที่หมุนเวียนได้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เช่น อาหารคน อาหารสัตว์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น พลังงานชีวภาพ (Bioenergy) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560) หัวใจหลักของเศรษฐกิจชีวภาพ คือ การเปลี่ยนเศรษฐกิจฐานเกษตรกรรมไปเป็นเศรษฐกิจนวัตกรรม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยรูปแบบนี้ เพราะมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์เป็นต้นทุนสำคัญ อีกทั้งพื้นฐานเศรษฐกิจของไทยเป็นเศรษฐกิจฐานเกษตรกรรม ที่เน้นการส่งออกสินค้าเกษตร เช่น ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และน้ำยาง ดังนั้น องค์กรและผู้ประกอบการต้องนำความรู้ทางนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรเหล่านี้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดอุตสาหกรรมหลากหลายชนิดเพิ่มขึ้น อาทิ อุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพ อุตสาหกรรมชีวเคมี พลาสติกชีวภาพ อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต และอุตสาหกรรมทางชีวเภสัชภัณฑ์ (ปกรณ นวลมณี, 2560, น. 2) นอกจากนี้เศรษฐกิจชีวภาพที่อาศัยความรู้สมัยใหม่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และทำให้ประสิทธิภาพการผลิตสูง และมีมูลค่าสูงขึ้นมากกว่าเดิม และยังช่วยแก้ปัญหาสำคัญระดับโลกที่เผชิญอยู่จากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอาหารทั้งอาหารคนและอาหารสัตว์ด้วยความรู้ต่าง ๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม การประมง การป่าไม้

จึงทวีความสำคัญมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560, น. 9) ดังนั้น การขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจชีวภาพ โดยการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นฐาน ในการเพิ่มมูลค่าให้กับความหลากหลายทางชีวภาพและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นจุดแข็งและเป็น ทุนพื้นฐานสำคัญของประเทศไทย จะทำให้เกิดการปฏิรูปการพัฒนาเศรษฐกิจ เปลี่ยนจากการรับจ้าง ผลิตด้วยฐานเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมและฐานทรัพยากรชีวภาพอย่างสิ้นเปลืองและไม่มีประสิทธิภาพ มาเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรม เพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตและบริการ มีการพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตการเกษตรและความหลากหลายทางชีวภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทาง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อันเป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในอนาคต (คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, 2559, น. 7; “รู้จัก Bioeconomy,” 2561)

นอกจากนี้ รัฐบาลยังต้องการส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต ทั้งอุตสาหกรรมเดิมที่มี ศักยภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เกษตรเชิงประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และอุตสาหกรรมอนาคต ได้แก่ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมี ชีวภาพ อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีการปฏิรูปเศรษฐกิจชีวภาพ และเป็นเศรษฐกิจกระแสใหม่ที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนให้ประเทศไทยพ้นจากการเป็นประเทศ “รับจ้าง ผลิตสินค้า” มาเป็นประเทศที่ใช้ “การพัฒนานวัตกรรม” โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้ ใช้ความหลากหลาย ทางชีวภาพของประเทศไทยอย่างยั่งยืน ผสมผสานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับภูมิปัญญา สร้างรายได้ใน ทุกห่วงโซ่การผลิต และพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวอย่างยั่งยืน (คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูป ประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, 2559, น. 1-2) ซึ่งสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจ จากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) หน่วยงานในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ทำหน้าที่รับผิดชอบการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจจากความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อเป็นกลไกการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน โดยได้กำหนด ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชนและภาคธุรกิจ บนฐานการใช้ ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืนและมีเป้าหมาย ดังนี้ ชุมชน/ท้องถิ่น มีความรู้พื้นฐานเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างเศรษฐกิจจากความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟู และสร้างมูลค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพ และนำผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ มาสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักใน การขับเคลื่อนการพัฒนา ทั้งในด้านสินค้าและบริการ การสร้างรายได้ควบคู่การอนุรักษ์ความหลากหลาย ทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสร้างแรงจูงใจทางการตลาด ร่วมกับการใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพ (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ, 2560, น. 17)

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กระบวนการการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning process) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชนต่าง ๆ ในประเทศไทย หลังจากมีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เนื่องจากการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) เกี่ยวข้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Factors for success) วัตถุประสงค์ (Objectives) กลยุทธ์ (Strategy) รวมไปถึงการกำหนดนโยบาย (Policy) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นการตอบคำถามว่า “ทำไปทำไม” นั่นคือ เพื่อให้องค์กรและชุมชนต่าง ๆ มีการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพอย่างมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ในการทำหน้าที่เป็นองค์กรและชุมชนที่สร้างคุณค่าทางสังคม และพัฒนาให้สอดคล้องไปกับยุทธศาสตร์ที่สำคัญของสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และองค์กรและชุมชนต้องพึงตระหนักไว้ว่า สิ่งที่ได้กำหนดไว้นั้น เช่น วิสัยทัศน์ ภารกิจ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ วัตถุประสงค์ และนโยบาย ไม่ได้มีลักษณะคงที่เสมอไป แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง หากองค์กรและชุมชนต่าง ๆ ต้องการความสำเร็จหรือพลิกฟื้นวิกฤติให้เป็นโอกาสได้ จะต้องกำหนดและเลือกใช้กลยุทธ์หรือวิธีการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ประสบอยู่

การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) หมายถึง กระบวนการกำหนดแผนขององค์กรที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยมุ่งทำการกำหนดทิศทางและวัตถุประสงค์ขององค์กรระยะยาวอย่างแน่ชัด และการกำหนดวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Wheelen & Hunger, 2012, p. 4) จึงอาจกล่าวได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ มีส่วนสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสร้างสรรค์ความเป็นผู้นำ โดยมุ่งการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กร แสดงถึงจุดเด่นที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และก้าวไปสู่วิสัยทัศน์ที่ต้องการในอนาคต

ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์ จึงเป็นการวางแผนที่มุ่งกำหนดทิศทางในภาพรวมขององค์กร รวมทั้งเป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning process) เป็นขั้นตอนพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management process) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

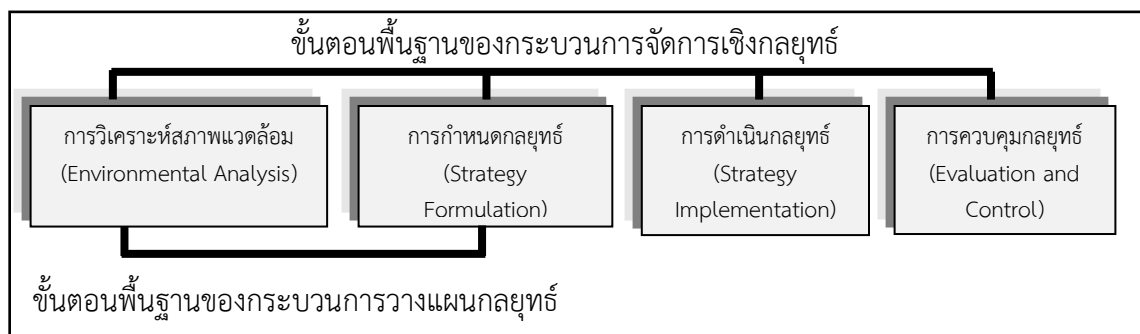


figure 1 แสดงขั้นตอนพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

(ที่มา: ดัดแปลงจาก Wheelen & Hunger, 2012, p. 63)

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning process) จะครอบคลุมเฉพาะในขั้นตอนของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental scanning) และขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) ของขั้นตอนพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management process) เท่านั้น โดยการจัดการกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ เป็นความรับผิดชอบหลักของผู้บริหารระดับสูง ที่จะต้องเป็นผู้ริเริ่มและจัดกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือของคณะกรรมการบริหารและสมาชิกขององค์กรในการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ของทั้งคณะกรรมการบริหาร สมาชิกในองค์กร และสังคมรอบข้างที่องค์กรตั้งอยู่ จึงจะทำให้ภารกิจต่าง ๆ ดังกล่าวมีความสมบูรณ์และประสบผลสำเร็จ โดยกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อนำไปใช้ในการจัดวางทิศทางที่องค์กรต้องการจะมุ่งไปในอนาคต จากนั้น จึงทำการกำหนดกลยุทธ์ โดยระบุว่า องค์กรควรจะทำอย่างไรภายใต้กรอบทิศทางที่กำหนดไว้ โดยกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 6 ขั้นตอน ดังนี้ (Wheelen & Hunger, 2012, p. 65)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental analysis) เป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่งจะต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ ครอบคลุมไปกับทุกขั้นตอนของกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ทั้งนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรจะพิจารณา 2 ส่วน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน คือ การวิเคราะห์ สภาวะ และประเมินปัจจัยภายในองค์กรในประเด็นต่าง ๆ ถึงความมีประสิทธิภาพและความด้อยประสิทธิภาพของปัจจัยเหล่านั้น สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นการวิเคราะห์ สภาวะ ประเมิน และพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งประเด็นปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนส่งเสริม และประเด็นปัจจัยภายนอกที่กีดขวางหรือขัดขวางไม่ให้เกิดการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น หรือมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรในอนาคต

2) การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ (Defining vision and mission) กำหนดวิสัยทัศน์ (defining Vision) เป็นการกำหนดภาพความสำเร็จที่ปรารถนาขององค์กรในอนาคตในภาพรวม

เมื่อมองไปข้างหน้าในระยะยาว โดยมองผ่านการพยากรณ์และทิศทางของสภาพแวดล้อมขององค์การในอนาคตว่าจะเป็นอย่างไรมากกว่า และสภาพขององค์การที่ปรารถนาจะอยู่ในสภาพใด หรือจะอยู่ ณ ตำแหน่งใดในตลาด (Positioning) ท่ามกลางสภาพแวดล้อมเหล่านั้น ดังนั้น วิสัยทัศน์ขององค์การจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับความนึกคิด จินตนาการ และความมุ่งมั่นเกี่ยวกับอนาคตขององค์การ อันเกิดจากทัศนคติและมุมมองเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนแนวคิดของผู้นำที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากการมีภูมิหลัง (Background) ประสบการณ์ (Experience) และองค์ความรู้ (Knowledge) ที่ต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่การตกผลึกทางความคิดในการกำหนดวิสัยทัศน์องค์การต่อไป และการกำหนดพันธกิจ (Defining mission) เป็นการกำหนดกรอบหรือขอบเขตการดำเนินการ และการกำหนดทิศทางการดำเนินการในระยะยาว โดยยึดเอาวิสัยทัศน์ขององค์การเป็นหลักหมายที่จะมุ่งไป ดังนั้น พันธกิจจึงควรเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน เพื่อช่วยสื่อสารให้สมาชิกทุกคนในองค์การมีความเข้าใจตรงกัน ก่อให้เกิดการเตรียมพร้อมและผนึกพลังสำหรับการปฏิบัติงานในอนาคต

3) การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Determining success factors) คือ ประเด็นการกระทำหรือปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการแข่งขันขององค์การ และการบรรลุถึงความสำเร็จในพันธกิจขององค์การ ดังนั้น เมื่อองค์การได้พิจารณากำหนดประเด็นใดเป็นประเด็นปัจจัยสู่ความสำเร็จแล้ว องค์การจะต้องให้ความสำคัญ ด้วยการสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากร รวมทั้งการตรวจสอบความสำเร็จของปัจจัยนั้นอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

4) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Defining objectives) เป็นผลลัพธ์สุดท้ายที่องค์การต้องการภายหลังจากการดำเนินการตามแผน ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการแปลงวิสัยทัศน์และพันธกิจที่เป็นความปรารถนาหรือภาพความสำเร็จในระยะยาวที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ให้กลายเป็นภาพความสำเร็จที่มีความชัดเจน เพื่อมุ่งใช้เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานทุกระดับในองค์การ โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ในทุก ๆ ระดับของการจัดการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ระดับองค์การ (Corporate objective) เป็นการกำหนดผลลัพธ์สุดท้ายในภาพรวมทั้งองค์การ โดยทั่วไปเป็นวัตถุประสงค์ระยะยาว วัตถุประสงค์ระดับธุรกิจ (Business objective) เป็นการกำหนดผลลัพธ์สุดท้ายของแต่ละหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ และการกำหนดวัตถุประสงค์ระดับหน้าที่ (Functional objective) เป็นการกำหนดผลลัพธ์สุดท้ายของแต่ละหน่วยงาน และประเด็นสำคัญ คือ วัตถุประสงค์ทุกระดับจะต้องมีความสอดคล้องกัน และมุ่งสนับสนุนตามกรอบพันธกิจและบรรลุมิทัศน์ ซึ่งเป็นภาพความสำเร็จสูงสุดขององค์การ

5) การกำหนดแผนกลยุทธ์ (Strategy formulation) เป็นการกำหนดแผนงานในเชิงสร้างสรรค์ มีติใหม่และภาพลักษณ์ใหม่ ที่มีความชัดเจนสมบูรณ์ และมีขอบเขตครอบคลุมทั้งองค์การ โดยลำดับชั้นของกลยุทธ์ (Hierarchy of Strategy) มีด้วยกัน 3 ระดับ ดังนี้ กลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate strategy) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional strategy) (Wheelen et. al., 2015, p. 53) โดยกลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate strategy) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการหลักสำคัญขององค์การ (Comprehensive action plan) ซึ่งองค์การใช้เป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินงานระยะยาว รวมทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุ

เป้าหมาย โดยทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable comprehensive advantage) (Schermerhorn, 2002, p. 203) ที่ทำหน้าที่เป็นขอบเขตทิศทางของการจัดการและการดำเนินงานในภาพรวมทั้งองค์การ และมุ่งสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ระดับองค์การ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ จากนั้น จึงมุ่งพิจารณาไปที่หน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ หรือผลิตภัณฑ์และบริการ ที่แต่ละหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์รับผิดชอบ และทำการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งพัฒนาฐานะการแข่งขันให้แก่สินค้าและบริการของหน่วยธุรกิจนั้น ๆ โดยมุ่งสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ระดับธุรกิจ และการกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional strategy) ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่แสดงรายละเอียดของกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เพื่อมุ่งสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ระดับหน้าที่

6) การกำหนดนโยบาย (Policy formulation) นโยบายเป็นกรอบแนวทางอย่างกว้าง ๆ แต่เป็นจุดเน้นในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ขององค์การ นโยบายกำหนดขึ้นเพื่อช่วยเป็นกรอบในการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารตลอดจนผู้ปฏิบัติงาน ในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจกำหนดแผนการปฏิบัติการและกลยุทธ์ในการควบคุม การกำหนดนโยบายจะแบ่งเป็น 3 ระดับ ซึ่งเป็นไปตามขอบเขตของระดับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ นโยบายระดับองค์การ เป็นกรอบแนวทางอย่างกว้าง ๆ และเป็นจุดเน้นที่กำหนดขึ้นสำหรับสมาชิกทุกคนในองค์การ ส่วนนโยบายระดับธุรกิจ จะกำหนดขึ้นสำหรับแต่ละหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ และนโยบายระดับหน้าที่ จะกำหนดขึ้นเฉพาะแต่ละแผนงานหรือหน่วยงานในองค์การ

ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ขององค์การอย่างเหมาะสม คือ แผนกลยุทธ์ (Strategic plan) และต้องนำไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) และทำการควบคุมติดตามประเมินผลงาน (Evaluation and control) ให้ประสบความสำเร็จตามแผนที่ได้กำหนดไว้ จึงจะถือว่าผู้นำและคณะกรรมการบริหารขององค์การ มีความสามารถในการจัดการองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์การและชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาทั้งในด้านสินค้าและบริการ การสร้างรายได้ ควบคู่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสร้างแรงจูงใจทางการตลาด ร่วมกับการใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการทบทวนแผนว่า ที่ผ่านมา ได้ทำอะไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนบ้าง และดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ เพื่อให้เกิดการยกระดับการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน ภายใต้สถานการณ์การควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านการพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยและสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning process) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน โดยมีความสัมพันธ์กับคำถามเชิงกลยุทธ์ คือ กระบวนการวางแผนในขั้นตอนที่ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์การ จะเป็นการมุ่งตอบคำถาม ปัจจุบันการดำเนินงานขององค์การเป็นอย่างไรหรืออยู่ที่ใด? (Where are we now?) ส่วนขั้นตอนที่ 2) การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ 3) การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ จะเป็นการมุ่งตอบ

คำถามในอนาคตต้องการไปที่ใด (Where do we want to be?) ในขั้นตอนที่ 5) การกำหนดแผนกลยุทธ์ 6) การกำหนดนโยบาย จะเป็นการมุ่งตอบคำถาม ทำอย่างไรจึงจะถึงจุดที่เราต้องการ (How will we get there?) ซึ่งองค์การและชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยว ต้องดำเนินการกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทั้ง 6 ขั้นตอน เพื่อค้นหาคำตอบใน 3 คำถาม ดังกรณีศึกษาตัวอย่าง บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ต.น้ำเกี๋ยน อ.ภูเพียง จ.น่าน เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่บนที่ราบสูง ประกอบอาชีพเกษตรกรรมปลูกพืชเชิงเดี่ยว ใช้สารเคมี และก่อให้เกิดปัญหา ทั้งต้นทุนการเกษตรที่สูง ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร มีค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูง และปัญหาหาเสพติด เป็นต้น แต่ในปัจจุบัน ผู้นำและสมาชิกของบ้านใหม่พัฒนาสามารถพลิกฟื้นคืนชีวิตให้กับคนในชุมชนได้ และได้รับคัดเลือกเป็นชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ (“บ้านใหม่พัฒนา,” 2562) ด้วยการดำเนินการตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ภายใต้สถานการณ์การควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดังกรณีศึกษาตัวอย่างที่แสดงไว้ใน Table 1

Table 1 กรณีศึกษาตัวอย่างที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ภายใต้สถานการณ์การควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ทั้ง 6 ขั้นตอน เพื่อค้นหา คำตอบใน 3 คำถาม	กรณีศึกษาตัวอย่างที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว บนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
1. ปัจจุบันการดำเนินงานขององค์การเป็นอย่างไรหรืออยู่ที่ใด? (Where are we now?) ซึ่งในการหาคำตอบดังกล่าวจะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External analysis) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบอันก่อให้เกิดโอกาส หรืออุปสรรค ส่วนการวิเคราะห์การบริหารงานภายใน (Internal analysis) เพื่อจุดเด่น และจุดด้อย	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น พฤติกรรมความต้องการบริการ และสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลพัฒนาอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์การแข่งขัน นโยบายของรัฐ และหน่วยงานราชการท้องถิ่นในประเด็นของข้อบังคับเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัยมาตรการการเพิ่มระยะห่างทางสังคม (Social distancing) และการสร้างความเข้มแข็ง การทำงานแบบมีส่วนร่วม รวมถึงการสนับสนุนเอื้ออำนวยที่ส่งผลกระทบต่อจัดการการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน ซึ่งมีผลกระทบต่อรายได้ ค่าใช้จ่าย ตลอดจนความอยู่รอดของการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน การวิเคราะห์การบริหารงานภายใน เพื่อจุดเด่น และจุดด้อยของการจัดการการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน ทำให้ทราบความสามารถภายในของชุมชนว่า มีศักยภาพเพียงใดที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้ โดยการวิเคราะห์ตามหน้าที่งาน (Functional analysis) เช่น บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ต.น้ำเกี๋ยน อ.ภูเพียง จ.น่าน ได้รับคัดเลือกเป็นชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีววิถี ต. น้ำเกี๋ยน อ.ภูเพียง จ.น่าน เป็นองค์กรที่มีศักยภาพและดำเนินการขับเคลื่อนโดยคนในชุมชนที่มีความสามัคคีร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียว เป็นพลังประชารัฐช่วยกันขับเคลื่อนจนประสบความสำเร็จเป็นกลุ่มที่มีความทันสมัย (Smart group) และได้พัฒนาต่อยอดโดยนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ทั้ง 6 ขั้นตอน เพื่อค้นหา คำตอบใน 3 คำถาม	กรณีศึกษาตัวอย่างที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว บนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
	นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นผลิตภัณฑ์อัจฉริยะ (Smart product) ก้าวไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 และได้รับรางวัลชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศ ประจำปี 2560 (“สุดยอดวิสาหกิจชุมชนชีววิถี,” 2560) ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและนอกเพื่อนำมาเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. ในอนาคตต้องการไปที่ใด (Where do we want to be?) เป็นคำถามที่ 2 ที่ผู้นำองค์การ และชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองจะต้องถามตัวเองว่า ต้องการให้ชุมชนเป็นอย่างไรในอนาคต เพราะจากการวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค และจุดเด่น จุดด้อย ทำให้ผู้นำสามารถกำหนดทิศทางของชุมชนในอนาคตได้โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ และการกำหนดวัตถุประสงค์	บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ตำบลน้ำเกีฮื่น อ.ภูเพียง จ.น่าน เป็นชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ ด้วยสมุนไพรรอบตัว (“บ้านใหม่พัฒนา,” 2562; กรมการพัฒนาชุมชน, 2563) ภายใต้การกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดน่านร่วมกัน คือ “เมืองแห่งความสุข ธรรมชาติสมบูรณ์ แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย พร้อมมุ่งสู่ประชาคมอาเซียน” และกำหนดพันธกิจ ดังนี้ บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นเมืองอุทยานแห่งชาติ เมืองแห่งชุมชนคนต้นน้ำที่คงความสมบูรณ์อย่างยั่งยืน ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรการผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมเกษตร โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และเสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว เพื่อการรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน สร้างความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างสมดุล พัฒนาและส่งเสริมให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิต การศึกษาและสุขอนามัยที่ดี ความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างความสัมพันธ์ชายแดน ตลอดจนวางระบบบริหารจัดการที่ดี เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และมีเป้าประสงค์รวม คือ เพื่อยกระดับ “คุณภาพชีวิต” ที่ดีขึ้นให้กับ “ประชาชน จังหวัดน่าน” ดังนี้ เพื่อให้จังหวัดน่าน เป็นชุมชนต้นน้ำที่มีแต่ความสุข คงไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวน่านมีความพอเพียง มีความก้าวหน้าทางการศึกษา และมีความเข้มแข็งด้านสาธารณสุข น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต เป็นเมืองชายแดนที่มีความมั่นคง เป็นประตูเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดน่าน, 2559, น. 209-210) โดยมีปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ช่วยขับเคลื่อนองค์การและชุมชนเดินไปสู่ความสำเร็จและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน คือ ผู้นำและสมาชิกในชุมชนหรือคน (People) ที่ต้องเน้นการพึ่งพาตนเองและพึ่งพากันภายในชุมชน เรียนรู้การจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ (Creative) พัฒนาต่อยอดโดยนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Technology and innovation) นำมาพัฒนาการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งการใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นเป็น

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ทั้ง 6 ขั้นตอน เพื่อค้นหา คำตอบใน 3 คำถาม	กรณีศึกษาตัวอย่างที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว บนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
	องค์ประกอบ มีวิธีการโดยการเน้นสร้างเครือข่าย ใช้พลังร่วมและเชื่อมโยงปัจจัย และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity friendly processes) มีการจัดการเน้นการผลิตโดยมวลชนและเน้นการจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participatory management) สมาชิกในชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค มีการแบ่งปันรายได้ขององค์การไปฟื้นฟู และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ (Future of the origin) ภายในชุมชนเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งการเริ่มต้นของการพัฒนาองค์การบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพต้องเริ่มด้วยจิตใจเป็นกุศลต้องการพึ่งพาตนเองพร้อมที่จะแบ่งปัน มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด (นงคราญ ไชยเมือง และสุตาภัทร คงเกิด, 2562, น. 23)
3. ทำอย่างไรจึงจะถึงจุดที่เราต้องการ (How will we get there?) เมื่อชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองมีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ กำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ และการกำหนดวัตถุประสงค์ของชุมชนร่วมกันแล้วขั้นตอนถัดไป คือ การกำหนดแผนกลยุทธ์ และการกำหนดนโยบาย โดยการกำหนดแผนกลยุทธ์เป็นการกำหนดแผนงานในเชิงสร้างสรรค์ มิติใหม่และภาพลักษณ์ใหม่ที่มีความชัดเจนสมบูรณ์และมีขอบเขตครอบคลุมทั้งองค์การ ซึ่งกลยุทธ์ที่ชุมชนต้องกำหนดแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ แผนหลักหรือแผนแม่บท ซึ่งเป็นกรอบและทิศทางของการจัดการ และกำหนดแผนงานต่าง ๆ ของชุมชนโดยต้องเลือกแนวทางใน	บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ต.น้ำเกี๋ยน อ.ภูเพียง จ.น่าน มีการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy) โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาทั้งในด้านสินค้าและบริการของชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ มีความโดดเด่น ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ควบคู่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสร้างแรงจูงใจทางการตลาดร่วมกับการใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพ (“ชูท่องเที่ยวเศรษฐกิจชีวภาพ,” 2562) กลยุทธ์ระดับหน้าที่หรือกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการของชุมชนบ้านใหม่พัฒนา และชุมชน บ้านน้ำเกี๋ยน ต.น้ำเกี๋ยน อ.ภูเพียง จ.น่าน คือ การที่ผู้นำและสมาชิกในชุมชนได้วางแผนขับเคลื่อนและร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ดำเนิน “โครงการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเศรษฐกิจชีวภาพ ในการเชื่อมโยงศูนย์เรียนรู้ เข้ากับเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญที่เกี่ยวข้องเศรษฐกิจชีวภาพ” เพื่อการส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ รวมถึงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนได้รู้จักและเห็นคุณค่าของทรัพยากรชีวภาพที่มีอยู่ในชุมชน สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ มีความโดดเด่น เพื่อยกระดับคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชน จนได้รับตราส่งเสริม Bio economy เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ ดูแลรักษาฟื้นฟูทรัพยากรชีวภาพและระบบนิเวศไปนคราวเดียวกัน ตลอดจนการยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้เป็นศูนย์เรียนรู้การใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (“ชูท่องเที่ยวเศรษฐกิจชีวภาพ,” 2562) นอกจากนี้ ชุมชนต้องเข้าร่วมและดำเนินการตามโครงการแนวทางความปลอดภัย

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ทั้ง 6 ขั้นตอน เพื่อค้นหา คำตอบใน 3 คำถาม	กรณีศึกษาตัวอย่างที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว บนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ
การดำเนินงานที่เหมาะสม จึงจะสามารถนำพาชุมชนไปสู่ เป้าหมายที่ต้องการได้ 2) กลยุทธ์ ระดับธุรกิจ คือ แผนที่มุ่งปรับ ฐานะการแข่งขันของบริการ/ สินค้า 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ คือแผนปฏิบัติที่มุ่งเพื่อการใช้ ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุดหรือเรียกว่าแผนปฏิบัติ	ด้านสุขอนามัย Amazing Thailand safety & health administration (SHA) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ ในความปลอดภัย ด้านสุขอนามัยของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยนำ มาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขมาผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มี คุณภาพ โดยสมาคม สมาพันธ์ต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเป็น ผู้ดำเนินการตรวจประเมิน (Checklist) พร้อมรับรองผลการปรับปรุงสถาน ประกอบการตามมาตรฐาน SHA ภายใต้การสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย (ททท.), กระทรวงการท่องเที่ยวฯ และกระทรวงสาธารณสุข โดย ททท.จะเป็นผู้ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ และมีการระบุหมายเลขของตรา สัญลักษณ์ SHA ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูลรายชื่อ ผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย และให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ โดยมาตรฐานเบื้องต้นของสถานประกอบการ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ใน อาคาร การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค และ การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

บทสรุป

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวจะช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง และเป็นส่วนสำคัญของพลังการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกัน ภายใต้ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้ให้กลายเป็นความได้เปรียบเชิงแข่งขันมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพราะเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศที่สำคัญ บนฐานการใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน ซึ่งการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบนรากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ฝ่าวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ต้องดำเนินการตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทั้ง 6 ขั้นตอน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับคำถามเชิงกลยุทธ์ คือ กระบวนการวางแผนในขั้นตอนที่ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร จะเป็นการมุ่งตอบคำถาม ปัจจุบันการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างไรหรืออยู่ที่ใด ส่วนขั้นตอนที่ 2) การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ 3) การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ จะเป็นการมุ่งตอบคำถามในอนาคตต้องการไปที่ใด ในขั้นตอนที่ 5) การกำหนดแผนกลยุทธ์ 6) การกำหนดนโยบาย จะเป็นการมุ่งตอบคำถาม ทำอย่างไรจึงจะถึงจุดที่เราต้องการ ซึ่งมีความสำคัญและก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับองค์กรต่าง ๆ ของชุมชนบ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ตำบลน้ำเกีฮ่วน อ.ภูเพียง จ.น่าน และได้รับการคัดเลือกเป็นชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้าน OTOP เพื่อท่องเที่ยวเชิงเกษตร

และสุขภาพด้วยสมุนไพรรอบตัว ด้วยกระบวนการวางแผนกลยุทธ์และขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพอย่างมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ในการทำหน้าที่เป็นองค์กรและชุมชนที่สร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยและสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชน โดยมีปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพของชุมชน คือ ผู้นำและสมาชิก ต้องเริ่มด้วยจิตใจเป็นกุศล พึ่งพาตนเอง พร้อมทั้งจะแบ่งปัน เรียนรู้การจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาต่อยอดโดยนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ สร้างเครือข่าย ใช้พลังร่วมและเชื่อมโยงปัจจัยและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับความหลากหลายทางชีวภาพ เน้นการจัดการแบบมีส่วนร่วม มีการแบ่งปันรายได้ขององค์กรไปฟื้นฟูและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพภายในชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยและสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวและสมาชิกของชุมชนเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด

โดยองค์กรและชุมชนที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพ ต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้หลักการดังนี้ 1) หลักฉันทามติ คือ การเห็นพ้องต้องกันระหว่างคนในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ 2) หลักอัตลักษณ์ชุมชน คือ การค้นหาจุดเด่นและเสน่ห์ของชุมชนเพื่อนำมาสร้างเป็นจุดขาย และ 3) หลักของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริการการท่องเที่ยวของชุมชนและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชน พร้อมทั้งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากการใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรต่าง ๆ ภายในชุมชนท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564 ของกรมการท่องเที่ยว*, สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2563. <https://www.dot.go.th/storage/%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99/5V7jtvCF7hvNiXPu7M0dT7giHiF1ZbRokN8nBVx.pdf>
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). *บ้านใหม่พัฒนา จุดหมายปลายทางคนรักสุขภาพ ไม่ควรพลาด*, สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2563. <https://www.cdd.go.th/content/%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2-%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%9B%E0%B8%A5>
- กรมควบคุมโรค. (2564ก). *รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*, สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564. <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/situation/situation-no419-250264.pdf>

- กรมควบคุมโรค. (2564ข). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19): สถานการณ์ทั่วโลก, สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564. https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/ind_world.php
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดน่าน. (2559). แผนพัฒนาจังหวัดน่าน (พ.ศ. 2561-2564), สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563. <http://www.harvardasia.co.th/wp-content/uploads/2018/01/PlanNan.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). ผู้ประกอบการสามารถสมัครเข้าร่วมเพื่อรับตราสัญลักษณ์ SHA, สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2563. <https://thailandsha.tourismthailand.org/index?strip=3#Home>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564), สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563. www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf
- คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ. (2559). รายงานเรื่อง “การปฏิรูปเศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy)”, สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2563. https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/drive_econ/download/article/article_20161114093510.pdf
- โควิดทรานส์ฟอร์ม ไทยธุรกิจ(ต้อง)พร้อมเปลี่ยนแปลง. (2563, 23 เมษายน). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-454147>
- ชูท่องเที่ยวเศรษฐกิจชีวภาพ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน. (2562, 22 สิงหาคม). เชียงใหม่นิวส์. สืบค้นจาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/623791>
- นงคราญ ไชยเมือง และสุตาภพร คงเกิด. (2562). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบนฐานเศรษฐกิจชีวภาพ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชีววิถี ตำบลน้ำเกีฮ่วน จังหวัดน่าน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพ, 13(2), 10-25.
- บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 4 ตำบลน้ำเกีฮ่วน อ.ภูเพียง จ.น่าน ชุมชนต้นแบบตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพด้วยสมุนไพรอบตัว. (2562, 14 สิงหาคม). สยามรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/96743>
- ปกรณ์ นวลมณี. (2560). เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. วารสารรอบรู้อาเซียน. 4(5), 2.
- รู้จัก Bioeconomy อนาคตใหม่ขับเคลื่อนโลก. (2561, 26 เมษายน). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/prachachat-highlight/news-148676>
- รู้จัก "New Normal" ฉบับราชบัณฑิตยสภา. (2563, 6 พฤษภาคม). ข่าวไทยพีบีเอส. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/292126>
- ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. (2563). ศบค. แถลง วันที่ 9 พฤษภาคม 2563 เวลา 11.30 น., สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2563. <http://www.moicovid.com/09/05/2020/uncategorized/892/>

- สุดยอดวิสาหกิจชุมชนชีววิถี ต.น้ำเกี๋ยน จ.น่าน ขับเคลื่อนด้วยพลังประชารัฐคว่ำรางวัลดีเด่นระดับประเทศ ปี 2560. (2560, 13 มิถุนายน). *สำนักข่าวทีนิวส์*. สืบค้นจาก <https://www.tnews.co.th/contents/327385>
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2563). *ไวรัสโคโรนา: ฝันร้ายของเศรษฐกิจโลก?*, สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2563. https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_24Feb2020.aspx
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2560). *การปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ – เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy)*, สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563. <https://www.nstda.or.th/th/news/5049-bio-economy>
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ. (2560). *กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579*, สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563. www.bedo.or.th/bedo/backend/upload/content/2018_03/1520496784_7221.pdf
- WHO เตือนสหรัฐฯ อาจเป็นศูนย์กลางการระบาด COVID-19 แห่งใหม่. (2563, 25 มีนาคม). *ข่าวไทยพีบีเอส*. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/290198>
- Schermerhorn, J. R. (2002). *Management* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Wheelen, T. L & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13rd international ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N. & Bamford, C. E. (2015). *Strategic management and business policy* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.