

การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว  
ของบริษัทขนอมฟิชชิ่งแอนด์ทัวร์

The Social Construction of Meaning, Patterns and Strategies of  
Green Travel Business Operations of Khanom Fishing and Tour

ศรวัสดี นวกัณฑ์วรกุล<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว รวมถึงการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีแนวปรากฏการณ์วิทยา ในการศึกษาและทำความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของบริษัทขนอมฟิชชิ่งแอนด์ทัวร์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของกิจการ มัคคุเทศก์ของบริษัทและนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำนวน 10 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัย คือ คำถามปลายเปิดที่ใช้ในการสัมภาษณ์การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ทั้งเจ้าของกิจการ มัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวว่า เป็นธุรกิจที่ยึดหลักการสร้างสรรค์รายการจัดนำเที่ยวที่เน้นกิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างงานกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น พร้อมทั้งรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนในท้องถิ่นให้ยั่งยืนสำหรับรูปแบบในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว ทางบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น รวมทั้งการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะโลกร้อน ด้วยการยึดมั่นนโยบายการทำงานที่ว่า “Service” การบริการที่ดีที่สุด “Save” ช่วยกันรักษาธรรมชาติ และ “Smile” กำลั้งใจจากรอยยิ้มของลูกค้า ผ่านกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ Seven Green ประกอบด้วย หัวใจสีเขียว (Green Heart) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ชุมชนสีเขียว (Green Community) กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) การบริการสีเขียว (Green Service) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) โดยทางบริษัทได้จัดรายการนำเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในกิจกรรมที่ชื่อว่า “Save Dolphin Save Environment” และ “เที่ยวขนอม นอนขนอม ชมโลมาสีชมพู” จนได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ไม่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยเน้นการแข่งขันการลดราคาเป็นหลัก จึงทำให้คุณภาพการบริการนำเที่ยวแย่งลง

<sup>1</sup> อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

**คำสำคัญ :** ธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว กลยุทธ์ ธุรกิจนำเที่ยว

### **Abstract**

The purpose of the study is to study about the social construction of meaning, patterns and strategies of green travel business operations including solving the obstacles of Khanom Fishing and Tour. This research is a qualitative research using a phenomenological research method in order to study the guidelines and understanding green travel business operations of Khanom Fishing and Tour. The main interviewees are 10 persons, namely, a founder, a tourist guide and tourists and an in-depth interview is used as a data collection instrument. The tool used in this research is the structures questionnaire for the interview, and there is an information analysis by descriptive method.

The study result showed that the founder, tourist guide and tourists constructed the meaning of green travel business operations that it is the business with creating the itineraries focused on environmental friendly activities, job opportunities and income for local people and also maintaining their cultural identities. The structure style of Khanom Fishing and Tour has featured on the conservation of tourism resources, not only nature but also culture and the local way of life. Moreover, the company has adapted to global warming by adhering to the working policies of "Service" (the best service) "Save" (nature preservation) and "Smile" (encouragement from customers' smile). The strategies of green travel business operations comprehensively and appropriately applied the Seven Green Concepts in its business which consists of Green Heart, Green Logistics, Green Attraction, Green Community, Green Activity, Green Service and Green Plus. The company has organized the itineraries that harmonized with the values of the tourism resources and environment via the activities of "Save Dolphin Save Environment" and "Travel & Sleep at Khanom and Watch the pink dolphins". These activities won the Thailand Tourism Award. However, there are some travel businesses don't emphasize on the environment literally. They concerned on the pricing competition that affect to the tour quality.

**Keywords:** Green Travel Business, Strategies, Travel Business

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่ขยายตัวไปทั่วโลกอย่างกว้างขวาง และเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรจะต้องเน้นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยที่สุดอย่างยั่งยืนยาว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

ในอดีตรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นแบบมวลชน (Mass tourism) ที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมายไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาการใช้และจัดสรรทรัพยากร ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมต่างๆ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมโทรมลง มีการขาดแคลนทรัพยากรเพื่อการอุปโภคและบริโภค ปัญหาด้านสังคมหรือแม้แต่ปัญหาความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (ชลตรงค์ ทองสง, 2557) จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Alternative tourism) ที่ใส่ใจต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมมากมาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Volunteer tourism) การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (Creative Tourism) การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow tourism) รวมถึงการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันเช่นกัน

การท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism) เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เน้นความสมดุลระหว่างสภาพเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และต้องตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด การท่องเที่ยวสีเขียวมีลักษณะคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อธรรมชาติ (Natural Tourism) ดังนั้น หากจะนิยามความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียว จึงสามารถใช้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาอธิบายได้เช่นกัน โดยสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ หรือ The International Ecotourism Society (TIES, 2015) ที่นำเสนอความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าเป็นการเดินทางที่มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ธรรมชาติ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีต่อชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมไปถึงการสื่อความหมายและการศึกษา

สำหรับประเทศไทยมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียวไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความรับผิดชอบและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น โดยสามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนท้องถิ่นได้ด้วย (ตรีทิพ บุญเยี่ยม,

2554: 186) นอกจากนี้ ในส่วนของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557 หน้า 3-5) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึง “การท่องเที่ยวที่ทุกคนมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านการศึกษาเรียนรู้และประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ร่วม ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น” สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กระตุ้นและส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ต่อยอดจากหลักการของปรัชญาสิ่งแวดล้อม หรือ “7 Greens Concept” ที่ ททท.ได้ริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2551 ด้วยการชักชวนพันธมิตรทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วม มาจับมือสร้างแนวทางปฏิบัติใหม่เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ “เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ผ่านแนวคิด “Seven Greens” เพื่อให้เกิดกระแสตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย หัวใจสีเขียว (Green Heart) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ชุมชนสีเขียว (Green Community) กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) การบริการสีเขียว (Green Service) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) ซึ่งเป็นแนวทางให้ธุรกิจการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีกิจกรรมหรือการบริการคืนกลับให้แก่โลกใบนี้ด้วยความเต็มใจและมุ่งหวังให้สร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีด้วยเช่นกัน ซึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญในการจัดหาหรือให้บริการ และอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ที่พักนกร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ธุรกิจนำเที่ยว

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2551 ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับธุรกิจนำเที่ยวไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์กรและการจัดการ ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว และด้านจริยธรรมในวิชาชีพ โดยตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวสีเขียวคือ ธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย กล่าวคือไม่มีกิจกรรมใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในขณะที่จัดนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว และจากกระแสกระบวนกรพิทักษ์สิ่งแวดล้อมที่เด่นชัดและรุนแรงที่ทำให้ทศวรรษนี้เป็น “ยุคแห่งสีเขียว” เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจนำเที่ยวจำเป็นต้องจัดหาผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยการใช้กลยุทธ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ แสดงให้เห็นถึงจุดยืนด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความแตกต่างให้กับการบริการของตนเองในสายตาของนักท่องเที่ยว

ขนมพิชชิง แอนด์ ทัวร์ ได้ก่อตั้งมาเมื่อ 10 ปีที่แล้วโดยสามีภรรยาคนหนึ่งเป็นคนต่างถิ่นที่มาทำกิจกรรมค้าขายอาหารทะเลในขนม ทำให้เขาผู้ซึ่งชื่นชอบการตกปลาและท่องเที่ยว พบว่า ขนมไม่ใช่สถานที่ที่มีทะเลเท่านั้น หากแต่มีทรัพยากรทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งความอุดมสมบูรณ์ของปลานานาพันธุ์ จึงไม่สงสัยเลยว่าชาวบ้านที่นี่ประกอบอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่ และสิ่งที่

มหัศจรรย์มากกว่านั้น เมื่อได้พบว่าในท้องทะเลมีเกาะ แก่งเรียงรายกันอยู่มากมาย ในแต่ละเกาะล้วนแต่สวยงาม และยังได้ค้นพบว่าโลกใต้ท้องทะเลช่างแสนงดงามมาก ได้สัมผัสปะการังอ่อน ดอกไม้ทะเลหลากหลายชนิด ที่เพิ่งเกิดขึ้นยังสมบูรณ์ และไม่ถูกทำลาย นอกจากนี้ยังได้พบว่าที่นี่เป็นแหล่งรวมของปลาโลมาสีชมพูแสนน่ารักที่ชอบมาโชว์ตัวให้เห็นกันอยู่บ่อยๆ และได้เห็นปลาตัวใหญ่ๆ ใต้ท้องทะเลที่แหวกว่ายมาเล่นกับเขาทั้งสอง จากการที่เป็นนักเดินทางมาตลอดทั้งชีวิต จึงเข้าใจว่า การประกอบอาชีพท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ใฝ่ฝัน และสามารถทำได้ดีที่สุดในชีวิต ด้วยเข้าใจพื้นที่ในขอนแก่น ยังไม่มีผู้ใดที่คิดจะทำการท่องเที่ยว ซึ่งแท้ที่จริงแล้วการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง ด้วยความคิดที่กว้างไกล และใจรักการทำงานท่องเที่ยว ทั้งสองได้เริ่มทดลองทำการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการชักชวนกลุ่มเพื่อนเข้ามาเที่ยว ผลปรากฏว่าได้รับการตอบรับที่ดี สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมาก ด้วยเหตุผลว่าที่นี่สถานที่สงบเงียบ ธรรมชาติงดงามยังไม่ถูกทำลาย และมีสถานที่ท่องเที่ยวให้เลือกเยอะ ดังนั้นในปี 2538 ทั้งสองจึงได้ย้ายมาอยู่ขอนแก่นเป็นการถาวร จนในปี 2542 จากประสบการณ์ และมั่นใจธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ทั้งสองได้ไปจดทะเบียนการทำทัวร์อย่างถูกต้อง และให้ชื่อว่า ขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ ด้วยจิตสำนึกที่รักขอนแก่น ซึ่งเปรียบเสมือนผู้มีพระคุณ ทำให้ทั้งสองพยายามผลักดันให้ขอนแก่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยได้ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ การแข่งขันตกปลา การผูกท่อนในท้องทะเล ที่จะช่วยไม่ทำให้ชาวประมงทิ้งสมอลงในแหล่งปะการัง เป็นต้น ซึ่งการจัดกิจกรรมทั้งหมด ต้องควบคุมไปกับการอนุรักษ์ ไม่ทำลายธรรมชาติอย่างเด็ดขาด และยึดมั่นนโยบายการทำงานที่ว่า Service - การบริการที่ดีที่สุด ลูกค้าเปรียบเสมือนครอบครัวของเรา Save - ช่วยกันรักษาธรรมชาติ และ Smile - เราเชื่อว่ารอยยิ้มของลูกค้าที่บ่งบอกถึงความสุขนั้นคือกำลังใจในการทำงานของเรา พร้อมรางวัลและประกาศนียบัตรมากมาย หนึ่งในนั้น คือ รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards 2010) สำหรับรายการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศรางวัลดีเด่น ชื่อ Save Dolphin Save Environment

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจนำท่องเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ เพื่อทราบถึงที่มาและแนวคิด รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจนำเที่ยวรายอื่นๆ ที่สนใจในการสร้างผลิตภัณฑ์สีเขียว สามารถนำไปประยุกต์ใช้และต่อยอดธุรกิจให้เหมาะกับกิจการของตนเองควบคู่ไปกับการใส่ใจและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวและแนวทางการดำเนินงานของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์

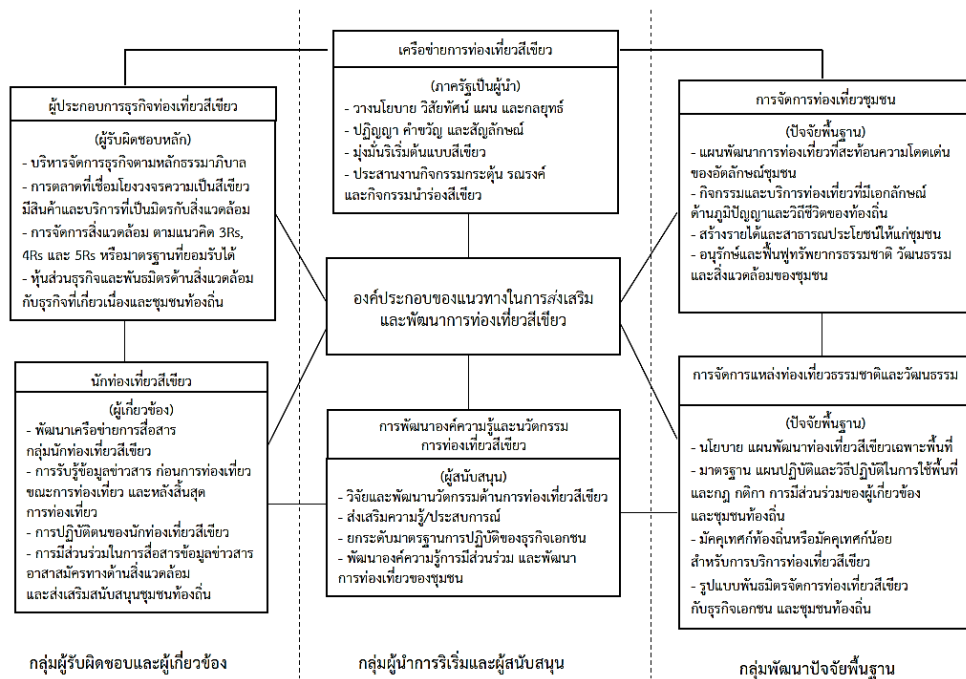
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัท ขนอมพีชซิ่งแอนด์ทัวร์

**เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง**

การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) มีที่มาจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ดังนั้นความหมายของการท่องเที่ยวทั้งสองประเภทจึงมีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557 หน้า 3-6) ได้จัดกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว ออกเป็น 6 องค์ประกอบ ดังนี้

- 1) องค์ประกอบด้านเครือข่ายการท่องเที่ยวสีเขียว
- 2) องค์ประกอบด้านผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียว
- 3) องค์ประกอบด้านนักท่องเที่ยวสีเขียว
- 4) องค์ประกอบด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
- 5) องค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว

และจากองค์ประกอบดังกล่าว สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้รับผิดชอบและผู้เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้นำการริเริ่มและผู้สนับสนุน และกลุ่มพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน ดังรูปที่ 1



**รูปที่ 1** องค์ประกอบของแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว  
ที่มา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557 หน้า 3-6)

**แนวคิดการตลาดสีเขียวในภาคธุรกิจท่องเที่ยว** มีที่มาจากส่งเสริมการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ใช้สารเคมีให้น้อยที่สุด มีกระบวนการปลูกและเก็บเกี่ยว รวมถึงการเจริญเติบโตตามธรรมชาติ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติอย่างแท้จริง ได้รสชาติที่อร่อยถูกปาก และไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรอินทรีย์นั้นก็ไม่สามารถทำลายสภาพแวดล้อม และไม่ทำให้ธรรมชาติเสียหาย สำหรับปัจจุบันตลาดสีเขียวได้ขยายความกว้างออกไปจนครอบคลุมสินค้าและบริการในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ไม่เว้นแม้แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

**แนวคิด 7 Green** สำหรับแนวคิดการตลาดสีเขียวในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) มีเป้าหมายเพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว ร่วมกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวทั้งระบบให้ใส่ใจ ต่อสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวแห่งอนาคตที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำแนวคิดที่สื่อถึงการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ 7 Green เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งระบบ สิ่งสำคัญอยู่ที่จะต้องรณรงค์ให้ผู้คนที่ได้เข้าใจถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับโลก ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ช่วยลดโลกร้อนและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย

1) หัวใจสีเขียว (Green Heart) กล่าวคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด การรับรู้ และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว พร้อมมีการปฏิบัติเพื่อป้องกันรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม

2) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) วิธีการเดินทางและรูปแบบการให้บริการในระบบการคมนาคมหรือการขนส่งจากแหล่งพำนัก/อาศัย ไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

3) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) แหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการตามกรอบนโยบายและการดำเนินงานใน ทิศทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ ความระมัดระวังหรือ มีปณิธาน (Commitment) อย่างชัดเจนในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างถูกวิธี ในฐานะของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว การนำแนวคิด 7 Greens ไปใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวของตนเอง ก็คงต้องหันมาใส่ใจในเรื่องของการบริหารจัดการพื้นที่ โดยนำหลักการต่างๆที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดการเคารพธรรมชาติ ฯลฯ เข้ามาใช้ให้มากขึ้น

4) กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน หรือ สนุกสนาน ให้โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

5) ชุมชนสีเขียว (Green Community) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งในเมืองและชนบท ที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน พร้อมมีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

6) การบริการสีเขียว (Green Service) การเลือกใช้บริการธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวแขนงต่างๆ ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ควบคู่ไปกับการมีปณิธานและการดำเนินการรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการให้บริการต่างๆ

7) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) การแสดงออกของบุคคล กลุ่มบุคคลและองค์กรในการสนับสนุนร่างกาย หรือสติปัญญา หรือบริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมีดำเนินการในการปกป้องรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมที่ช่วยลดภัยคุกคามอันเกิดจากภาวะโลกร้อน โดยหลักสามประการที่จะบอกความเป็นคนสีเขียวอย่างแท้จริงก็เห็นจะเป็นคำว่า reduce reuse recycle หรือจะแปลกว่าลด ละ เลิก และนำกลับมาใช้ใหม่

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกใช้วิธีวิทยาเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1.1 รวบรวมข้อมูลจากบทความ และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยครั้งนี้

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย เจ้าของบริษัทขนมพิซซิ่งแอนด์ทาร์ต มัคคุเทศก์ของบริษัทและนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำนวน 10 คน โดยสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆ ซึ่งสามารถแตกประเด็นในการสัมภาษณ์ได้ และทำให้ผู้สนทนาเล่าเรื่องราวอย่างมีเป้าหมายภายใต้บรรยากาศที่ผ่อนคลาย สบายๆ และเป็นส่วนตัว

1.3 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการเข้าไปอยู่และสังเกตในสถานที่วิจัย ซึ่งเป็นหารสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง โดยผู้วิจัยเลือกการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้สังเกต เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียวที่บริษัทขนมพิซซิ่งแอนด์ทาร์ตได้จัดขึ้น

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1.1 แนวคำถามที่ต้องการทราบ ได้แก่ การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ก่อตั้งบริษัทขนมพิซซิ่งแอนด์ทาร์ต ที่พัฒนามาจากบทความ เอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว ธุรกิจสีเขียวและการตลาดสีเขียว โดยเป็นแนวคำถามปลายเปิด



1.2 เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึกข้อมูลจากคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์ตั้งแต่เริ่มต้นการสัมภาษณ์ แล้วนำมาถอดเทปแบบคำต่อคำให้อยู่ในรูปแบบของตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล

1.3 ตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์

### 3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) (Denzin & Lincoln, 2000 : p. 391) โดยเป็นการเปรียบเทียบข้อค้นพบของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาจากแหล่งและมุมมองที่แตกต่างกัน ดังนี้

3.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ เป็นการพิสูจน์ข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งต่างๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Data Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการสังเกต

3.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบทฤษฎีที่นำมาใช้ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลวิจัยมีความถูกต้อง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยการถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) แล้วนำข้อมูลที่ได้อมาทำการวิเคราะห์ว่า การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ มีการให้ ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรคและวิธีแก้ไขปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง และเป็นการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการที่แท้จริงของธุรกิจท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Green Tourism Business) หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานในการวางแนวทางการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ ต่อไปในอนาคต

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาถึงการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีชซิงแอนด์ทัวร์ ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

แบบไม่มีโครงสร้างกับผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ มัคคุเทศก์ของบริษัท และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำนวน 10 คน ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

**1. การให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์** จากการศึกษาพบว่า ในเรื่องของ การให้ความหมายของรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ เกิดจากนโยบายของเจ้าของบริษัทที่ได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยได้กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยมหลักของบริษัท นอกจากนี้ ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ ได้ยึดหลักการสร้างสรรค์โปรแกรมนำเที่ยวสีเขียวที่เน้นกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนในท้องถิ่นอีกด้วย

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้ให้ความหมายและความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวว่าจะต้องเป็นธุรกิจที่มุ่งคำนึงถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

## **2. รูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์**

**2.1 รูปแบบ** บริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ เป็นธุรกิจครอบครัว มีพนักงานทั้งหมด 10 คนและมัคคุเทศก์อีก 2 คน ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว เมื่อปี พ.ศ.2542 โดยให้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Travel Operator/Domestic Travel Operator) กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางคนเดียวหรือเป็นหมู่คณะ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ช่วงแรกให้บริการจัดนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในอำเภอชนอม เช่น นั่งเรือตกปลา ชมปลาโลมาสีชมพู เขาพิงฟ้า และบ่อน้ำจืดกลางทะเล แต่หลังจากที่ได้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และธรรมชาติ จึงทำให้เกิดแนวคิดด้านธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว โดยการจัดกิจกรรมทั้งหมด ต้องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ และไม่ทำลายธรรมชาติอย่างเด็ดขาด เช่น ปลูกหญ้าทะเลที่เกาะท่าไร่ และรักษาลอมา รักรักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

**2.2 กลยุทธ์** กลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7 Green) ของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ มีดังนี้

**หัวใจสีเขียว (Green Heart)** เจ้าของบริษัทখনอมฟิชซิ่งแอนด์ทัวร์ตระหนักถึงคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น รวมทั้งการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะโลกร้อน ด้วยการยึดมั่นนโยบายการทำงานที่ว่า

1. Service การบริการที่ดีที่สุด ลูกค้าเปรียบเสมือนครอบครัวของเรา
2. Save ช่วยกันรักษาธรรมชาติ
3. Smile เราเชื่อว่ารอยยิ้มของลูกค้าที่บ่งบอกถึงความสุขนั้น คือกำลังใจในการทำงานของเรา

**รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)** รูปแบบการเดินทางในโปรแกรมนำเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางโดยเรือ ทางบริษัทพยายามงดใช้เรือลำใหญ่ และเรือที่ติดเครื่องยนต์ แต่หันมาใช้เรือคายัคหรือเรือพายในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสีเขียวกับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนไม่มากในแต่ละกิจกรรม เช่น การพายเรือคายัคเข้าไปปลุกหญ้าทะเลเพื่อไม่ให้ใบพัดเรือไปตัดต้นหญ้าทะเล การดับเครื่องยนต์เมื่อเข้าไปใกล้กับแหล่งที่อยู่ของปลาโลมาสีชมพู เป็นต้น สำหรับการจําหน่ายเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ พนักงานขับเรือได้ผ่านการอบรมที่เน้นถึงความปลอดภัย มีการใช้ความเร็วเรือที่เหมาะสมเพื่อลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิง และจัดหาเสื้อชูชีพให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน มีการห้ามปรามนักท่องเที่ยวไม่ให้ทิ้งขยะและของเสียลงในน้ำ ขยะและของเสียทุกชนิดบนเรือจะมีการคัดแยกขยะก่อนนำไปกำจัดต่อไป นอกจากนี้ ทางบริษัทจะใช้บริการเรือหางยาวจากชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้คนท้องถิ่นอีกด้วย

**แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)** เจ้าของธุรกิจนำเที่ยวได้มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรม เพื่อไม่ให้กระทบกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เช่น หากมีหน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องการทำกิจกรรม CSR โดยการปลุกหญ้าทะเล มัคคุเทศก์จะให้เฉพาะผู้ที่สมัครใจที่จะเป็ยกน้ำเท่านั้นที่จะไปปลุกหญ้าทะเล ส่วนนักท่องเที่ยวที่เหลือจะให้ทำกิจกรรมอื่นๆ บนเรือแทน เพื่อป้องกันการแตกหักของหญ้าทะเล เพราะนักท่องเที่ยวที่มาจากหน่วยงานหรือองค์กรส่วนใหญ่ไม่สมัครใจมาทำกิจกรรมอย่างแท้จริง

นอกจากการให้บริการนำเที่ยวในอำเภอนนทบุรีแล้ว บริษัทได้ขยายพื้นที่ให้บริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส และเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด เช่น โปรแกรม “มาชะบุงา พลังศรัทธา แห่ผ้าขึ้นธาตุ” ตามรอยนครสองธรรม และนั่งรถชมเมือง เล่าเรื่องเมืองลิกอร์ สักการะพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นต้น ซึ่งในการวางแผนจัดรายการนำเที่ยวแต่ละครั้ง ทางบริษัทได้มีการประสานกับชุมชนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและให้บริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

**กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)** เจ้าของธุรกิจนำเที่ยวได้สร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน หรือสนุกสนาน ให้ออกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ในกิจกรรมที่ชื่อว่า “Save Dolphin Save Environment” และ “เที่ยวขนอม นอนขนอม ชมโลมาสีชมพู” จนได้รับรางวัลกินรี ซึ่งเป็นรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประเภทรายการนำเที่ยวดีเด่น ประจำปี 2553, 2556 และ 2558 เป็นรายการนำเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์และท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ จุดเด่นคือให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องของการอนุรักษ์ปลุกหญ้าทะเล ซึ่งจะใช้เป็นอาหารของสัตว์ทะเล โดยจะให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมปลุกหญ้าทะเล อีกทั้งมัคคุเทศก์มี

ความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ จนได้รับรางวัลรางวัลมคคเทศก์ดีเด่น ประเภทเฉพาะพื้นที่ภาษาอังกฤษ ประจำปี 2551, 2553 และ 2558 นอกจากนี้ยังเป็นรายการนำเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของภาคใต้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

**ชุมชนสีเขียว (Green Community)** เจ้าของธุรกิจนำเที่ยวได้สนับสนุนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น นำโดยมคคเทศก์เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเพื่อให้ชุมชนยอมรับแล้วสอดแทรกความรู้เรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ในชุมชนบ้านนางกำที่บริษัทใช้เป็นเส้นทางในการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปปลูกหญ้าทะเลและเยี่ยมชมปลาโลมา จะเห็นได้ว่าผู้นำในชุมชนยังขาดประสบการณ์ในการทำงานด้านอนุรักษ์ และคนในชุมชนบางกลุ่ม ยังไม่เห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ มคคเทศก์ของบริษัทจึงได้เข้าไปให้ความรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล โดยยึดหลักที่ว่า “ธรรมชาติอยู่ได้ ชุมชนอยู่ได้ บริษัทอยู่ได้”

**การบริการสีเขียว (Green Service)** ธุรกิจนำเที่ยวถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ที่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะจับต้องไม่ได้ (Intangible Product) หรือที่เรียกว่าการบริการ (Service) นั่นเอง สำหรับบริษัทখনอมฟิชซิงแอนด์ทัวร์ จากระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ทางบริษัทได้เน้นการบริการจัดนำเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างเด็ดขาด เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งดูได้จากการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประเภทรายการนำเที่ยวดีเด่น ประจำปี 2553, 2556 และ 2558 รวมถึงรางวัลมคคเทศก์ดีเด่น ประเภทเฉพาะพื้นที่ภาษาอังกฤษ ประจำปี 2551, 2553 และ 2558 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)** ด้วยจิตสำนึกที่รักขนอม ซึ่งเปรียบเสมือนผู้มีพระคุณ เจ้าของบริษัทখনอมฟิชซิงแอนด์ทัวร์จึงได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทางบริษัทได้จัดกิจกรรม CSR เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการร่วมสมทบทุนหรือสละแรงกายหรือกำลังความคิดในการจัดกิจกรรมที่รักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมปลูกหญ้าทะเล จัดเก็บขยะตามแนวปะการัง และริมหาด รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว และได้พยายามผลักดันให้ขนอมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยได้ร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งชุมชนในท้องถิ่นร่วมกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งขันตกปลา การผูกท่อนในท้องทะเล ที่จะช่วยไม่ให้ชาวประมงทิ้งสมอลงในแหล่งปะการัง ฯลฯ ซึ่งการจัดกิจกรรมทั้งหมด ต้องควบคุมไปกับการอนุรักษ์ และไม่ทำลายธรรมชาติอย่างเด็ดขาด

**3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทখনอมฟิชซิงแอนด์ทัวร์** เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอขนอม เพราะต้องการชมปลาโลมาสีชมพู ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจนำเที่ยวหรือชาวบ้านที่ให้บริการเรือนำเที่ยว

จะพยายามทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้บริการของตนโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น เช่น การตัดป่าโยธมาว่า “ถ้าไม่เห็นปลาโลมาคืนเงิน 50%” นั้นหมายความว่านักท่องเที่ยวทุกคนต้องได้เห็นปลาโลมาอย่างแน่นอน ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วเราไม่สามารถควบคุมปลาโลมาได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวได้ใช้ทุกวิถีการที่จะให้ปลาโลมาปรากฏตัวให้ได้ และไม่ได้บรรยายถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรชายฝั่งทะเลที่ทำให้เป็นที่อยู่ของปลาโลมา ผิดกับบริษัทขนอมพีซซึ่งแอนด์ทัวร์ที่มักจะบอกกับนักท่องเที่ยวเสมอว่า “ถ้าโชคดีคุณจะได้เห็นปลาโลมา” พร้อมทั้งให้ข้อมูลและบรรยายถึงสภาพความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรชายฝั่งทะเล ที่ทำให้ปลาโลมาสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวของบริษัทขนอมพีซซึ่งแอนด์ทัวร์ พบว่า ทั้งเจ้าของบริษัทขนอมพีซซึ่งแอนด์ทัวร์ มีคหุเทศก์และนักท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของการทำธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวอย่างถูกต้องตรงกันตามแนวนโยบายของบริษัทที่ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียวว่า เป็นการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวที่ยึดหลักการสร้างสรรค์โปรแกรมนำเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำปลูกหญ้าทะเล ซึ่งจะใช้เป็นอาหารของสัตว์ทะเลนานาชนิด รวมทั้งเป็นมิตรกับสังคม จากการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่นอกเหนือจากการประกอบอาชีพชาวประมง โดยได้เข้าไปให้ความรู้แก่คนในท้องถิ่นในการนำเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมชายฝั่งทะเลหรือก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด เช่น การใช้เรือแคนูแทนเรือหางยาว หรือการดับเครื่องยนต์เรือเมื่อนำชมปลาโลมา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์ และคณะ (2559) เรื่องการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของร้านออเรนจ์เจอร์รีคาเฟ่ พบว่าความหมายของการดำเนินธุรกิจสีเขียวคือ การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการสร้างผลิตภัณฑ์หรือการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: หน้า 5-5) ที่ได้กำหนดขอบเขตของการท่องเที่ยวสีเขียวไว้ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ในส่วนจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว พบว่า บริษัทขนอมพีซซึ่งแอนด์ทัวร์ได้ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Travel Operator/Domestic Travel Operator) แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทคือ การจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมทั้งหมด ต้องควบคุมไปกับการอนุรักษ์และไม่ทำลายธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อมอย่างเด็ดขาด รวมทั้งให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว เช่น กิจกรรมปลูกหญ้าทะเลที่เกาะท่าไร่ และรักษิโลมา รักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2551 ที่กล่าวไว้ว่า ธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย เช่นเดียวกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: หน้า 5-5) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบหลัก 4 ด้านของการท่องเที่ยวสีเขียว ว่าต้องประกอบด้วย ด้านพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ ด้านการจัดการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ด้านกิจกรรมและกระบวนการที่เน้นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา และด้านการมีส่วนร่วมที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน

ในส่วนของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียว พบว่า บริษัทขอนแก่นพีซีซีแอนด์ทัวร์ ได้นำกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7 Green Concept) ประกอบด้วย หัวใจสีเขียว (Green Heart) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ชุมชนสีเขียว (Green Community) กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) การบริการสีเขียว (Green Service) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) มาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างคุณค่าร่วมสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวสู่ตลาดการท่องเที่ยวในระดับสากลได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญ ลักขิตามาต และคณะ (2558) เรื่อง กลยุทธ์การตลาดสีเขียวและการสร้างคุณค่าร่วมสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยวไทยรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า กลยุทธ์การตลาดสีเขียวเกี่ยวกับหัวใจสีเขียว (Green Heart) รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ชุมชนสีเขียว (Green Community) กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) การบริการสีเขียว (Green Service) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) รวมถึงกลยุทธ์การสร้างคุณค่าร่วม ต่างมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยวของไทยรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาวิน พชรโชติสุธี (2556) เรื่อง รูปแบบการพัฒนากระบวนการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนำเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า หากธุรกิจนำเที่ยวมีกระบวนการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะส่งผลให้ธุรกิจนำเที่ยวประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ และภาพลักษณ์ของบริษัท

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำเอาผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย สามารถนำเอาผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวที่ต้องการนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวสีเขียว โดยต้องพิจารณาความพร้อมและความเหมาะสมของธุรกิจตนเองเป็นสำคัญ

2. สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับธุรกิจทางการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจัดการประชุมสัมมนา และธุรกิจขายของที่ระลึก ที่จะเริ่มต้นการดำเนินกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7 Green Concept)

3. หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อระดับมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสีเขียวให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มีต่อการจัดนำเที่ยวสีเขียว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสีเขียวอย่างแท้จริง และนำผลที่ได้มาปรับปรุงธุรกิจนำเที่ยวของตน

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวสีเขียว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ที่มีมาตรฐานของโรงแรมเพื่อโลกสวย (โรงแรมใบไม้สีเขียว) เป็นตัวควบคุมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจโรงแรม เป็นต้น

3. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรพัฒนารูปแบบหรือสร้างตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวสีเขียวเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความสำเร็จ

## บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). รายงานผลการจัดทำแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism). กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). 7 Greens ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม. (ออนไลน์).

สืบค้นจาก <http://7greens.tourismthailand.org/main.html>. เมื่อ 26 เมษายน 2559.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. (ออนไลน์). สืบค้นจาก

<http://tourismawards.tourismthailand.org/th/index.php>. เมื่อ 26 เมษายน 2559.

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). **หลักการมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

- ชลตรงค์ ทองสง. (2557). แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย. **วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญหา**. ปีที่ 12 ฉบับที่ 2, ตุลาคม 2557-มีนาคม 2558. หน้า 1-12.
- ตรีทิพ บุญแยม. (2554, เมษายน - มิถุนายน). การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ. **วารสารนักบริหาร**. ปีที่ 31 ฉบับที่ 2. หน้า 186.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- \_\_\_\_\_. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปภาวิน พชรโชติสุธี. (2556). **รูปแบบการพัฒนากระบวนการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนำเที่ยวอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปริญ ลักขิตามาต และคณะ. (2558, กรกฎาคม - ธันวาคม). กลยุทธ์การตลาดสีเขียวและการสร้างคุณค่าร่วมสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยวไทยรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารวิทยาการจัดการ**. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2.
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551. (2559). **ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/569/309>. เมื่อ 19 เมษายน 2559.
- พุทธิพร มิเดหวัน และอนันท์ พิพัฒน์นันท์. (2545). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มนัสนันท์ มณีชาติย์. (2551). **ผลกระทบของประสิทธิผลพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). **มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/8/346>. เมื่อ 19 เมษายน 2559.
- อกนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์ และคณะ. (2559, มกราคม - เมษายน). การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของร้าน ออเรนจ์เจอร์รี่ คาเฟ่. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1, หน้า 225.
- Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (2000). **Handbook of Qualitative Research**. 2<sup>nd</sup> edition. London: Sage Publications.
- The International Ecotourism Society (TIES). (2015). **What is ecotourism?**. (Online). from <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>. Retrieved March 2, 2016.