

การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

Market Promotion for Ecotourism in Thailand

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์¹

chatchapons5@gmail.com

กิริติ ตระการศิริวานิช²

oatxtra@gmail.com

ทิพยาภรณ์ รัตนโลก³

buakaa001@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ (4) เสนอแนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย และชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติออยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อุทยานแห่งชาติเขาสก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 อย่างน้อย 2 กิจกรรม จำนวน 1,000 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 502 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 498 คน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สำหรับสัมภาษณ์หัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ผู้นำชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงอุทยานแห่งชาติและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ใช้การวิเคราะห์ค่าถดถอย

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² อาจารย์ประจำคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานะภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 25,587 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง และใช้จ่ายภายในอุทยานฯ เฉลี่ย 2,776 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เชิงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โสด เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 46,003 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยาน 1-2 วัน โดย ทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง เดินป่า และใช้จ่ายภายในอุทยานฯ เฉลี่ย 3,394 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เชิงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

2) ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกรายพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุด

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่าหากมองมิติด้านความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากรและด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งมีมิติด้านความต้องการเหล่านี้ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับต่อมา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหากมองมิติด้านความต้องการ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม

4) แนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ตลาดหลักคือ ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ควรยกระดับแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และบูรณาการการสื่อสารการตลาด ส่วนตลาดนอกประเทศ ควรเน้นการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ ส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด

Abstract

The objectives of this research were (1) to study characteristics and tourist behaviors of eco-tourists in Thailand; (2) to study the needs for and satisfaction with eco-tourism of eco-tourists in Thailand; (3) to study factors affecting the decision to partake in eco-tourism of eco-tourists in Thailand; and (4) to propose guidelines for marketing promotion of eco-tourism in Thailand.

The research sample consisted of 1,000. They were classified into 502 Thai tourists and 498 foreign tourists, Thai and foreign eco-tourists who studied tourist information, had previous experiences in at least two tourist activities in Doi Inthanon National Park, Khao Yai National Park, Kaeng Krachan National Park, Kui Buri National park, Khao Sok National Park, and Surin Islands National Park from July 2015 to April 2016. The employed data collecting instruments for the quantitative study were a questionnaire for tourists. In the qualitative study, the key informants consisted of officer heads of national parks, representatives of The Tourism Authority of Thailand (TAT), Office of Tourism and Sports, Subdistrict Administrative organization (SAO), tour operators and ecotourism in the areas, representatives of local administrative organizations in charge of national park areas, representatives of tourism work agencies, community leaders in tourism sites, and representatives of tourist companies with business operation in national parks. Data were analyzed with descriptive statistics of frequency, percentage, mean, and standard deviation, and with inferential statistical procedure of multiple regression analysis.

Research results showed that (1) regarding characteristics and tourist behaviors of eco-tourists in Thailand, the majority of Thai tourists were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with average monthly salary of 25,587 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound recording, spending on the average of 2,776 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves; as for foreign tourists, the majority were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with average monthly salary of 46,003 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound recording, spending on the average of 3,394 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves.

(2) regarding the needs for and satisfaction with eco-tourism of eco-tourists, both Thai and foreign tourists had the needs for and satisfaction with the majority of eco-tourism factors at the high level; however, if in-depth analysis of specific tourist areas were undertaken, it was found that Thai tourists who visited Surin Islands National Park had the needs for and were satisfied with eco-tourism factors at the highest level

(3) regarding factors affecting the decision to partake in eco-tourism of eco-tourists in Thailand, it was found that for the needs of Thai tourists, the factors of tourist area, tourism management with social responsibility,

tourism personnel, and price were factors that affected their decision for making the trips; all of these need factors were positive factors that correlated with their subsequently obtained satisfaction; as for the needs of foreign tourists, the price factor was the factor that affected their decision for making the trips, with their opinion that the present prices were appropriate.

(4) regarding guidelines for marketing promotion of eco-tourism in Thailand, the promotion could be directed toward two main markets, namely, the market for Thai tourists and the market for foreign tourist; for the Thai tourists market, The focus should be on upgrading the level of ecotourism marketing plan, promotion of ecotourism activities, integration of marketing communications, for the foreign tourists market, the focus should be on integration of marketing ecotourism, sale promotion, promotion of specific target groups and publicity through a variety of media.

Keywords: Tourist behavior, Factors affecting tourist's decision, Marketing promotion

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังสอดคล้องกับข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว (2556) ที่ระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 – 2556 พบว่า สัดส่วนของนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากขึ้นน้อยแตกต่างกันไปในทุกๆ ปี อย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้ให้กับประเทศแต่ในทางตรงกันข้ามการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ปราศจากการดูแลบำรุงรักษาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงศิลปวัฒนธรรมหลายแห่งเสื่อมโทรมอย่างรุนแรง ตลอดจนส่งผลกระทบต่อสมดุลของระบบนิเวศโดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม และรักษาทรัพยากรให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ดังที่ ปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551) ระบุว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการเติบโตและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นสาเหตุให้เกิดผลกระทบด้านลบอีกมากมายที่สำคัญ ได้แก่ ความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียงอันเนื่องมาจากการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนสูงขึ้น

สำหรับประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูงเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรม สังคม วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติที่ประกอบด้วยอุทยานแห่งชาติจำนวน 147 แห่ง ซึ่งจากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติตั้งแต่ พ.ศ. 2553-2557 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังคงได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับตลอดจนได้รับการตอบสนองอย่างดีจากทั้งภาครัฐและ

เอกชนที่ตระหนักในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยมีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในต่างประเทศ พบว่าแนวความคิดดังกล่าวได้มีการพัฒนาถึงขั้นปฏิบัติการรองรับการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพจนก่อให้เกิดกระแสสำคัญ คือกระแสของความต้องการการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism สูงมากขึ้นและกระแสของการเร่งรัดเสนอขายการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism กระแสดังกล่าวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Thai Eco Tourism and Adventure Travel Association: TEATA) ได้แสดงความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่ยังคงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงลึก รวมถึงความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความต้องการ ความพึงพอใจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรประกอบด้วย นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติที่มีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ภูมิภาค ตามคำแนะนำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสมาคม TEATA รวม 6 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อุทยานแห่งชาติเขาสก และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากเอกสาร วารสาร ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติซึ่งใช้การกำหนดตัวอย่าง (Sample Size) คำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % (0.05) จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 939 คน โดยกำหนดตัวอย่างจำแนกตามอุทยานแห่งชาติที่ศึกษาแบบเป็นสัดส่วน (Proportional) กับขนาดประชากร คณะผู้วิจัยเลือกเก็บตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) คือการเข้าไปแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างหลังจากเข้ามาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแล้ว เมื่อตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของแบบคำตอบแล้ว ได้แบบสอบถามจำนวน 1,000 ชุด

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตามประเด็นต่างๆ ในแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ผู้อำนวยการ/ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ตัวแทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนสมาคมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้นำชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงอุทยานแห่งชาติ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติอ้างอิง การพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Forecasting) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติย้อนหลัง 5 ปี พบว่าภาพรวมจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเมื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในอีก 5 ปีข้างหน้าพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ.2560 และจะกลับมาเพิ่มขึ้นในอีก 4 ปีที่เหลือ ขณะที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นอุทยานฯ เพียงแห่งเดียวที่จะมีนักท่องเที่ยวลดลงทุกปี แต่เมื่อพยากรณ์โดยรวมแล้ว พบว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกอุทยานแห่งชาติมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ

45 สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นทุกปีในทุกอุทยานแห่งชาติ และเมื่อพยากรณ์โดยรวมแล้ว พบว่าในอีก 5 ปีข้างหน้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทุกอุทยานแห่งชาติจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 58

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41-50 ปี และระหว่าง 21-30 ปี ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานะโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท นักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ย 25,587 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน ยกเว้นอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์เพียงแห่งเดียวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวระหว่าง 3-4 วัน นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อศึกษาระบบนิเวศ ตั้งแคมป์ เดินป่า ส่องสัตว์ และดำน้ำดูปะการัง โดยส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการเที่ยวอุทยานฯ เฉลี่ย 2,776 บาท สำหรับการเลือกสถานที่พักในระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ท แต่มีบางส่วนไม่คำนึง สำหรับรูปแบบการเดินทางพบว่าส่วนใหญ่วางแผนท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยกเว้นอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์เพียงแห่งเดียวที่นักท่องเที่ยววางแผนเที่ยวเองควบคู่กับการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนมากสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสถานะโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ย 46,003 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน ยกเว้นอุทยานแห่งชาติเขาสกเพียงแห่งเดียวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวระหว่าง 3-4 วัน นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อเดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ส่องสัตว์ และดำน้ำดูปะการัง โดยส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการเที่ยวอุทยานฯ ประมาณ 3,394 บาท สำหรับการเลือกสถานที่พักในระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ท และโรงแรมตามลำดับ สำหรับรูปแบบการเดินทางพบว่าส่วนใหญ่วางแผนท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยกเว้นอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์เพียงแห่งเดียวที่นักท่องเที่ยววางแผนเที่ยวเองควบคู่กับการใช้บริการบริษัท นำเที่ยว

2. ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่หากวิเคราะห์ลึกลงไปพบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เมื่อมองในมิติความต้องการ พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากร และด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มิติความต้องการเหล่านี้ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับ สำหรับมิติความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมดีแล้ว

แต่เมื่อพิจารณาในมิติความพึงพอใจ พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม และด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังปรากฏในตารางที่ 1

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย		การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	มิติความต้องการ	มิติความพึงพอใจ	มิติความต้องการ	มิติความพึงพอใจ
ด้านพื้นที่	✓	✓	-	✓
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	-	✓
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	-	-	-	-
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	-	-	-	-
ด้านบุคลากร	✓	✓	-	-
ด้านราคา	✓	-	✓	✓

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4. แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถกำหนดแนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็น 2 มิติคือ แนวทางส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดภายในประเทศและภายนอกประเทศ

4.1 แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดภายในประเทศ โดยการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น ดังนี้

1) ยกระดับแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เน้นการกระตุ้นศักยภาพตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยพัฒนาระบบสินค้าการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Gen-Y ภายใต้บริบทของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน

2) ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.1) ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) ให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทำกิจกรรมความร่วมมือกับชาวบ้านที่อยู่รอบๆ อุทยานแห่งชาติ เพื่อกระตุ้นให้ชาวบ้านเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ

2.2) สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีต้นไม้สูงใหญ่ อาจจัดกิจกรรมโยกตัวจากยอดไม้สูง การเดินบนสะพานแขวน เป็นต้น และอาจเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักให้อยู่ในเส้นทางเดียวกัน

2.3) สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จัดโครงการ Let's Go Travel Green ซึ่งเป็นการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในจังหวัด หรืออุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำโปงเท็มให้สัตว์ป่า

2.4) ขยายฐานตลาดเด็กและเยาวชน เนื่องจากตลาดกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่เติบโตขึ้นมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม โดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรประสานงานกับสถาบันการศึกษาจัดกิจกรรมทัศนศึกษาให้กับเด็กและเยาวชน เพื่อให้กลุ่มนี้เกิดความรักความตระหนักในการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว

3) **บูรณาการการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)** เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว ซึ่งผลดีที่จะตามมาคือช่วยกระตุ้นการขาย สร้างความจงรักภักดีของลูกค้า ดังนั้นจึงควรบูรณาการกิจกรรมการสื่อสารการตลาดต่างๆ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง (direct marketing) เข้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจท่องเที่ยว สร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารและข้อมูลการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 **แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดภายนอกประเทศ** โดยการบูรณาการการทำงานของการทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งสำนักงานภายในและภายนอกประเทศ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยวของจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และสถาบันการศึกษา ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 4 ประเด็น ดังนี้

1) **ทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ** การตลาดประเภทนี้นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับสภาพธรรมชาติ โดยไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้รับการปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีโอกาสได้ศึกษาความเป็นอยู่ของคนในสังคม ได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับคนในชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน

การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ จะต้องดำเนินการภายใต้มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจการท่องเที่ยวประเภทนี้ ผู้ประกอบการจะต้องส่งเสริมการขาย และทำการตลาดทางตรง (direct marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

2) ส่งเสริมการขาย

2.1) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มหลักให้เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดาเพิ่มมากขึ้น

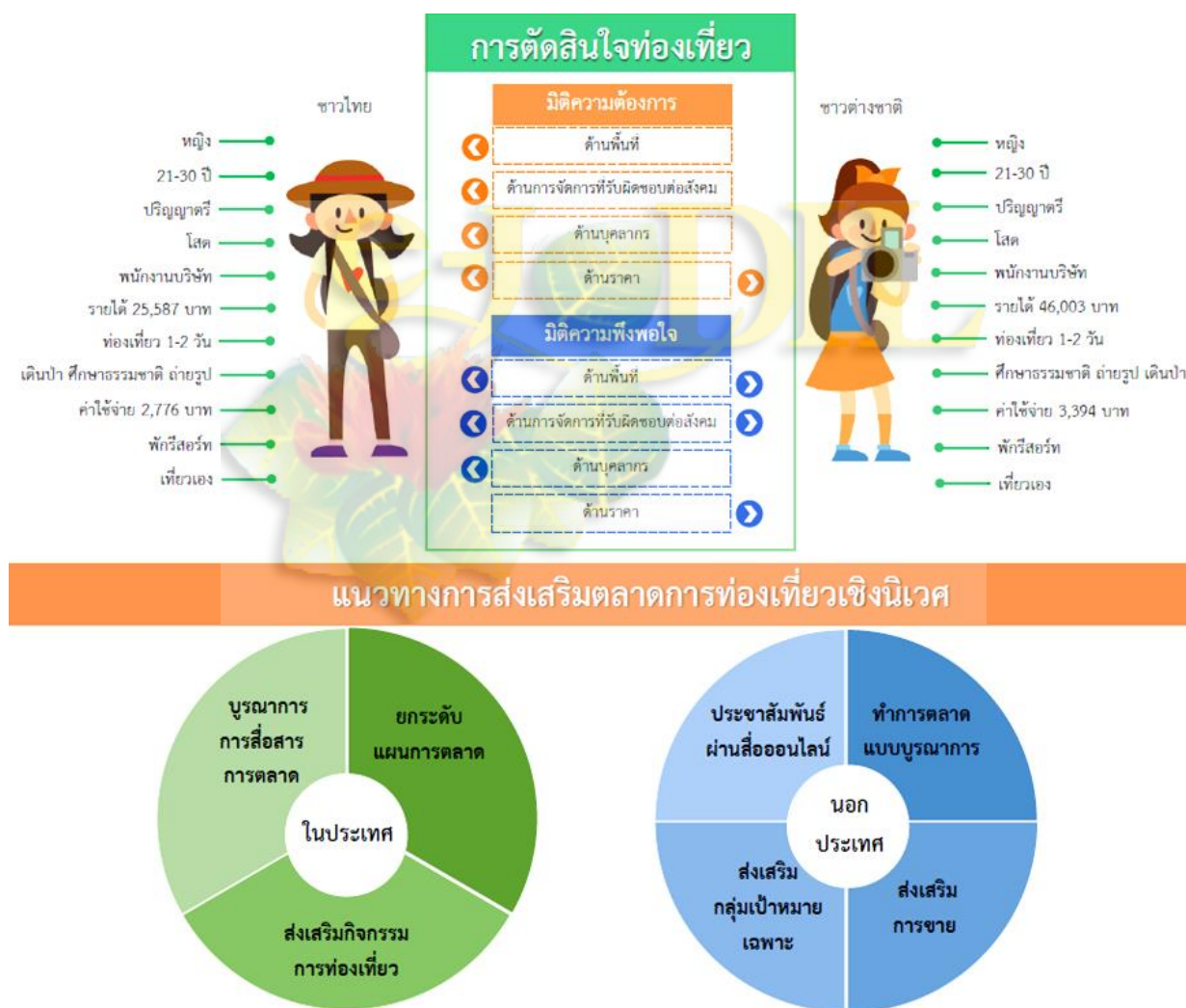
2.2) จัด FAM trip การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยดึงกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ที่ทำงานในแวดวง การท่องเที่ยวในต่างประเทศ ให้เข้ามาศึกษาเรียนรู้การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติวนอุทยาน เป็นต้น เพื่อกลับไปประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

2.3) จัดโรดโชว์ (road show) ที่เน้นตลาดนักท่องเที่ยวอเมริกัน เยอรมัน โดยเน้นสื่อสารกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้หลากหลาย และชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y ชาวอเมริกัน เยอรมัน และอาเซียน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

4) การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแต่ละอุทยานแห่งชาติ

โดยสรุปแล้ว การวิเคราะห์การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย สามารถนำเสนอได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 Infographic ลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อภิปรายผล

1. ลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวยุโรปยังคงมีบทบาทสำคัญ เช่นเดียวกับในอดีตและเรื่อยมาจนปัจจุบันซึ่งสอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว (2556) รายงานสรุปผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรมในตลาด เชิงนิเวศ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สำหรับจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติใช้เวลาท่องเที่ยวโดยประมาณ 1-2 วัน เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องเวลาจึงต้องอาศัยการเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ดังสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะสั้น โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดต่อเนื่องทั้งนี้ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมักเลือกนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระยะเวลาในการพำนักราว 2-3 วัน เพื่อความสะดวกในการจัดหาที่พัก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พำนักระยะสั้นมีข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางโดยเฉพาะในบางจังหวัด เช่น จังหวัดน่าน มีระยะทางระหว่างเส้นทางค่อนข้างไกล ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสั้นๆ

ขณะที่การเลือกลักษณะกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างเลือกทำกิจกรรมเรื่องการ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง ศึกษาธรรมชาติ เดินป่า ตามลำดับ หากเปรียบเทียบกับผลการศึกษที่ผ่านมาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) พบว่าในอดีตนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจกับกิจกรรมดูนก ชีว้าง และเดินป่า สำหรับรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่วางแผนท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีวิธีการท่องเที่ยวโดยทำเองทั้งหมด

2. ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่ระดับมาก แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกรายพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุด ความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นคือ ความต้องการสิ่งดีๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ โดยคาดหวังว่าหากมีโอกาสกลับมาอีกครั้งก็จะได้รับการปฏิบัติอย่างเช่นที่ผ่านมา ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยจึงพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุดส่วนหนึ่งอาจมาจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล ที่มีทัศนียภาพงดงาม มีการให้บริการด้านความรู้ ความเข้าใจตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นการเดินทางดังสอดคล้องกับที่สมชัย เบญจขย (2549) ระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ่งซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หากมองมิติด้านความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากรและด้านราคา เป็น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเนื่องจากความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เจ้าหน้าที่ที่พยายามอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และราคาที่มีความเหมาะสมผล ซึ่งมีมิติด้านความต้องการเหล่านี้ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับต่อมา

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหากมองมิติด้านความต้องการ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม ดังนั้นหากต้องการขยายตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีโดยเฉพาะช่วง Low Season ดังสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ที่ระบุว่ากลยุทธ์ในการปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value นั้นมีมาตรการหนึ่งคือการเร่งเพิ่มรายได้โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการจ่ายสูงหนึ่งในนั้นคือกลุ่ม Green Tourism (Eco Luxury), ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่ม ที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible Tourists กลุ่ม Green Tourism ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลักกลุ่มระดับกลาง-บนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย) อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทน หรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low Season นำเสนอสินค้าและกิจกรรม ที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) แต่หากมองมิติความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งในประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ อุทยานแห่งชาติขนาดใหญ่ต่างตระหนักและใส่ใจกับการจัดการที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อพื้นที่ และราคาค่าใช้จ่ายมีความคุ้มค่าหากเปรียบเทียบกับอุทยานแห่งชาติในประเทศอื่นๆ

4) แนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าแนวทางในการส่งเสริมทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดภายนอกประเทศ เน้นแนวทางมิติของผู้มาเยือน (Guest) เรื่องการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น Let 's Go Travel Green สนับสนุนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสินค้าที่ระลึก โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีการกระจุกตัวของการเดินทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวนมาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวในวงกว้างพร้อมกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในแต่ละเดือน ดังสอดคล้องกับที่กรมการท่องเที่ยว (2556) ระบุว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเรื่องการสื่อสารทางการตลาด และควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนนอกฤดูกาลท่องเที่ยวโดยกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนต่างๆ สำหรับส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การนำหน่วยงานต่างๆ เข้ามาศึกษาดูงาน พบว่า เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญ แต่แนวทางนี้ควรเป็นการดูงานขนาดเล็ก หากมาศึกษาดูงานเป็นคณะใหญ่ อาจไม่เกิดประโยชน์ทั้งกับผู้มาศึกษาดูงาน และพื้นที่ในคราวเดียวกัน การส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y (Gen Y) เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบ

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแต่กิจกรรมหนึ่งที่คนกลุ่มนี้ชื่นชอบเป็นพิเศษ คือการถ่ายรูปบันทึกภาพและเสียดังปัจจุบันเป็นช่องทางการสื่อสารในสังคมออนไลน์ที่แพร่หลายมากในปัจจุบัน เพียงแค่การใช้สื่อจะมีใช้เพียงแค่การถ่ายภาพและแชร์เท่านั้น แต่ต้องมีการสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นการรณรงค์ถ่ายภาพหรือบันทึกวิดีโอการท่องเที่ยวภายใต้คำสำคัญที่สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ความรับผิดชอบ การศึกษาเรียนรู้ เป็นต้น สำหรับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสตรี ผลการศึกษาระบุชัดเจนว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศผู้หญิงมีจำนวนมากกว่าผู้ชาย ดังนั้นตลาดนี้จึงเป็นตลาดที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มเติบโตได้ดีในอนาคต เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าบทบาทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้หญิงปรากฏให้เห็นตั้งแต่การประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก (Earth Summit) เมื่อปี 2535 ซึ่งสอดคล้องกับที่รัชนีกร แซ่วัง (2555) ที่กล่าวไว้ว่าแนวคิดของผู้หญิงที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ (Eco natural tourism) ส่งผลให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดท่องเที่ยวในการศึกษาและเรียนรู้ ตลอดจนการพัฒนาคน จากการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลกที่ประเทศบราซิล

สำหรับแนวทางในการส่งเสริมตลาดภายนอกประเทศ เน้นแนวทางมิติของผู้มาเยือน (Guest) เรื่องการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่ม ASEAN เข้ามาท่องเที่ยว ในอนาคตอันใกล้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการเปิดประชาคมอาเซียน และการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปเข้ามาท่องเที่ยวเพราะเป็นตลาดที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากความประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จากนั้นนักท่องเที่ยวจะบอกต่อ หรือกลับมาเที่ยวซ้ำดังสอดคล้องกับอมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) ที่ระบุว่าเมื่อนักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้มาชื่นชมแล้วเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวก็จะช่วยประชาสัมพันธ์ แนะนำเชิญชวนให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน มีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น website blog twitter youtube ฯลฯ ดังนั้นจึงควรใช้ช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย
2. จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสตรีวัยทำงานซึ่งมีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว จึงควรออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาทำกิจกรรมนานขึ้น
3. ข้อมูลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลไกด้านราคามีผลต่อมิติความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการตั้งราคาที่เหมาะสมและจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวในราคาย่อมเยาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. บริษัทนำเที่ยวควรพิจารณาบรรจุกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวสตรี นักท่องเที่ยวที่ชอบศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูป เดินป่า ฯลฯ ไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยว
2. ควรศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติทางทะเล เนื่องจากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าอุทยานแห่งชาติทางทะเลมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เชิงนิเวศทั้งชาวไทยและต่างชาติ
3. ควรศึกษาพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากในอนาคตนักท่องเที่ยวสูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินสูง
4. ควรศึกษาการออกแบบประสบการณ์ (Experiential Design) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ เพื่อสร้างความรักและหวงแหนทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2557. จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/621>.
- _____. (ม.ป.ป.). *โครงการศึกษาด้านการและโอกาสการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- รัชนิกร แซ่วัง. (2555). จาก...เวลาว่างแบบ “ผู้หญิง”สู่...หลากหลายมิติแห่งการท่องเที่ยว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 7(1), 83-90.
- สมชัย เบญจขย. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ในเอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตร “การบริหารจัดการป่าชุมชนและการพัฒนาอาชีพด้านป่าไม้” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2549*. กรุงเทพฯ: กรมป่าไม้.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *รายงานผลการศึกษากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนบนเส้นทางสีเขียว กรณีพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2559). *สรุปรายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2559. จาก http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/Stat_Tourist.php
- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2550). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- Ballantine, J. and Eagles, P. (1994). Defining ecotourists, *Journal of Sustainable Tourism*, 2(4), 210-214.

Benjamin B. Wolman. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostand: Reinheld Company, p. 384.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior*. (9th ed.). Fort Worth: Harcourt College.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (5th ed.), Pearson Education, Inc., New Jersey.

Mill, R. C. & Morrison, A. M. (1992). *The tourism system: An introductory text*. (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

