

โครงการวิจัย

เรื่อง

การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย:

กรณีศึกษาผืนป่าดงพญาเย็น - เขาใหญ่

Building Destination Equity and Value for Sustainable Tourism

of World Heritage in Thailand: Case Study of

Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex

โดย

อาจารย์นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

บธ.ม. (การจัดการ)

ดร. จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์

Ph.D. (Marketing)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา

Ph.D. (Marketing)

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

พบ.ม. (พัฒนาการเศรษฐกิจ)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน และบุคลากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2552 คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณสุนันทา สมพงษ์ ผู้อำนวยการภารกิจโครงการและประสานงานวิจัยและบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติที่ได้ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวก ปรับปรุงและแก้ไขรายงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณบุคลากรของอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าในพื้นที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ดังนี้ (1) คุณมานิช การพนักงาน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ทุกท่าน (2) คุณสิทธิชัย บรรพต หัวหน้าอุทยานแห่งชาติทับลาน และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติทับลานทุกท่าน (3) คุณชาติรี ผดุงพงษ์ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติปางสีดา และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติปางสีดาทุกท่าน (4) คุณบุญเชิด เจริญสุข หัวหน้าอุทยานแห่งชาติตาพระยา และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติตาพระยาทุกท่าน (5) คุณสุทธิชาติ ระเบียบ หัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ และเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ ทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัย

อาจารย์ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

ธันวาคม 2553

บทสรุปผู้บริหาร

(Executive Summary)

ชื่อโครงการ การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่
Building Destination Equity and Value for Sustainable Tourism of World Heritage in Thailand: Case Study of Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex

ชื่อคณะผู้วิจัย

1. อาจารย์นงลักษณ์ โปธิไพจิตร
2. ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา
4. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2552 จำนวนเงิน 351,080 บาท
ระยะเวลาการทำวิจัยตั้งแต่ 29 กันยายน 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2553

สรุปโครงการวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการนำเสนอคุณค่าทางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี โดยผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็น "มรดกโลกทางธรรมชาติ" จากองค์การยูเนสโก เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ซึ่งงานวิจัยนี้มีแนวคิดหลักคือการศึกษาคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าตราแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดการรับรู้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว อันจะส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยว และเกิดการบอกต่อทำให้แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ตลอดจนหาแนวทางให้มีส่วนร่วมของผู้วางนโยบายจากทุกภาคส่วน และชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามเป็น

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยและแบบเจาะลึกกับกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/เจ้าหน้าที่อุทยาน จำนวน 25 คน และกลุ่มชุมชน/เอกชน จำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น 75 คน

ผลการวิจัยมีดังนี้ (1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด ไม่มีบุตรหลานอาศัยอยู่ด้วย ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 15,000-29,999 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร (2) สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อได้ยินชื่อของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ ความอุดมสมบูรณ์ของป่า สัตว์ป่า และน้ำตก สาเหตุที่เลือกมาท่องเที่ยว คือ อากาศดี ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ ความหลากหลาย/ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติ กิจกรรมในการท่องเที่ยว คือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เล่นน้ำตก และส่องสัตว์ (3) นักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลาง มีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้สึกและมีความรู้ความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ และมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี มีความพึงพอใจในระดับพอใจ มีความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับคุ้มค่า มีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ โดยนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์และคุณภาพการให้บริการของพนักงานในระดับค่อนข้างดี

สรุปผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. แนวทางในการสร้างตราแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ดังนี้

1.1 เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว โดยชี้ให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

1.2 กำหนดตำแหน่งของตราแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถศึกษาและสัมผัสกับความหลากหลายของธรรมชาติทั้งป่าไม้และสัตว์ป่าอย่างใกล้ชิด โดยการสร้างการรู้จักและสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.3 พัฒนาความคุ้มค่าโดยรวมของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ โดยสร้างความคุ้มค่าด้านชื่อเสียงของความเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ และความคุ้มค่าด้านอารมณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีและมีความสุขจากการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

2. ความพยายามทางการตลาด (การรณรงค์การสื่อสาร การโฆษณาออนไลน์ และการให้บริการของพนักงานบริการ) มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-

เขาใหญ่ โดยพบว่าทัศนคติต่อเว็บไซต์มีค่าความสัมพันธ์กับคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในเว็บไซต์นั้นนำไปใช้ประโยชน์ได้ค่อนข้างดี

3. คุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว (การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว) ความคุ้มค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และความพึงพอใจมีผลต่อความภักดีต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ พบว่าความพึงพอใจมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ส่วนคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับรองลงมา

4. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีผลต่อพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวซ้ำ โดย 79.4% ของนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีสูงจะมีการท่องเที่ยวซ้ำ

5. แนวคิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ดังนี้

5.1 การดำเนินแผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพของป่าและสัตว์ป่า โครงการวิจัยสิ่งแวดล้อม/ผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวโดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น และโครงการปลูกป่าโดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

5.2 การประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ ผ่านทางผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ วิทยุชุมชน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

5.3 การฝึกอบรมให้ความรู้ชุมชนเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดเล็ (SME) โดยร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนในชุมชน เช่น การแปรรูปสมุนไพร การแปรรูปอาหาร ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวและกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

5.4 การฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานและเจ้าหน้าที่ของแต่ละอุทยานแห่งชาติที่อยู่ในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น งานบริการ งานสื่อความหมายของธรรมชาติ งานป้องกันและปราบปราม งานดูแลนักท่องเที่ยว งานสร้างมวลชน เป็นต้น

5.5 จัดตั้งชุมชนชาวอุทยานฯ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม เช่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เป็นต้น

การนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้ (1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้ ความเข้าใจว่าผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ทับลาน ปางสีดา ตาพระยา และเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่) เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ โดยเฉพาะสื่อโฆษณา/ป้ายโฆษณาในท้องถิ่นและบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว (2) พัฒนาจิตสำนึกของทุกภาคส่วนให้เห็นคุณค่าของความเป็นมรดกโลก

(6)

ทางธรรมชาติ และช่วยกันดูแลรักษาความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติที่ยั่งยืน (3) ขับเคลื่อนให้เกิดเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการอนุรักษ์และรักษาป่า ความอุดมสมบูรณ์ของป่า น้ำตก และสัตว์ป่าให้คงอยู่คู่กับความเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ (4) พัฒนานุเคราะห์ในอุทยานหน่วยงานภาครัฐและชุมชนให้มีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ ช่วยกันเฝ้าระวัง สอดส่อง และควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่า และล่าสัตว์

ผลที่ได้จากการวิจัยจะส่งผลกระทบในเชิงบวก โดยสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อธำรงรักษาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ให้เป็นมรดกโลกที่มีความยั่งยืนตลอดไป และส่งผลทวีคูณต่อเศรษฐกิจโดยรวมในระดับท้องถิ่น โดยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ปราจีนบุรี สระแก้ว บุรีรัมย์ และนครนายก รวมทั้งการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศไทย

บทสรุปผลวิจัย

คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาบูรณาการหรือการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีการกำหนดแผนกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ : ส่งเสริมคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลก ในด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ

พันธกิจ : มีดังนี้

1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่
2. พัฒนาจิตสำนึกของทุกภาคส่วนให้เห็นคุณค่าของมรดกโลกทางธรรมชาติ และช่วยกันดูแลรักษาความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติที่ยั่งยืน
3. ขับเคลื่อนให้เกิดเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง
4. พัฒนานุเคราะห์ในอุทยานหน่วยงานภาครัฐและชุมชนให้มีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่าโดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม

- 1.1 โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ หรือโครงการปลูกป่ารอบอุทยานฯ เป็นต้น
- 1.2 โครงการประกวดอุทยานฯ สีเขียวในระดับประเทศ
- 1.3 กิจกรรมประกวดภาพถ่ายภายใต้แนวคิดมรดกโลก-มรดกเรา

- 1.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- 1.5 โครงการวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพของป่าและสัตว์ป่า
- 1.6 โครงการยูวีวิจัยสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว
- 1.7 โครงการรณรงค์การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่าโดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ

2.2 โครงการจัดระบบการบังคับใช้กฎระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัด

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่าโดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ-การตลาด การท่องเที่ยว และการจัดการทั่วไป

3.1 โครงการฝึกอบรมให้ชุมชนเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก (SME)

3.2 จัดทำปฏิทิน แผ่นพับและคู่มือท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่อุตลอดทั้งปี

3.3 จัดทำเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อสารถึงความเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ

3.4 โครงการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน

3.5 จัดหน่วยป้องกันและดูแลความปลอดภัยเคลื่อนที่เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างคุณค่า/ความคุ้มค่าโดยใช้แผนกิจกรรมส่งเสริมด้านความร่วมมือสนับสนุนจากชุมชน/ภาครัฐ และเอกชน

4.1 จัดตั้งเครือข่ายในการเฝ้าระวังผืนป่า

4.2 จัดตั้งชุมชนชาวอุทยานฯ ในการพัฒนาชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม

4.3 โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

ชื่อโครงการ การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2552 จำนวนเงิน 351,080 บาท
ระยะเวลาการทำวิจัย 1 ปี 3 เดือน ตั้งแต่ 29 กันยายน 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2553

ชื่อผู้วิจัย

1. นางสาวนงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร¹
2. ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์²
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา³
4. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ โดยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ค่าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการทดสอบไคแอสควร์ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ประกอบด้วย กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/เจ้าหน้าที่อุทยาน จำนวน 25 คน และกลุ่มชุมชน/เอกชน จำนวน 50 คน

จากผลการศึกษาสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางในการสร้างตราแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาคุณค่าและความคุ้มค่าให้กับผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ดังนี้ (1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางธรรมชาติ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว (2) กำหนดตำแหน่งของตราแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถศึกษาและสัมผัสกับความหลากหลายของธรรมชาติทั้งป่าไม้และสัตว์ป่าอย่าง โดยการสร้างการรู้จักและสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน

¹ บช.ม. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โทรศัพท์ 02-244-5723

² Ph.D. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โทรศัพท์ 02-244-5712

³ Ph.D. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โทรศัพท์ 02-281-8181

⁴ พบ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โทรศัพท์ 02-244-5712

(3) สื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงชื่อเสียงของความเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีและมีความสุขจากการท่องเที่ยว

การใช้ความพยายามทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวคำนึงถึงเว็บไซต์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ ส่วนด้านความภักดีนั้นพบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจและคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีต่อผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำ โดยพบว่า 79.4% ของนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีสูงจะมีการท่องเที่ยวซ้ำ

ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ดังนี้ (1) ควรดำเนินแผนกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพของป่าและสัตว์ป่า โครงการยูววิจัยสิ่งแวดล้อม/ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น และโครงการปลูกป่าโดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน (2) ควรประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ ผ่านผู้นำชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ และสื่อท้องถิ่น (3) ควรฝึกอบรมให้ความรู้ชุมชนเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดเล็กโดยร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (4) ควรฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เช่น งานบริการ งานสื่อความหมายของธรรมชาติ งานป้องกันและปราบปราม งานดูแลนักท่องเที่ยว งานสร้างมวลชน เป็นต้น (5) ควรจัดตั้งชุมชนชาวอุทยานฯ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม เช่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เป็นต้น

คำสำคัญ : การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว, ความคุ้มค่าตราสินค้า, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, มรดกโลกของประเทศไทย

Research Title Building Destination Equity and Value for Sustainable Tourism of World Heritage in Thailand: Case Study of Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex

Research scholarship granted in the budget year of 2009 Total amount 351,080 Baht

Research time frame 1 year 3 months From 29 September 2009 to 31 December 2010

Researcher

1. Nongluck Popichit, Lecturer¹
2. Dr. Jirawat Anuwichanont²
3. Asst. Prof. Dr. Panisa Mechinda³
4. Assoc. Prof. Sirivan Serirat⁴

Abstract

This research endeavors to develop guidelines in building destination equity and perceived value for sustainable tourism of Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex. This research is qualitative and quantitative. The quantitative research is conducted using questionnaires from 400 purposive samples of Thai tourists through the convenience sampling. The statistical methods employed in this study include the analysis of Structural Equation Modeling, Pearson correlation and Chi-square

The research findings can be utilized in formulating the guidelines in building destination brand through the development of destination equity and perceived value of Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex as follows: (1) Emphasizing the public relation in promoting Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex as the world environmental heritage through websites from which tourists can access the information easily and fast. (2) Identifying destination positioning as the tourist destination providing varieties of forestry and wild lives by focusing on building clear destination awareness and image. (3) Building reputation of Dong Phrayayen-Khao

¹ MBA. Faculty of Management Science, Suan Dusit Rajabhat University, Tel. 02-244-5723

² Ph.D. Graduate School, Suan Dusit Rajabhat University, Tel. 02-244-5712

³ Ph.D. Marketint Department, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Tel. 02-281-8181

⁴ Assoc. Professor. Graduate School, Suan Dusit Rajabhat University, Tel.02-244-5712

Yai Forest Complex as the world environmental heritage along with creating positive feeling and happiness from travelling in order to achieve the emotional response of perceived value.

Marketing efforts moderately correlate with destination equity of Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex. The finding reveals that website is the most powerful indicator of destination equity followed by advertising and quality of service encounter respectively. The finding reveals that satisfaction is found to be the most powerful indicator of tourists' loyalty towards Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex followed by destination equity. In addition, loyalty towards Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex influences tourists' revisiting of which 79% of tourists with high loyalty have high tendency to revisit.

The findings of interviews with stakeholders can be utilized in developing the guidelines for building destination equity and perceived value of Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex to be sustainable tourism as follows: (1) Implementing programs promoting clean environment in Dong Phayayen-Khao Yai through the research project regarding the condition of forestry and wild lives, junior project researching the environment and tourism through the cooperation of local educational institutions and forest planting projects under the cooperation between governmental and private sectors. (2) Promoting local communities and tourists to recognize the importance of being the world environmental heritage through community leaders, concerned organizations, websites and local medias. (3) Training and educating local communities about the small and medium entrepreneurship through the cooperation with local authorities in order to create job opportunities for communities in tourist destination. (4) Training and educating personnel and authorities of Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex regarding the services, communication, protection and community building concerns. (5) Organizing the Forest Complex Community through the cooperation with concerning organizations in order to gain the community participation in developing tourist destination and products.

Keywords: Building Destination Equity, Brand Value, Sustainable Tourism, World Heritage in Thailand

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทสรุปผู้บริหาร.....	(3)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(9)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(11)
สารบัญ.....	(13)
สารบัญตาราง.....	(15)
สารบัญภาพ.....	(19)
บทนำรวม.....	(21)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	6
ขอบเขตของการวิจัย และวิธีการดำเนินการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
สมมติฐานการวิจัย.....	11
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	12
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	13
ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	13
คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว/คุณค่าตราสินค้า.....	16
ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	22
ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	23
ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	24
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ.....	26
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	28
ข้อมูลพื้นฐานผืนป่าดงพญาเย็น - เขาใหญ่.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
การวิเคราะห์ข้อมูล	48
บทที่ 4 ผลการวิจัย	51
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	51
ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ	109
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	143
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	143
ผลการทดสอบสมมติฐาน	147
สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย	148
การอภิปรายผล	149
ข้อเสนอแนะ/การประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ	151
แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและ	
ความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว	152
ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการทำวิจัย	162
งานวิจัยที่คาดว่าจะดำเนินการต่อไป	162
บรรณานุกรม	165
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. ตารางไคแอสควร์	175
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์	189
ภาคผนวก ค. รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	199
ภาคผนวก ง. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย	207
ภาคผนวก จ. ผลการประชุมกลุ่มย่อย	211
ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณะผู้วิจัย	295



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง	30
ตารางที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในบริเวณ ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	41
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	51
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	54
ตารางที่ 4.3 ระดับความชอบของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	58
ตารางที่ 4.4 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น – เขาใหญ่	58
ตารางที่ 4.5 สาเหตุ/ความสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	59
ตารางที่ 4.6 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในการท่องเที่ยวที่ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	60
ตารางที่ 4.7 แหล่งท่องเที่ยวในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม	60
ตารางที่ 4.8 ประเภทของยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยว ในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	61
ตารางที่ 4.9 ความคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว	62
ตารางที่ 4.10 การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว	63
ตารางที่ 4.11 ภาพลักษณ์ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	64
ตารางที่ 4.12 ภาพลักษณ์ด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	65
ตารางที่ 4.13 ความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	67
ตารางที่ 4.14 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่	68
ตารางที่ 4.15 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ของนักท่องเที่ยว	69
ตารางที่ 4.16 ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ของนักท่องเที่ยว	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17	ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านราคาในรูปตัวเงินต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 71
ตารางที่ 4.18	ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านความพยายามต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 72
ตารางที่ 4.19	ความคุ้มค่าที่รับรู้ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ของนักท่องเที่ยว..... 73
ตารางที่ 4.20	ความคุ้มค่าที่รับรู้โดยรวมในการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ของนักท่องเที่ยว..... 74
ตารางที่ 4.21	วิธีท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 74
ตารางที่ 4.22	ทัศนคติต่อการทำงานของธุรกิจค้าปลีก (ตัวแทนขาย) ของนักท่องเที่ยว..... 75
ตารางที่ 4.23	ทัศนคติต่อการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 76
ตารางที่ 4.24	การประเมินการโฆษณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 77
ตารางที่ 4.25	ประสบการณ์/การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น – เขาใหญ่ผ่านทางเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยว..... 78
ตารางที่ 4.26	ทัศนคติต่อคุณภาพของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 78
ตารางที่ 4.27	ทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานระหว่างการท่องเที่ยวผืนป่า ดงพญาเย็น-เขาใหญ่นักท่องเที่ยว..... 79
ตารางที่ 4.28	ความพึงพอใจ/ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ของนักท่องเที่ยว..... 80
ตารางที่ 4.29	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่..... 82
ตารางที่ 4.30	การวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรภาพลักษณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่..... 83

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.31	ค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปร ที่อธิบายด้วยปัจจัย 3 ปัจจัย ของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่.....	86
ตารางที่ 4.32	การวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่.....	87
ตารางที่ 4.33	ค่าสัดส่วนหรือร้อยละของความผันแปรทั้งหมดของตัวแปร ที่อธิบายด้วยปัจจัย 5 ปัจจัยของความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่.....	89
ตารางที่ 4.34	สรุปค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล.....	90
ตารางที่ 4.35	ผลการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยัน.....	92
ตารางที่ 4.36	เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้.....	97
ตารางที่ 4.37	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราของแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ของนักท่องเที่ยว.....	98
ตารางที่ 4.38	ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ตามสมมติฐานกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์.....	102
ตารางที่ 4.39	ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	104
ตารางที่ 4.40	ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยว.....	105
ตารางที่ 4.41	ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ กับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว.....	106
ตารางที่ 4.42	ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่กับ ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ด้านการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว.....	107
ตารางที่ 4.43	ผลคะแนนการประเมินความเป็นไปได้ของ โครงการ/กิจกรรม ส่งเสริมการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของ แหล่งท่องเที่ยวผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่.....	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.1	ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน 147
ตารางที่ 5.2	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ 154
ตารางที่ 5.3	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ 156

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	27
ภาพที่ 2.2 ปริซึมความสามารถทำให้ยั่งยืน.....	31