



ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่
ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

โดย
นายนครเศรษฐ์ เวสารัชชานนท์

วันที่... 20 S.A. 2553
เลขทะเบียน... ๐1๒๑๖๕... ๑๒

ภาพ
๑15.๑304
ช ๒๒4๗
ม.กร.๕๕๓๓,

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง
มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2553

**Marketing Communication Factors Promoting the Ecotourism at Huaikhayeng,
Kanchanaburi Province**

By

Mr. Norases Vesa-Rajanand

**A Study Report in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication
Faculty of Communication Arts
KRIRK UNIVERSITY**

2010

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายนรเศรษฐ์ เวสาร์ชนันท์

เรื่อง

ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 13 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2553

ประธานกรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ)

กรรมการสารนิพนธ์

(อาจารย์มุตก อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	นายนรเศรษฐ์ เวสารัชชานันท์
สาขาวิชา/คณะ/ มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวห้วยเขย่งในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ศึกษาพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ในพื้นที่ จังหวัดกาญจนบุรี โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมจากการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth - interview) เจ้าหน้าที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี, ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวกาญจนบุรี และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ห้วยเขย่ง และการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) และ ไค-สแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคกลางของประเทศ โดยกลุ่มสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป และมีจำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้ทั้งหมด 4 – 7 คน

นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเวลา 3 – 4 วัน คั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ประมาณ 4,600 – 7,500 บาท ปัจจัยที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ กิจกรรมท่องเที่ยว (ดูปราสาทหิน, ค้างคาวอุณหภูมิต่ำ) ดูข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจากเว็บไซต์ ใช้กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ เป็นอุปกรณ์เสริมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง สถานที่พักค้างคืนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ รีสอร์ท ส่วนใหญ่

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจากเว็บไซต์ ใช้กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ เป็นอุปกรณ์เสริมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง สถานที่พักค้างคืนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ รีสอร์ท ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ครึ่งดำสุด ช่วงฤดูหนาว (พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์) เพื่อนเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวห้วยเขย่ง สิ่งที่น่าสนใจระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ ชมกล้วยไม้ป่า ชอบกิจกรรมเดินป่า (ดูนก พันธุ์ไม้) ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งเพราะเห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน คาดหวังว่าจะ ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวระดับรีสอร์ท และคิดว่าในอนาคตส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอีก

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความปลอดภัย รองลงมา ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสินค้าของที่ระลึก ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ได้แก่

ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการสื่อสารการตลาด โดยเฉพาะด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในส่วนของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั่วไปเกิดการรับรู้ เกิดความสนใจ และนำข้อมูลที่ได้รับ ไปประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

ส่งเสริมการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น และสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเกิดความสนใจ อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอีกทางหนึ่งด้วย

และพัฒนาปรับปรุงรูปแบบกิจกรรม และคิดค้นกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่มีรูปแบบสัมพันธ์กับธรรมชาติ และสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั่วไป และเป็นทางเลือกใหม่ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงไปด้วยความอนุเคราะห์จากท่าน รศ.บำรุง สุขพรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาเสียสละเวลาเพื่อให้ความรู้ คำปรึกษาพร้อมทั้งคำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้ศึกษาขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ และที่กรุณาสละเวลาและอำนวยความสะดวกในการพูดคุย สัมภาษณ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำด้านข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ยังมีบุคคลอื่นๆ อีกหลายท่านที่ไม่สามารถกล่าวนามได้ทั้งหมด โดยมีส่วนช่วยในการสนับสนุนและกำลังใจในครั้งนี้นี้ ผู้ศึกษาจะระลึกถึงการมีส่วนร่วมของท่านตลอดไป
สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นายนครเศรษฐ์ เวสราชชนันท์

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ.2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 ข้อจำกัดการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาด	9
2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	16
2.3 แนวคิดการมีส่วนร่วม	40
2.4 แนวคิดการพัฒนาท้องถิ่นและการท่องเที่ยว	41
2.5 นโยบายการท่องเที่ยว	43
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	48
2.8 สมมุติฐานการวิจัย	48
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	49
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	49
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	53
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	53
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	56
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	60
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	68
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการศึกษา	70
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	75
ภาคผนวก	79
ผนวก ก แบบสอบถาม	80
ผนวก ข นโยบายการท่องเที่ยว	87
ผนวก ค ข้อมูลจังหวัดกาญจนบุรี	90
บรรณานุกรม	91
ประวัติผู้วิจัย	93

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	53
4.2	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	56
4.3	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวม	60
4.4	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	61
4.5	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย	62
4.6	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	63
4.7	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	64
4.8	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสินค้าของที่ระลึก	65
4.9	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	67
4.10	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด	67
4.11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	68
4.12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบันเป็นผลสืบเนื่องจาก แผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2551 ดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ททท.มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยมีเป้าหมายคือส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและประทับใจ” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์: 2551)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้เจริญเฟื่องฟู รุดหน้ามาตามลำดับ เป็นผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนมีมูลค่านับแสนล้านบาท ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในด้านตรงกันข้ามการเติบโตที่รวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลับทำให้สภาพแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวและภาพพจน์ของการท่องเที่ยวลดถดถอยลง การจัดการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม

การพัฒนาการท่องเที่ยว ในทิศทางที่ประสานการพัฒนากับการอนุรักษ์นั้น ได้มีความพยายามมาโดยตลอด ด้วยการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาที่ดำเนินการอย่างรอบคอบ ตรงตามหลักวิชาการแต่ในการดำเนินการที่ผ่านมา แนวทางต่าง ๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยสาเหตุหลายประการ สาเหตุประการหนึ่งที่จะกล่าวเป็นพิเศษในที่นี้ คือ ความสับสนในการพัฒนาระหว่างความต้องการทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์ และการขาดการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ภายใต้ความต้องการของประเทศ ในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์และกระแสของโลก ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวในการศึกษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
3. กระแสความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากพลัง 3 กระแสนี้ จึงทำให้เกิดแนวคิดการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ของธรรมชาติ นั่นคือ Green tourism หรือ Ecotourism ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกรอบและ โครงสร้างเล็กๆ รวมกัน แล้วสามารถนำไปสู่ การพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (All tourism should be sustainable tourism : Dowling, 1995) นักวิชาการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (PATA) องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) และนักวิชาการในอุตสาหกรรมทั้งจากยุโรป สหรัฐอเมริกา ต่างให้คำจำกัดความของ Ecotourism บนพื้นฐานองค์ประกอบว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible) ใน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural - based tourism) มีการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management) และการให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental education - based tourism) โดยประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ (Community based participation) ร่วมคิด ดำเนินการ ได้รับผลประโยชน์ และบำรุงรักษา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง มีคุณภาพ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ผู้ศึกษาได้มีโอกาสไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีหลายครั้ง และเห็นว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มี แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ รวมทั้งระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพ สามารถใช้เป็นสถานที่ ท่องเที่ยวและสามารถปลูกฝังให้ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่เยาวชนหรือนักท่องเที่ยว ได้ทุกเพศ ทุกวัย จึงตัดสินใจทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

กาญจนบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เต็มไปด้วย เรื่องราวในอดีตที่ น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นสถานที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทย ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมี แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ไม่ว่า จะเป็นป่าธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ป่าเขาถ้ำเขาไพร ถ้ำหรือน้ำตก

สภาพทั่วไป : จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งอยู่ภาคกลางของประเทศไทยห่างจากกรุงเทพมหานคร 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ 12.7 ล้านไร่ หรือ 19,483 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่ามีทั้งป่า โปร่งและป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และ แม่น้ำแควน้อยซึ่งไหลมาบรรจบ รวมกันเป็น แม่น้ำแม่กลองที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังข ละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอ หนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา

สภาพพื้นที่และเขตติดต่อ : มีชายแดนติดต่อกับสหภาพพม่าระยะทางประมาณ 370 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่

ทิศเหนือ จรด จังหวัดตากและจังหวัดอุทัยธานี

ทิศใต้ จรด จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก จรด จังหวัดสุพรรณบุรีและนครปฐม

ทิศตะวันตก จรด สหภาพพม่า

ลักษณะภูมิประเทศ : ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ทิวเขา หุบเขา และที่ราบลุ่มแม่น้ำ โดยพื้นที่ ทางด้านเหนือ และทิศตะวันตกของจังหวัดเป็นเทือกเขาแล้วค่อยๆ ลาดลงทางด้านใต้ และด้านตะวันออก สามารถ แบ่งออกเป็น 3 เขตใหญ่ คือ

ประวัติความเป็นมาห้วยเข่ง : ตำบลห้วยเข่ง ประวัติความเป็นมาที่เรียกว่าห้วยเข่ง เนื่องจากสมัยก่อนชาวบ้านได้เลี้ยงช้างเพื่อชักลากไม้ท่อน และมีคนเลี้ยงช้างชื่อ "พระเข่ง" มีอยู่วันหนึ่งช้าง ได้เกิดตกมันและได้เหยียบพระเข่งตายบริเวณลำห้วย จนชาวบ้านแถวนั้นเรียกว่า ห้วยพระเข่ง ต่อมาคำว่า พระ ได้หายไป และพูดสั้นขึ้นว่า ห้วยเข่ง มาจนถึงปัจจุบัน

สภาพทั่วไปของตำบล : ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดกาญจนบุรี

อาณาเขตตำบล :

ทิศเหนือ ติดกับ ต.ปี่ลือก อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี

ทิศใต้ ติดกับ ต.ท่าขนุน ต.หินลาด และ ต.ลิ้นถีนอ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี

ทิศตะวันออก ติดกับ ต.ท่าขนุน และ ต.หินลาด อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี

ทิศตะวันตก ติดกับ ต.ปี่ลือก อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี และสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า

จำนวนประชากรของตำบล : จำนวนประชากรในเขต อบต. 4,263 คน และจำนวนหลังคาเรือน 1,448 หลังคาเรือน

ข้อมูลอาชีพของตำบล : อาชีพหลัก ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ทำประมง อาชีพเสริม รับจ้าง

ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล :

1. บึงน้ำทิพย์
2. ถ้ำสองแปด
3. น้ำตกโป่งกระดังงา
4. แม่น้ำน้อย

1. เขตภูเขาและที่สูง ได้แก่พื้นที่ทางด้านทิศเหนือของ จังหวัดมีลักษณะเป็นเทือกเขาต่อเนื่องมาจาก เทือกเขาถนนธงชัย ถัดไปทางด้านตะวันตกของจังหวัด เป็นเทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งกั้นพรมแดนระหว่างไทย กับประเทศเมียนมาร์ ทอดยาวลงไป ทางด้านใต้บริเวณนี้จะ เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำที่สำคัญของจังหวัด

2. เขตที่ราบลูกฟูก ได้แก่ พื้นที่ด้านตะวันออก เฉียงเหนือของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขาสลับกับ เนินเขาเตี้ย ๆ อยู่บริเวณอำเภอเลาขวัญ อำเภอบ่อพลอย และบางส่วนของอำเภอพนมทวน

3. เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำ ได้แก่ พื้นที่ทางด้านใต้ของจังหวัด ลักษณะเป็นที่ราบ ดินมีความอุดมสมบูรณ์ อยู่บริเวณอำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง บางส่วนของอำเภอพนมทวน อำเภอเมืองกาญจนบุรี

เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีส่วนใหญ่ เป็นที่ดอนมี ทิวเขา เป็นแนวยาวกั้นแดนจึงทำให้มีอุณหภูมิค่อนข้างสูงและมี อากาศ ร้อนอบอ้าวมากในฤดูร้อน ส่วนในฤดูหนาว ไม่หนาวจัด ยกเว้นแต่บริเวณเทือกเขาอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 22.45 องศา-เซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 39.39 องศาเซลเซียสเดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนที่สุดในรอบปี

ห้วยเขย่ง เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด ที่ ททท.สำนักงานกาญจนบุรีบรรจุไว้ในแผนการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ เหมาะสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างมาก “ ปูราจีนี” สิ่งมหัศจรรย์ของห้วยเขย่งนั้น ค้นพบโดย นายสุพล ดวงพล เมื่อปี 2526 ที่บ้านน้ำโจน อ.ไทรโยค จ.กาญจนบุรี ต่อมาได้รับการตั้งชื่อโดย ศ.ไพบุลย์ นัยเนตร ภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อถวายแด่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เนื่องในโอกาสทรงเจริญพระชนมพรรษา 60 พรรษา

ลักษณะเด่นของปูชาจีนีเป็นปูน้ำจืดที่มีสีสันสวยงามมาก ขามีสีแดง โคนขาคล้ำหนึบ ขอบกระดูกสีขาว ส่วนกลางกระดูกมีสีน้ำเงิน กระดองยาวประมาณ 5-7 เซนติเมตร ชาวบ้านมักเรียกว่าปูสามสี หรือปูป่า อาศัยอยู่ในรู ฤดูหนาวจะปิดปากรู ส่วนฤดูฝนจะเปิดปากรูหาอาหารที่เป็นสิ่งมีชีวิตเล็กๆ เช่น หอยปลา ใส้เดือน จะผสมพันธุ์และออกลูกในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคมของทุกปี มีพบแห่งเดียวในโลกบริเวณริมห้วยและพื้นที่หุบเขาในพื้นที่ อ.ทองผาภูมิและ อ.ไทรโยค จ.กาญจนบุรีเท่านั้น

นอกจากการดูปูราจีนี ที่บ้านท่ามะเดื่อ หมู่ 1 ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตสวนป่าทองผาภูมิ เป็นป่าน้ำจืดแหล่งที่อยู่ของปูราจีนีใหญ่ที่สุดในปัจจุบันและยังเป็นสิ่งมหัศจรรย์ หนึ่งในสามของตำบล ได้แก่ปูราจีนี ค้างคาวคุณกิตติ ต้นไม้ยักษ์ และสุสานหอยทะเล 280 ล้านปี

จากองค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของห้วยเขย่งที่สำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง ในพื้นที่ จังหวัดกาญจนบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวหัวเข่งจังหวัดกาญจนบุรี มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง ซึ่ง ได้แก่ การสื่อสารตลาดประกอบด้วย

- ผลกระทบ
- ราคา
- สถานที่
- การส่งเสริมการตลาด
- การเมือง
- ชื่อเสียงภาพลักษณ์
- บุคลากร
- ช่วงเวลา
- จิตวิทยา

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และกลุ่มข้อมูลรองคือ

- กลุ่มประชากรหลัก ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง 100 คน
- กลุ่มประชากรรอง ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวกาญจนบุรี และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

1.4 ข้อจำกัดการวิจัย

1.4.1 เนื่องจากระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำกัดคือ ระยะเวลา 3 เดือน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมได้จากการสอบถามเท่านั้น

1.4.2 ช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ ช่วงเดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2552 เป็นช่วงที่ประเทศไทยมีมรสุม เข้าทำให้เกิดน้ำท่วมขังในบางอำเภอทำให้ไม่สะดวกต่อการเข้ามาท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลตามที่กำหนดค่าเข้าไม่ตรงตามเป้าหมายที่กำหนด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการนำไปปรับใช้สำหรับชุมชนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.5.2 ได้ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดปัจจัยในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.5.3 ได้ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.6 นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" (สฤกษ์, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนชนบทธรรมนิยม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ (สถานบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539 อ้างใน สฤญญ์, 2548

ขอบเขต คือ พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี กาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,473 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่ามีทั้งป่าโปร่งและป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง ที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา โดยห้วยเขย่งจะตั้งอยู่ที่ อำเภอไทรโยค

จิตสำนึกการท่องเที่ยว คือ การสำนึกที่จะรักษาธรรมชาติ ไม่ทำลายให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ ในการท่องเที่ยว และยังช่วยกันอนุรักษ์ไว้เพื่อความยั่งยืน

สื่อ คือ ตัวกลางที่ใช้ในการกระจายข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดกาญจนบุรีให้ประชาชนได้รับทราบ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ ฯลฯ

สื่อทางการตลาด คือ ตัวชี้ หรือกำหนดให้ทราบถึงข้อมูลของสินค้าที่ต้องการนำเสนอเช่น ราคา ลักษณะผลิตภัณฑ์ สถานที่ประกอบการ และการส่งเสริมการขาย

ประชากร คือ ประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 100 คน

โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ คือ โปรแกรมการดำเนินการจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ สวนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

Home stay คือ องค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีก หลากหลาย เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพา ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กันจนไม่อาจจะแยกออกได้ รวมไปถึงกิจกรรมที่บ้าน อื่นๆ ที่สมาชิกชุมชนร่วมกันจรรโลง ฯลฯ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจจาก นักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานด้าน Home stay จำเป็นจะต้องให้ เกิดความสมดุลกับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติควบคู่ไปกับประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน ก็จะช่วยให้ Home stay มีคุณค่าโดดเด่นคู่ไปด้วย Home stay แบบไทยๆ หากจะให้เหมือนสากลใน ประเทศออสเตรเลีย อเมริกา เยอรมัน นั้น ไม่ได้ เพราะวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ บ้านไทยไม่มีห้องพักส่วนตัวเหมือนต่างประเทศ เวลาเข้าพักก็ใช้ห้องโถง จึงหาความเป็นส่วนตัวไม่ค่อยได้

Long stay ความหมายจาก Long stay Foundation คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ

Carrying Capacity หรือ CC เป็นแนวคิดทางนิเวศวิทยา ที่สื่อให้ทราบว่าระบบนิเวศ หนึ่งๆ นั้น มีความเปราะบางแตกต่างกัน หรือระบบนิเวศหนึ่งๆ มีระดับหรือขีดความสามารถ ทนทานต่อการพัฒนาหรือถูกกระทำในระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น หากเกินกว่านี้ระบบนิเวศจะ ได้รับผลกระทบกระเทือนและอาจถูกทำลายลงจนไม่อาจฟื้นกลับสู่สภาพเดิมได้อีก ทั้งนี้โดย พิจารณาจากปัจจัย ที่เป็นองค์ประกอบและ โครงสร้างของระบบนิเวศเป็นบรรทัดฐาน

จากแนวคิดดังกล่าว ได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ในการจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Carrying Capacity ตรงกับภาษาไทยว่า “ขีดความสามารถใน การรองรับได้” และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว จึงหมายถึงขีดหรือระดับของแหล่ง ท่องเที่ยว หรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และ ปริมาณการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวสูงสุดได้โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบจนทำความเสื่อม โทรมหรือทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง"ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี" ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาด
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.3 แนวคิดการมีส่วนร่วม
- 2.4 แนวคิดการพัฒนาท้องถิ่นและการท่องเที่ยว
- 2.5 นโยบายการท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.8 สมมุติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารการตลาด

คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่างๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์ แปลคำนี้มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า communication theory ซึ่งมีความหมายครอบคลุมกว้างขวาง รวมไปถึง theory of communication (ทฤษฎีของการสื่อสาร) theories in communication (ทฤษฎีในการสื่อสาร) theories for communication (ทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร) และ theories about communication (ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร)

ทฤษฎี S M C R ของเบอร์โล (Berlo) เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะแปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย

- ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส" (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้

เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

- ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร
- ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

- ผู้รับ (receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการถอดรหัส (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้น ได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่

- ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่ง และผู้รับควรมีความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้ถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยการใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะ น่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่เหมือนกันกับผู้ส่ง โดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้ เป็นต้น

- ทัศนคติ (attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคดีย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่อนหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

- ระดับความรู้ (knowledge levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาวๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรรถยาคนไข้แล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่างๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจากส่วนกลาง

ออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่ายๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือมาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

- ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ฯลฯ ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

ความสำคัญของทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร โดยรวมจัดว่าเป็นแก่นหรือองค์ความรู้ในทางนิเทศศาสตร์ที่ใช้เป็นหลักในการศึกษาวิจัย และการปฏิบัติงานทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง หรือโดยทางอ้อม โดยทางตรง อาทิ การสื่อสารมวลชน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ โดยทางอ้อม อาทิ การสื่อสารภายในบุคคล (จิตวิทยา) การสื่อสารระหว่างบุคคล (จิตวิทยาและสังคมวิทยา) การสื่อสารภายในองค์กร (การบริหารองค์กร) การสื่อสารของประเทศ (รัฐศาสตร์)

วิธีการสื่อสารต่อกลุ่มคนจำนวนมาก โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถทำผ่านสื่อได้หลายวิธีเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ทฤษฎีการสื่อสารมีประโยชน์ต่อชีวิต องค์กร สังคม และ โลก ทั้งโดยตรงและทางอ้อม การศึกษาหรือการทำงานที่ปราศจากหลักการหรือทฤษฎี ย่อมเปรียบเสมือนการแล่นเรือออกไปสู่จุดหมายปลายทางอีกฝั่งหนึ่งของมหาสมุทร โดยปราศจากความรู้ทางภูมิศาสตร์ อุตุนิยม ดาราศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ นอกจากจะขาดประสิทธิผล (คือแล่นเรือไปไม่ถึงจุดหมายปลายทาง) หรือขาดประสิทธิภาพ (คือแล่นเรือไปถึงช้ากว่ากำหนด) ยังทำให้มีความเสี่ยงต่อความเสียหายที่สำคัญสองประการคือ ความเสียหายจากภัยอันตราย (เช่น เรือเกยหินโสโครกหรือเรือแตกเพราะพายุ) และความเสียหายจากการพลาดโอกาส (เช่น ท้องเรือว่าง ยังบรรทุกสินค้าบางประเภทได้อีก แต่ไม่รู้ไม่สนใจความต้องการของตลาด)

ในทางนิเทศศาสตร์ ความเสียหายจากภัยอันตราย (risk cost) เห็นได้ชัดจากการสื่อสารโดยไม่รู้กฎหมายหรือจริยธรรมและการสื่อสารโดยไม่รู้หลักจิตวิทยา

ความเสียหายจากการพลาดโอกาส (opportunity cost) อาจได้แก่ การบริหารสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์โดยขาดความรู้หรือไม่คำนึงถึงศักยภาพของเครื่องส่งหรือของบุคลากร การไม่ถือโอกาสสื่อสารทำความเข้าใจเมื่อเราได้พบบุคคลที่มีปัญหาขัดแย้งกับเรา ทั้งนี้เพราะเราไม่รู้ไม่เข้าใจทฤษฎี

ความโน้มเอียงร่วมของนิเวศน์ ซึ่งบอกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็น โอกาสสำคัญของการ ประนีประนอมความคิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ความเสียหายอันเกิดจากการพลาดโอกาสในทางนิเทศศาสตร์ อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อ ชีวิตและทรัพย์สิน อาทิ การมิได้รายงานหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสภาพอากาศให้ชาวประมงทราบ อาจ ทำให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาลต่อชีวิตและเรือประมง ดังเช่น กรณีพายุที่ขึ้นฝั่งภาคใต้ของไทย หลายครั้ง

การมิได้สื่อสารสร้างความอบอุ่นในครอบครัว อาจนำไปสู่การติดยาของลูกหลาน หรือ แม้แต่การฆ่าตัวตายตามทฤษฎีของเอมิล ดูร์แกง (Émile Durkheim) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ผู้เขียน “Le Suicide” (การฆ่าตัวตาย) ในปี ค.ศ. 1897 ซึ่งได้เสนอว่าสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งของการ ฆ่าตัวตาย คือความวิปริตผิดปกติ (anomaly) ที่มีได้มีกระบายถ่ายเทด้วยการสื่อสารกับบุคคลอื่น

สื่อการตลาดเพื่อใช้ในการท่องเที่ยว คือ วัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือ โดยมีหนทางหรือ วิธีทาง ในการนำข่าวสารวิชาความรู้ที่ต้องการ บอกกล่าวจากผู้ส่ง หรือ บริษัททัวร์ ถึง ผู้รับ หรือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันสื่อที่ใช้มีมากมาย และหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการ พัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อโดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้ เป็น 5 ประเภทคือ

1. สื่อบุคคล

หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อ ที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ โน้มน้าวใจใจ เนื่องจากติดต่อกับ ผู้รับสาร โดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การได้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษ ต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่ สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร หากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้ จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

2. สื่อมวลชน

จากข้อจำกัดของสื่อบุคคล ที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนา เทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่ง ประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสาร มาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่คาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออกส่วนสื่อ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือน

หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3. สื่อสิ่งพิมพ์

เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจ เนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4. สื่อโสตทัศน

เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเอง โดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีสื่อประชาสัมพันธ์ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทป บันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงานในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริง เป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมี

ความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5. สื่อกิจกรรม

ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวาง ไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงคัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

เครื่องมือในการส่งเสริมการสื่อสารการตลาด

1. ข่าวแจก(Press Release)

ข่าวแจกหรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Press Release หรือ บางทีเรียกว่า News Release นั้นคือข่าวสารที่มุ่งประชาสัมพันธ์ผลงาน หรือ กิจกรรม โดยองค์กร สถาบัน หรือ หน่วยงานจัดทำขึ้น และแจกจ่ายไป ให้สื่อทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีจุดมุ่งหมายให้สื่อเหล่านั้นได้ทราบและนำไปประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อก่อให้เกิดความรู้สึกหรือภาพลักษณ์อันดีต่อหน่วยงานนั้นๆ

การเขียนข่าวแจกใช้หลักการเดียวกันกับการเขียนข่าวทั่วไป คือ เนื้อหาประกอบด้วย 5W 1H ได้แก่ Who: ใครเป็นประธานของเรื่อง อาจเป็น คน กลุ่มคน เหตุการณ์ หรือ กิจกรรม

What: เกิดอะไรขึ้น ควรเป็นประเด็นหลักที่ต้องการให้สื่อรับรู้

Where: เหตุการณ์ กิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นที่ไหน เขียนให้ชัดเจน

When: ระบุ วัน เวลา ที่เหตุการณ์ กิจกรรม จะเกิดขึ้น หรือ ได้เกิดขึ้นแล้วให้ชัดเจน

Why: ทำไมเหตุการณ์หรือกิจกรรมดังกล่าวจึงเกิดขึ้น

How: และเกิดขึ้นอย่างไร

ข้อความทั้งหมดนี้ ควรอยู่ในย่อหน้าแรกของข่าวทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจทันที และที่สำคัญ ความนำหรือหัวข้อข่าวจะต้องดึงดูดความสนใจให้คนติดตามอ่านจนจบคั้งนั้นจึงเน้น ศิลปะผสมผสานกับจิตวิทยา ในการนำเนื้อหาสาระมาเขียนอย่างไรให้คนอ่านแล้วกระหายอยาก อ่านต่อจนจบ

2. การแถลงข่าว (Press Conference)

เป็นกิจกรรมที่ลงทุนสูง จึงใช้กับข่าวที่สำคัญจริงๆ และยังมีเสียงที่ผู้สื่อข่าวจะไม่ไปร่วมด้วย ในการแถลงข่าวจึงต้องคำนึงถึง สถานที่ ที่ ผู้สื่อข่าวรู้จักดีและเดินทางไปร่วมงานได้สะดวก เวลาที่เหมาะสมและที่สำคัญ คือ เรื่องที่แถลงข่าวต้องน่าสนใจ การแถลงข่าวมักจะถูกกับการสัมภาษณ์ เนื่องจาก หลังการแถลงข่าวแล้วจะมีการซักถามและสื่อมวลชนจะมาสัมภาษณ์เพื่อนำ ไปเสนอ ประชาชน จึงต้องมีการเตรียมคำถาม คำตอบ ที่คาดว่าสื่อมวลชนจะถามไว้ล่วงหน้า

การจัดแถลงสื่อมวลชน

2.1 กำหนดวัน เวลา สถานที่ โดยยึดความสะดวกของผู้สื่อข่าวเป็นหลัก ช่วงเวลาที่มี ปัญหาการจราจรน้อย สถานที่เพียงพอ

2.2 กำหนดตัวผู้สื่อข่าวที่ต้องการเชิญ

2.3 จัดเตรียมข่าวแจก และส่วนประกอบอื่นๆ จ.ม.เชิญ ที่ให้ทราบความเป็นมา มีชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ ภาพที่ต้องการเผยแพร่ นอกจากนั้น ก่อนหรือหลังการแถลงข่าว จัดให้มี ร่วมรับประทานอาหารระหว่าง คณะผู้แถลงข่าวกับ สื่อ มวลชนด้วย จะก่อให้เกิดคุ้นเคย

3. จัดสื่อมวลชนชมกิจการ แทนการแถลงข่าว สัมภาษณ์ หรือ แจกข่าว อาจเชิญผู้สื่อข่าว เข้ามชมหน่วยงานองค์กร หรือ กิจกรรมขององค์กร เพื่อนำข้อเท็จจริง ที่พบเห็น ไปขยายผลให้ ประชาชนได้รับทราบ

4. กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน องค์กรและ สถาบันมักใช้กิจกรรมต่างๆ เป็นเครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ กับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย หรือ ชุมชน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานนั้น

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Ecotourism หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่ง วัฒนธรรม อย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และ เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏใน

แหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือ หรือมาตรการหนึ่งในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวคิด ที่มีสาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่ราษฎรในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น พบว่าในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืชและสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ

6. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
7. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
8. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
9. เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มทุนประสบการณ์ ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึก และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิด โอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง ดังนั้นการให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อม ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วยวิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการ

อนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่นิยมใช้กัน โดยทั่วไป ได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศน์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำท่าย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง จึงเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมดำชรูบธรรมชาติ บันทีกเทปวีดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้เมื่อประชาชน ในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างไร มีความสำคัญที่หลากหลายมาก ดังนี้ (สุรเชษฐ์, 2546)

1. การท่องเที่ยวเป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นคึกคัก พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับการกิจต่างๆ และการดำรงชีวิตที่จำใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ตลอดเวลา การเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่างๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนคึกคัก ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

3. หากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณ โดยรอบได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตไม่ได้สนใจกันมากนัก จนกระทั่งกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับโลกได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่ายเริ่มมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

4. การท่องเที่ยวเป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายคึกคัก และนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้การไหลเวียนของเศรษฐกิจและการจ้างงานทั้งในระดับท้องถิ่นภูมิภาคและประเทศโดยรวม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" (สุรเชษฐ์, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนชนบทธรรมนิยม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคนได้รับ

ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้ นำภายใต้ ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539 อ้างใน สฤณภู, 2548)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆให้ความหมาย และคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมี ดังนี้

Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏใน แหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น"

Elizabeth Boo (1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวนิเวศว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษและสร้างจิตสำนึกด้าน สิ่งแวดล้อม"

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวนิเวศว่า "การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น"

Western (1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกะทัดรัด แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ "การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น"

The Common Wealth Department of Tourism (1994) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวนิเวศคือ การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมยังครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่ารักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้นหมายถึง "การป็นผลประโยชน์ต่างๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ"



เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจน โบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น "การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย"

โดยสรุปก่อนอื่นมีข้อสังเกตจากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งมาจากนิยามศัพท์และความหมายของคำ "Ecotourism" นั้น ขึ้นอยู่กับพื้นฐานอาชีพ ความเข้าใจ และวัตถุประสงค์ของแต่ละคนหรือองค์กร ซึ่งในภาษาไทยอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" แต่ในที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ"

ข้อพิจารณาต่อมาคือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น เกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตัวเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (nature - based tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภท อุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม้เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม้สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือน ได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้าน

ภาพ .

วันที่ 20 S.A. 2553
เลขทะเบียน 012215 ๑๑๘

๑๑๕.๑๓๐๔
๑๖๔๒๔๑
๑๑.๑๑๕.๑๓๐๔.

สิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมณฑลเทศกจึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผล ร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่นๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม

จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังนี้ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ และมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีการควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติแวดล้อม พร้อมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต”

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้บ้างในระดับหนึ่ง คือยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คอยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสก แก่งกระเจาน ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนย่า และประเทศในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ความหมายที่เป็นสากล ชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหา

ความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอื่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัย

ข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมดำรูประเพณีวัฒนธรรม บันทึกเทปวีดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทต้นเต้านผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

คั้งที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็น การสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่งในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่มีสาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่ราษฎรในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี 2535 กำหนดกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความ

ต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึงนำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540 อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากแนวคิดการท่องเที่ยวเดิมๆ ที่เน้นในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแต่เพียงมิติเดียว โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาคน ชุมชน และสังคม โดยการนำศักยภาพที่มีเป็นทุนเดิมของสังคมมาพัฒนาและจัดการ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการบูรณาการกิจกรรมด้านต่างๆ ในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยคำนึงถึงบริบทของท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริง (การสัมมนาระดับชาติเรื่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, 2545 อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

ดังนั้น โดยนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้นๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย หรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

นอกจากนั้น จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

มีการศึกษาวิจัยโดยชุมชนเป็นฐานในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงขาดการศึกษา ประเมินความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตาม ได้มีสิ่งบ่งชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1. ความต้องการของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับชุมชนใดก็ตาม จะต้องเกิดจากความสนใจและความต้องการของสมาชิกชุมชนเองเป็นหลัก มิใช่หน่วยงานของทางราชการหรือองค์กรภาคเอกชนหรือใครก็ตาม ไปยึดเย็บให้โดยที่ชุมชนไม่เต็มใจที่รับ โครงการไว้ และมีส่วนร่วม อาจเพราะความเกรงใจเกรงบารมีหรืออำนาจตามวิถีธรรมชาติของชุมชนในชนบท
2. ความรู้และความตระหนักของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนหรือไม่ ความรู้และความตระหนักนี้ รวมไปถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนและศักยภาพ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ต้นทุนทางสังคม) และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ต้นทุนทาง ธรรมชาติแวดล้อม) หากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้อื่นๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการ พัฒนาและการบริหารจัดการ
3. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ชุมชนท้องถิ่นในชนบทส่วนใหญ่มักอยู่ในภาวะ ค้อยโอกาสในหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความรู้และทักษะในการพัฒนาและการจัดการ ยิ่ง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นงานบริการที่ต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ เพราะมีการแข่งขันทาง การตลาดแล้ว เป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นไม่คุ้นเคย ก็เป็นสาเหตุทำให้เกิดความท้อแท้และไม่สามารถ ดำเนินการต่างๆ ตามความตั้งใจได้ ตรงจุดนี้หน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนรวมทั้ง NGOs หรือผู้รู้ต่างๆ จะต้องเข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ สร้างความ เข้มแข็งให้แก่ชุมชนดังกล่าวในข้อ 2 อย่างจริงจังและต่อเนื่อง พร้อมสร้างภูมิคุ้มกันด้านทานต่ออิทธิพลต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่มี ผลมาจากการท่องเที่ยวด้วย
4. การตัดสินใจและการแบ่งปันประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนา ให้รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการคิด การปฏิบัติ การแก้ไขปัญหา และการติดตามประเมินผลแบบ ครบวงจร ไม่ใช่ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด และที่สำคัญจะต้องมีกลไกและ ระบบการแบ่งปันรายได้หรือประโยชน์อื่นๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นธรรมและความ

ไปรงใส โดยเฉพาะประเด็นหลังนี้มักจะพบว่าเป็นสาเหตุของความไม่ยั่งยืนในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นค่อนข้างสูงทีเดียว

แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การตอบรับหรือขานรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่อนข้างสูงมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน และขณะนี้การตอบรับดังกล่าวก็ยังคงมีแนวโน้มคืบหน้าไปเรื่อยๆ ในกลุ่มของผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ผู้ดูแลอุทยานแห่งชาติได้วางกรอบนโยบายการท่องเที่ยวความอุทยานแห่งชาติต่างๆ ทั้งบกและทะเล เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางขึ้นกว่าแต่ก่อน พร้อมดำเนินการให้เกิดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยผ่านกระบวนการสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นต้น

ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศ ขยายการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนเพื่อศึกษาเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคน พร้อมหาความเพลิดเพลินกับแหล่งธรรมชาติบริเวณข้างเคียง บางแห่งมีการจัดที่พักแบบ Home stay เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หลายแห่งเริ่มหันมาให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แม้ส่วนใหญ่ จะยังมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน ตามแนวคิดและหลักการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างจำกัด

ส่วนราชการซึ่งมีที่ดินและทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างเช่น กระทรวงกลาโหม (ที่ดินทหารในจังหวัดต่างๆ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ฯลฯ) เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณลงไปพัฒนาที่ดินในความรับผิดชอบ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้าง แล้วแต่ความเหมาะสม

ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และ NGOs ด้านการอนุรักษ์หลายราย มีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศและการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น พร้อมจัดให้มีมัคคุเทศก์ ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีใบอนุญาตประกอบอาชีพเป็นผู้นำ สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการเปิดหลักสูตร สอนเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบางสถาบันมีวิชาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง และมีโครงการศึกษาวิจัยและ/หรือบริการทางวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามโอกาสจะอำนวย นอกจากนี้หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเช่น สำนักงาน

คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฯลฯ ก็ให้การสนับสนุน นักวิจัยทุกระดับ ดำเนินการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีบทบาทในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมา ตั้งแต่ต้น ตั้งแต่เป็นผู้นำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่ประเทศ สนับสนุนให้มีการศึกษา ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกภูมิภาค กำหนดกรอบนโยบายและแบบปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศ ไปจนถึงเป็นสื่อกลางในการประสานการประชุมระดับชาติ และระดับท้องถิ่นมากมาย ต่างกรรมต่างวาระกัน รวมทั้งจัดให้มีเว็บไซต์ทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/cgi-bin/frame_main.asp

Home stay

Home stay ถือว่าเป็นสินค้า (product) ด้านการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่ โดยเฉพาะในประเทศไทย เท่าที่ทราบการดำเนินงานเรื่อง Home stay ในบ้านเรามีทั้งที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จในช่วงต้น เพราะขาดการมองภาพในแบบองค์รวม โดยมักจะคิดกันว่า Home stay เป็นสินค้าตัวหลัก แต่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบด้านการให้ความรู้หรือการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อมเกือบไม่ปรากฏเลย

โดย Home stay เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลากหลาย เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กันจนไม่อาจจะแยกออกได้ รวมไปถึงกิจกรรมพื้นบ้านอื่นๆ ที่สมาชิกชุมชนร่วมกันจรรโลง ฯลฯ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานด้าน Home stay จำเป็นจะต้องให้เกิดความสมดุลกับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติควบคู่ไปกับประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน ก็จะช่วยให้ Home stay มีคุณค่าโดดเด่นคู่ไปด้วย

Home stay แบบไทยๆ หากจะให้เหมือนสากลใน ประเทศออสเตรเลีย อเมริกา เยอรมัน นั้นไม่ได้ เพราะวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ บ้านไทยไม่มีห้องพักรีสอร์ทเหมือนต่างประเทศ เวลารับญาติ ก็ใช้ห้องโถง จึงหาความเป็นส่วนตัวไม่ค่อยได้

Long stay

Long stay คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตามความหมายจาก Long stay Foundation หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือ ไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ ลักษณะโดยทั่วไปของ Long stay คือ

1. ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานาน คือจะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไปแต่ต้องกลับมายังประเทศเดิมของตน
2. มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน
3. เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคือ การหาประสบการณ์ในต่างประเทศที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ในขณะที่ Long stay คือการหาประสบการณ์ที่พบได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิตประจำวันในต่างประเทศ
4. ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่โรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
5. ต้องมีเงินทุนในประเทศของตนเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว กลุ่มนักเรียนนักศึกษาและเยาวชน เนื่องจากปัจจุบันมีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีตและปัจจุบันมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ ให้มีการศึกษามากยิ่งขึ้น จึงทำให้กลุ่มผู้เกษียณอายุการทำงานและกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กรมประชาสัมพันธ์ ทบวงมหาวิทยาลัย สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น

ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

โดยรวมผลกระทบจากการท่องเที่ยวคือ กระแสเงินตราและค่านิยมที่ผิดๆ จากการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่อเป็นฐานรากสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นเกราะป้องกันกระแสความย่ำแย่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลประโยชน์ในรูปของเงินตราที่มาจากการท่องเที่ยว

เราเห็นตัวอย่างเรื่องการพัฒนาของประเทศมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในด้านใดก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายในด้านลบมักจะตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบวกซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล กลับถึงมือชุมชนชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างจำกัด เพราะกระบวนการ

ของการพัฒนาเหล่านั้น ให้ความสำคัญหรือนำหนักกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม น้อยมาก และบางกรณีการมีส่วนร่วมที่เปิดให้ก็มักจะเป็นช่วงปลายของโครงการหรือใกล้จบโครงการแล้ว จนชุมชนไม่อาจจะเตรียมตัวเตรียมใจรับสถานการณ์ได้ทัน เพราะเนื่องมาจากขาดองค์ความรู้ ข้อมูล และทักษะ ที่พร้อมจะรับผลพวงอันเกิดจากการพัฒนาได้ แทนที่การพัฒนาจะเป็นประโยชน์ แต่กลับเป็นผลเสียแก่คนหมู่มากในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาแบบไม่ยั่งยืน

จะด้วยเหตุผลดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม การประชุมระดับสุดยอดของโลก หรือที่เรียกว่า The World Summit on Environment and Development ที่กรุง Rio de Janeiro ประเทศบราซิล เมื่อปี ค.ศ. 1992 ซึ่งจัดโดย UN ได้มีข้อสรุป เรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้รวบรวมเป็นเอกสารชื่อ Agenda 21 ซึ่งภายในมีสาระระบุว่า ทำไมการพัฒนาต่างๆ ของสมาชิกองค์การสหประชาชาติ จะต้องกระทำภายใต้กรอบแนวคิดความยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่น (ชุมชนรากหญ้า) ควรจะต้องมีบทบาทและหน้าที่อย่างไร กระบวนการวางแผนพัฒนาและดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผน จะต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไรและในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งการติดตามประเมินผล

การท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ชีวภาพและทางสังคมหรือวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของคนในสังคม สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและการดำรงชีวิตของคนที่อยู่เพราะเป็นฐานของการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอันสำคัญยิ่ง

ดังนั้นการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมจึงสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก เปรียบเสมือน "ป่ากับสัตว์ป่า" หรือ "ปลากับน้ำ" หากสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น อากาศเป็นพิษ น้ำเสีย การจราจรแออัด ระบบนิเวศของป่าถูกทำลาย ชายหาดสกปรกหรือปะการังเสื่อมโทรม ฯลฯ การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณนั้นก็จะมีคุณภาพชีวิตด้อยลง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ จะขาดรายได้ และการจ้างงานจะลดน้อยถอยลง ซึ่งทั้งหมดเป็นผลเสียต่อสังคมโดยรวม

ในอดีตที่ผ่านมา หลายประเทศในโลกเคยประสบปัญหาดังกล่าวมาแล้ว ประเทศไทยเองก็มีบทเรียนในเรื่องนี้ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ซึ่งสาเหตุสำคัญเกือบทุกกรณีมักเกิดจากการพัฒนาสาธารณูปโภคสาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทสิ่งปลูกสร้าง สร้างเกินขอบเขตหรือกำลังความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ ขาดการแบ่งโซนที่ถูกต้องเหมาะสม คำนึงถึงปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณภาพ และขาดการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และฐานทรัพยากร รวมไปถึงการไม่เคารพต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น โดยขาดการ

วางแผนและการจัดการที่ดี รายได้ซึ่งเกิดจากการท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงไม่มากพอที่จะนำมาใช้ในการฟื้นฟูหรือบูรณะสิ่งแวดล้อมตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้

Carrying Capacity

Carrying Capacity หรือ CC เป็นแนวคิดทางนิเวศวิทยา ที่สื่อให้ทราบว่าระบบนิเวศหนึ่งๆ นั้น มีความเปราะบางแตกต่างกัน หรือระบบนิเวศหนึ่งๆ มีระดับหรือขีดความสามารถทนทานต่อการพัฒนาหรือถูกกระทำในระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น หากเกินกว่านี้ระบบนิเวศจะได้รับผลกระทบกระเทือนและอาจถูกทำลายลงจนไม่อาจฟื้นกลับสู่สภาพเดิมได้อีก ทั้งนี้โดยพิจารณาจากปัจจัย ที่เป็นองค์ประกอบและ โครงสร้างของระบบนิเวศเป็นบรรทัดฐาน

จากแนวคิดดังกล่าว นักวิชาการและผู้ปฏิบัติ จึงได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Carrying Capacity ตรงกับภาษาไทยว่า “ขีดความสามารถในการรองรับได้” และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว จึงหมายถึงขีดหรือระดับของแหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และปริมาณการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวสูงสุด ได้โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบจนทำลายความเสื่อมโทรมหรือทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยว

ในทางปฏิบัติ CC มักมีมาตรวัดหรือตัวกำหนดเป็น “จำนวนนักท่องเที่ยวต่อช่วงเวลา” เช่น 1 แสนคน/ปี 2 หมื่นคน/เดือน 500 คน/คืน เป็นต้น แล้วแต่ว่าจะเลือกกำหนดหน่วยวัดอย่างไรอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ยกตัวอย่างกรณีอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ซึ่งเคยมีผู้ศึกษาไว้และกำหนดว่าขีดความสามารถในการรองรับได้ สำหรับการพักแรมของนักท่องเที่ยวบนภูอยู่ที่ 1,800 – 2,500 คน/คืน หมายความว่า ภูกระดึงสามารถรองรับนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมได้สูงสุดระหว่าง 1,800 คน/คืน และ 2,500 คน/คืน (ขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยมีปริมาณน้ำเป็นตัวแปรสำคัญ นอกเหนือ ไปจากองค์ประกอบทางธรรมชาติอื่นๆ และขีดความสามารถ ในการจัดการของหน่วยงาน)

หากนักท่องเที่ยวเข้าไปพักค้างแรมมากกว่าจำนวนที่ระบุข้างต้น แม้แต่เพียงเล็กน้อย การใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ จะสร้างความกระทบกระเทือนต่อองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งของระบบนิเวศ (เช่น การอัดแน่นตัวของดิน บริเวณลานกางเต็นท์ เส้นทางเดินเท้า ฯลฯ) และอาจส่งผลกระทบไปถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกันตามธรรมชาติเป็นแบบลูกโซ่ (เช่น ทำให้น้ำไหลซึมลงดินได้น้อยจึงทำให้พืชพรรณบริเวณข้างเคียงขาดน้ำไม่เจริญเติบโตตามปกติ) จนอาจทำให้ระบบนิเวศธรรมชาติ โดยรวมของภูกระดึงได้รับความเสียหายหรือถูกเปลี่ยนแปลงสภาพไปจากเดิม (เช่น ระบบนิเวศทุ่งหญ้าป่าสนลดความอุดมสมบูรณ์ลงและอาจทำให้สภาพภูมิทัศน์โดยรวมขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์)

นอกจากนี้ การที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเกิน CC ที่กำหนด ยังก่อให้เกิดปัญหาหลากหลายต่าง ๆ ตามมา ตั้งแต่เรื่องขยะ น้ำเสีย แสง และเสียง ไปจนถึงทำให้เกิดความหนาแน่นของปริมาณนักท่องเที่ยว เกินขีดจำกัดด้านจิตวิทยา ทำให้คุณภาพประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวค่อยๆ ลดลงไม่เป็นที่ประทับใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและสนใจเรียนรู้ระบบนิเวศตามธรรมชาติ อย่างเช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

จากทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นแล้ว แนวคิดเกี่ยวกับ Carrying Capacity หากได้มีการนำไปศึกษากำหนดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศเปราะบาง จะช่วยให้ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบ แหล่งท่องเที่ยว มีภาพหรือ scenario ที่ใช้เป็นกรอบทิศทาง และขอบเขตของการพัฒนา ทรัพยากรท่องเที่ยวบนฐานทางวิชาการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ทั้งในเชิงคุณภาพ (quality) ความต่อเนื่อง (continuity) และความสมดุล (balance)

การบริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนาวรัตน์ (2545) ได้ศึกษาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยพิจารณาทั้งในระดับกลุ่มประชาคมและระดับปัจเจกบุคคลจังหวัดน่าน เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีการจัดเวทีเพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่พึงประสงค์ พบว่าประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหรือแหล่งรายได้เสริม มีทุนทางระบบนิเวศ (ecology capital) ทุนทางสังคมวิถีชีวิตวัฒนธรรม (social and cultural capital) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว ผูกเข้ากับการมีทุนมนุษย์ (human capital) ในบางด้าน เช่น ด้านอรรถาศัยไมตรีที่ดีงาม ประกอบเป็นเงื่อนไขให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนท่องเที่ยวนั้นๆ

ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในชุมชน ยังขาดจุดเน้น โดยแน่ชัดว่าจะจัดการท่องเที่ยวในแนวทางที่มุ่งปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว หรือจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในกระแสทางเลือก (alternative tourism) ที่มุ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างความสมดุลระหว่างรายได้กับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมทั้งการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาทักษะที่ควรเกิดขึ้นคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มประชาคม ทั้งในด้านองค์กร (civic organization) ด้านสำนึกสาธารณะ (civic consciousness) และเครือข่ายขององค์กรประชาคม (civic network) พัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในแนวราบภายใต้ความไว้วางใจต่อกัน (trust) มากขึ้น ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การจัดให้มีกองทุนพัฒนา

ทักษะแรงงานด้านการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

พันธกิจของการท่องเที่ยวชุมชน โดย สกว. กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน ตั้งแต่ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปทบทวน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืน สู้คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

โดยสนับสนุนการสร้างความรู้เพื่อพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกำหนดนโยบายและแผนการท่องเที่ยวระดับมหภาคและพื้นที่ ที่จะเกิดประโยชน์กับประเทศและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับการสร้างความรู้ของท้องถิ่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพ โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมทั้งการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีทางเลือกในการพัฒนาตนเองและจัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในช่วงที่กระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแพร่ขยายไปทั่วโลก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษา เรื่อง Ecotourism ระยะแรกคณะทำงานมีมติใช้คำจำกัดความ Ecotourism ในความหมายภาษาไทยว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" โดยมีความประสงค์ที่จะสื่อความหมายให้กับชาวไทยทุกระดับ

เข้าใจว่า รูปแบบการท่องเที่ยว Ecotourism นับเป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ในการรับรู้ของชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต่อมา ททท. ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ทำการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ และขอให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมาย ในที่สุดได้ความหมายของคำว่า Ecotourism คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco - system) ในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature - based tourism)
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องค่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมชุมชน (Community participation-based tourism)

หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไปความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนอาจกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

ลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco -

system) มีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพัฒนาอารยธรรมของมนุษย์ในการเอาชนะธรรมชาติ (ที่รวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ไว้) ลักษณะเฉพาะนี้จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่ใช่ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural tourism และ Historical tourism) แม้ว่าจะมีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตาม ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural tourism) จึงไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทั้งหมด

ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงมีบางส่วนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้หรือแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ อาจมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ ได้ จากลักษณะดังกล่าว จึงมีสิ่งที่ควรทำความเข้าใจเพิ่มเติม ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบปกติหรือแบบประเพณีนิยม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และเน้นการส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่ใช่สิ่งตรงข้ามกับการท่องเที่ยวแบบคณะใหญ่ (Mass tourism) เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไม่ได้ถูกจำกัดที่ขนาดของการท่องเที่ยว แต่จำกัดที่รูปแบบกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ

สามารถทำลายสิ่งแวดล้อมได้เช่นเดียวกันหรือมากกว่านักท่องเที่ยวคณะใหญ่หากปราศจากการจัดการที่ดี การจัดการกับการท่องเที่ยวคณะใหญ่ในทิศทางและภายใต้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้ จัดเป็น Mass ecotourism

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่ายๆ ราคาถูก มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ขากลำบาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวที่น้อย เพียงแต่มีการจัดการที่ดี มีการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสมตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อาจตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับและมีรายได้สูงได้เช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จึงให้ความสำคัญในการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกมากกว่าการให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีการประสานความเข้าใจกันอย่างเหมาะสมตลอดกระบวนการ

จากการศึกษากำหนดความหมายและนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แล้ว ทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) ที่หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural - based tourism) และแหล่งวัฒนธรรม

(Cultural - based tourism) อันจะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์นั้น ควรพิจารณาปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรนันทนาการในพื้นที่ที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism Site) ทั้งนี้สภาพดั้งเดิมและคุณค่าที่มีอยู่ในตัวธรรมชาติเป็นหัวใจของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แม้จะมีความงดงาม แต่ถ้าหากมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างมาก จนกระทั่งรูปลักษณะเดิมสูญเสียบเล่านั้นจะ ไม่อยู่ในเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นอกจากนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์จะต้องไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติ ในพื้นที่เสื่อมโทรมลงไปจนไม่สามารถฟื้นตัวได้อีก พื้นที่ธรรมชาติที่มีแนวโน้มที่จะเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเมื่อจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น แหล่งพืช สัตว์ป่าหายาก บริเวณที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ฯลฯ ควรที่จะละเว้นการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว

2. ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่ควรส่งเสริมนอกจากมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน พึงพอใจและใกล้ชิดกับธรรมชาติแล้ว ควรเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้กับธรรมชาติไม่มากนักโดยผ่านทางโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติรูปแบบต่าง ๆ อย่างไรก็ตามก็ตีการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในพื้นที่ธรรมชาติอาจจำเป็นต้องพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ไม่ได้เน้นเรื่องของการเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมประกอบกันไป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินมากขึ้น ซึ่งอาจเรียกว่ากิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กล่าวคือเป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติ มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ กิจกรรมเสริมดังกล่าวอาจจัดกลุ่มได้เป็น กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ (Appreciative Recreational Activities) และกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยตื่นเต้นท้าทายกับธรรมชาติ (Adventurous Recreational Activities) สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (กิจกรรมหลัก) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบชื่นชมธรรมชาติ (กิจกรรมเสริม) และกิจกรรมผจญภัยตื่นเต้น (กิจกรรมเสริม)

กลยุทธ์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

(1)-แนวความคิด

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีจุดมุ่งหมายในระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวม เพื่อให้มีบทบาทและทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม ในการส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม ด้วยการให้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสื่อกลางทางการศึกษาและการเรียนรู้ด้านระบบนิเวศน์ของนักท่องเที่ยว และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์แก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และประชาชนโดยทั่วไป ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้ความสำคัญต่อการศึกษารวมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมชุมชนในพื้นที่ เป็นเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวดังกล่าว หากไม่มีกระบวนการให้การศึกษาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ของทรัพยากรท่องเที่ยวแล้ว การสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์ย่อมยากที่จะเกิดขึ้น และการท่องเที่ยวนั้น ไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การกำหนดกลยุทธ์การให้การศึกษา จะให้ความสำคัญในระหว่างการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่ควรมีการให้ข้อมูลก่อนการท่องเที่ยว และมีการให้การศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังด้วย

ดังนั้น การศึกษา (Education) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในกระบวนการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการเสริมสร้างจิตสำนึก และความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สามารถดำรงสถานภาพและอำนาจประโยชน์อย่างยั่งยืนสืบไป ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น การดำเนินการจัดการศึกษาในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นรูปแบบ วิธีการ และการใช้สื่อต่าง ๆ ทางการศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้นั้น ๆ ที่สำคัญได้แก่ การสื่อความหมายของธรรมชาติ (Interpreting) การฝึกอบรม(Training) การเรียนรู้จากการทำงานจริง (On The Job Training) กรณีศึกษา (Case Study) บทบาทสมมุติ(Role Play) เกมส์ (Game Dynamic) การระดมสมอง (Brain storming) การอภิปราย (Discussion) และสื่อต่างๆ ทางการศึกษา การสื่อความหมายธรรมชาติเป็นรูปแบบที่ชัดเจนที่สุดของการให้การศึกษาในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งกลยุทธ์นี้จึงต้องให้ความสำคัญ 2 ระดับ คือ การให้การศึกษาทั่วไป และการสื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ในการจัดการศึกษาในระบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จะต้องมีศูนย์กลางและโครงข่ายความร่วมมือที่จะร่วมกันในการพัฒนาทิศทาง นโยบาย รูปแบบ วิธีการ เทคโนโลยี และสื่อต่างๆ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องทั้งในระดับควบคุม นโยบายและระดับปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์โดยรวม

2.3 แนวคิดการมีส่วนร่วม

คำว่า การมีส่วนร่วม นิยมใช้กันมากในปัจจุบันในวงวิชาการและวงราชการ โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำไว้แตกต่างกันหลายหลายดังนี้

Cohen และ Uphoff (อ้างถึงในเนตรชนก นันท์, 2544 : 13) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินการ (Implementation) ด้วย เช่น ในการจัดองค์การกำหนดกิจกรรมการพัฒนา เป็นต้น และการตัดสินใจยังเกี่ยวกับประชาชนในเรื่องของผลประโยชน์ (Benefits) การประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมการพัฒนาคด้วย และแบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ชนิด

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากรการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้าน วัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม และผลประโยชน์ส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

Alastair T. Whit (1982 : 18 อ้างถึงในกิตติ พันธา, 2536 : 14) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 3 มิติ คือ

- มิติที่หนึ่ง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าอะไรควรทำและทำอย่างไร
- มิติที่สอง การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนาลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ
- มิติที่สาม การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2528 : 5) ได้แยกแยะขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอนคือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติการ
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

ไพรัช เฑษะรินทร์ (2527 : 6-7) กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายการพัฒนาคือ

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมถึงตลอดถึงความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาของชุมชน หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางแผน นโยบาย หรือวางแผน หรือกิจกรรม เพื่อจัดและแก้ไขปัญหาเพื่อสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมจัดหรือปรับปรุงการบริหารงานการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ
6. ร่วมลงทุนในกิจกรรม โครงการชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน
7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบายแผนงาน โครงการหรือกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุมติดตามประเมินผลและร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ทำการไว้ โดยเอกชนหรือรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดปี

ทวิทอง หงส์วิวัฒน์ (2526 : 25) ได้อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือการที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการ และควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรและปัจจัยที่มีอยู่ ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็น อย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม ในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวเอง

2.4 แนวคิดการพัฒนาท้องถิ่น

ในปัจจุบันอำนาจการบริหารรัฐได้กระจายอำนาจลงสู่ภาคประชาชน คือท้องถิ่น โดยรัฐมุ่งให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ถ่วงดุลอำนาจรัฐ ซึ่งแตกต่างจากอำนาจการบริหารเมื่อก่อนที่มีการรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงระบบโลกาภิวัตน์มีส่วนทำให้ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนามุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมเพราะถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ต้องพึ่งพาอาศัยในการดำรงชีพ การส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ โดยนำหลักพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาใช้ที่เห็นกันปัจจุบันคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งหลักการที่นำมาคือการเริ่มพัฒนาท้องถิ่นตนเองให้ยั่งยืน

ความหมายการพัฒนาแบบยั่งยืน

การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable development) คำว่า Sustainable มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส คือ Soutenir ซึ่งแปลว่าช่วยเหลือหรือสนับสนุน ค่อมานำมาใช้ในความหมายของความสามารถในการช่วยเหลือสนับสนุน รักษา และความสามารถในการรักษาไว้ได้ ส่วนคำว่าการพัฒนา (Development) นั้น Herman E. Daly ได้ให้คำจำกัดความว่า การเจริญเติบโต (Growth) ซึ่งหมายถึงการขยายตัวในมิติทางกายภาพ (Physical Dimension) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพของระบบ (วิฤต ทงอ่อน. อ้างใน (Qualitative Change) Herman E. Daly 1991:33)

ดังนั้น การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable development) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดการสนับสนุน ส่งเสริม อย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อชุมชนมากที่สุด

แนวคิดทฤษฎีที่นำมาอ้างอิงในการเสนอแนวคิดการพัฒนาในครั้งนี้ คือ

ทฤษฎีการพัฒนาสังคมและการแพร่กระจาย

การพัฒนาต้องอาศัยปัจจัย 6 ประการ คือ ทรัพยากรธรรมชาติ มนุษย์ องค์การสังคม ภาวะผู้นำ การติดต่อโลกภายนอก และการฝึกอบรม สำหรับการฝึกอบรมนั้นยังมีมากแต่ไหนยังเป็นการดี (สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2550 : 14) จากปัญหาการว่างงานของผู้คนในชุมชนถ้าเราเอาหลักทฤษฎีการแพร่กระจายไปจับวิเคราะห์จะเห็นว่า ชุมชนเกือบทุกชุมชนขาดภาวะผู้นำ ขาดการติดต่อกับโลกภายนอก ขาดการฝึกอบรมเสริมศักยภาพ ในการพัฒนาระดับประเทศในหลวงถือว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ ภาวะความเป็นผู้สูง พระองค์ทรงเสียสละเพื่อปวงชนชาวไทยมาก ในชุมชนหนึ่งๆ ด้านผู้นำ เป็นสิ่งที่สำคัญต้องมีผู้ที่กล้าคิด กล้าทำ ให้เป็นแบบอย่างชุมชนจึงมีความเข้มแข็ง ด้านการติดต่อกับโลกภายนอก เมื่อ 10 ปีเป็นอย่างไ ๗ วันนี่ก็เป็นอย่างนั้น เราต้องยอมรับว่าชาวชนบทนั้นมีการเป็นอยู่เหมือนคนหลังเขา คือไม่ทันเหตุการณ์บ้านเมืองเท่าที่ควร ถึงได้รับก็ได้รับแบบไม่ได้ใช้องค์ความรู้ที่มีอยู่ ทำนองว่าเป็นผู้บริโภครือฝ่ายเดียว ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนามาก ชุมชนที่มีการพัฒนาก้าวหน้าก็เนื่องจากการติดต่อกับโลก เป็นการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ รู้จักวิธีการหาตลาดหาพ่อค้าคนกลางรับซื้อผลผลิตที่ผลิตได้ก็ขายได้ ทำให้มีรายได้พออยู่พอกินในครอบครัวตนเอง ด้านการฝึกอบรม ชุมชนชนบทเกือบทุกชุมชนการฝึกอบรม ส่งเสริมอาชีพ ไม่สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้านในชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการฝึกอบรม กลุ่ม อสม. กลุ่มแม่บ้าน การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ จริงอยู่คือกระบวนการเหล่านี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด และกลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้ แต่การฝึกอบรมให้ชุมชนได้นำไปใช้ให้เกิดผลในการเลี้ยงครอบครัวตัวเองในช่วงฤดูว่างงานนั้นไม่มี กลุ่มแม่บ้านที่จัดตั้งขึ้นมาก็ค่อนข้างมีศักยภาพน้อย (ยกเว้นบางชุมชนที่มีกลุ่ม

แม่บ้านมีอาชีพเป็นของกลุ่ม) เช่นการขอความร่วมมือกับศูนย์ฝึกฝีมือแรงงานในจังหวัดเป็นวิทยากรให้ความรู้ หรือหลักสูตรระยะสั้นของวิทยาลัยสารพัดช่างเป็นต้น

ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่

แนวคิดนี้เป็นสิ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคม เพราะมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติ ค่านิยมของคนในสังคมที่แตกต่างกัน (ประวัติ สมเป็น. 2550 : 21) บ่อเกิดแห่งนวัตกรรมใหม่ที่จะนำไปสู่การยอมรับคือ 1.) การค้นพบ (Discover) การค้นพบพืชผลทางเกษตรสมัยใหม่ๆ ทำให้ชาวบ้านได้เปลี่ยนอาชีพ ช่วยให้มีรายได้ดีกว่าเดิม 2.) การประดิษฐ์คิดค้น (Invention) การคิดค้นสิ่งใหม่ที่มีประโยชน์ต่อชุมชนทำให้ชุมชนหันมาใช้กันมากขึ้น เช่นเมื่อก่อนการทำนาใช้ควายลากคันไถ แต่ทุกวันนี้ใช้รถไถนาเดินตามซึ่งช่วยประหยัดแรงและใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง 3.) การแพร่กระจาย (Diffusion) การได้รับข่าวสารการพัฒนาจากท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีอาชีพในลักษณะเดียวกันมีรายได้ดีกว่า หรือการเรียนรู้เทคนิควิธีการใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในอาชีพของตนเอง ดังนั้น ชุมชนทุกชุมชนต้องการ และปรารถนามากที่สุดคือ ผู้นำ เมื่อมีผู้นำคิด นำทำชาวบ้านก็กล้าที่จะลุกขึ้นก้าวไปข้างหน้า การติดต่อกับโลกภายนอกก็เป็นสิ่งสำคัญทำช่วยให้ชุมชนรู้จักประเมินความเป็นอยู่ของตนเองได้ว่าเจริญขึ้นหรือเสื่อมถอยลง และกล้าที่จะยอมรับสิ่งใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในชุมชนของตน ผู้เขียนมีความเชื่อว่าทุกชุมชนย่อมมีขอดีภูมิปัญญาอยู่ทุกท้องถิ่น เพราะถ้าได้รับการฝึกอบรมให้รู้จักการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ชุมชนมีอยู่อย่างถูกต้อง พวกเราก็จะได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้น หรือที่เขานิยมเรียกกันว่า นวัตกรรม ปรากฏให้เห็นอย่างแน่นอน

2.5 นโยบายการท่องเที่ยว

ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) ได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เร่งพัฒนา บุณยะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือให้เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับวิสัยทัศน์และพันธกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) กล่าวว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะ "เป็นองค์กรหลักที่นำประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้สามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง โดยเน้นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอันดีงามของไทย..." โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

2. บูรณาการ และประสานการดำเนินการกิจด้านการท่องเที่ยวและกีฬา เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วนให้สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

3. เสริมสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค และระดับโลก

ดังนั้น โดยนัยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว ให้ตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน และมีความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและระดับโลกได้ โดยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนที่ต้องดำเนินการ 2 ประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. พัฒนา บูรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม แต่ต้องระวังรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2. บูรณาการและประสานการดำเนินการกิจเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วน โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชน และเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจัดเป็นรูปแบบสหกรณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2538-2539 โดยครอบคลุมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณวัตถุ วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรรวมทั้งแหล่งธรรมชาติต่างๆ

ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 2547-2549 ซึ่งได้วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย โดยให้ปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวไทยสู่ตลาดคุณภาพสูง (More for More) หรือพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดด้วยราคาถูก (More for Less) ซึ่งมีต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมสูง จึงให้พัฒนาการท่องเที่ยวไทยเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพโดยปรับเปลี่ยน ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ (Market Offerings) การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry Redefined)

ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมและความสนใจเฉพาะ ซึ่งจัดในกลุ่ม 4 เช่น

- 1) MICE
- 2) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ – spa, meditation, physical check-up
- 3) LONG STAY
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา – กอล์ฟ ดำน้ำ
- 5) ชี้อปปี้ง
- 6) Cruise
- 7) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 8) อาหารไทย
- 9) Wedding/Honeymoon
- 10) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- 11) ศูนย์กลางการถ่ายทำภาพยนตร์
- 12) กิจกรรมประเพณีหลัก (Major Events) –สงกรานต์ ลอยกระทง ภูเขาบูชา
- 13) Eco tourism and Soft Adventure

และในยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ กลุ่ม 5 คือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นควรได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสำหรับการปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Strategic Intent / Thrust) มีแนวทางคือ

- 1) ขยายขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยว (Geographical Boundary)
- 2) เปลี่ยนจุดเน้นอุตสาหกรรมใหม่ (Industry Refocus)
- 3) กำหนดยุทธศาสตร์และการจัดการ (Strategy & Management)
- 4) แบ่งภาระและการรับผิดชอบใหม่ (Division of Role & Responsibility)
- 5) การปรับบทบาทองค์การบริหาร (Restructure)

ซึ่งจะนำไปสู่แนวความคิดการขยายพื้นที่ท่องเที่ยว การเพิ่มบทบาทในการบริหารจัดการระดับพื้นที่ขององค์กรท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรหลัก และแบ่งภาระความรับผิดชอบให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 2547-2549, อังโน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญ วัลวุฒิ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” จากการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ ระดับรายได้ ถิ่นที่พักอาศัยปัจจุบันและสัญชาติของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนเรื่องของคุณภาพการให้บริการราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริการกับราคาค่าบริการมีความสัมพันธ์สูงกว่าด้านอื่น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพมาตรฐานการบริการ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน เพราะในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับความประทับใจในด้านบริการต่างๆ ทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ที่พักเหมาะสม ได้รับประทานอาหารเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งเมื่อเทียบกับเงินที่เสียค่าใช้จ่ายไป ก็ย่อมต้องการความคุ้มค่าด้วยเพราะเนื่องจากปัญหาสภาพเศรษฐกิจ ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการใช้จ่ายใช้สอยอย่างประหยัด

วิวัฒน์ เอกอัศวร (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โอกาสและกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศในกรุงเทพมหานคร พบว่า จากปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 5 ปัจจัย ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยจูงใจ) ปรากฏว่าปัจจัยด้านสินค้าและบริการ (8 ประเด็นในรายละเอียด) คือ การจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจ ความสามารถจัดหาทัศนศึกษาที่ให้ความรู้ได้ดีการมีโปรแกรมนำเที่ยวให้เลือกหลากหลาย ความมีชื่อเสียง/ภาพพจน์ที่ดี ความสามารถในการจัดหาอุปกรณ์เฉพาะต่างๆ ในการท่องเที่ยวได้ดี ความสามารถในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกได้ดี ความปลอดภัยจากการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว และความร่วมมือ การสนับสนุนยอมรับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระดับสูงของกลุ่มบุคคลทั่วไป ในทำนองเดียวกันปัจจัยด้านสินค้าและบริการก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระดับสูงของกลุ่มลูกค้าของบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศ เพียงแต่ประเด็นรายละเอียดแตกต่างกันคือในขณะที่กลุ่มแรกได้รับอิทธิพลจากทั้ง 8 ประเด็น แต่กลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลจาก 6 ประเด็น คือ ความสามารถจัดหาทัศนศึกษาที่ให้ความรู้ได้ดี การจัด โปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจ ความสามารถในการจัดหาอุปกรณ์เฉพาะต่างๆ ในการท่องเที่ยวได้ดี ความสามารถในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกได้ดี ความปลอดภัยจากการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว ความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยว และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในประเด็นของข้อมูลที่ได้รับจากการ

ประชาสัมพันธ์ทำให้ตัดสินใจใช้บริการ ส่วนอีก 4 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระดับปานกลางของทั้ง 2 กลุ่ม

การจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยยังมีโอกาสที่จะเติบโต เนื่องจากยังมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับสูง กล่าวคือ ร้อยละ 49 ของบุคคลทั่วไป มีความต้องการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคต ในขณะที่ร้อยละ 94 ของลูกค้าบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศต้องการใช้บริการอีกในอนาคต นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้มีการวางแผนและดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง

วิลาวัณย์ เรืองปฎิกรณ์ (2546) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารการตลาดกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในโครงการไทยเที่ยวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยเปิดรับผ่านคลื่นช่อง 3 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ โดยเปิดรับผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สื่อวิทยุ โดยเปิดรับผ่านคลื่น FM. 106.5 MHz ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการไทยเที่ยวไทยอยู่ในระดับปานกลางและมีทัศนคติต่อโครงการในเชิงบวก ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยมากขึ้น มากที่สุด รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงแบบท่องเที่ยว สำหรับผลการทดสอบ สมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ประชาชนที่มี อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อสื่อสารการตลาดของโครงการไทยเที่ยวไทยแตกต่างกัน และยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ของโครงการไทยเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย

เนตรชนก กุลชล (2550) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำแนกตามปัจจัย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ลักษณะที่พบมากที่สุด คือ อายุ 41 - 50 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านแหล่งส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร สิ่งที่ผ่านมาการกลั่นกรอง สื่อ ช่องทางหรือพาหะพาสื่อ ผู้รับ

สาร พฤติกรรมการรับรู้ของผู้รับสาร พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น พฤติกรรมตอบรับโดยภาพรวมในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนต่างจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชมมักจะเที่ยวแบบการจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมักจะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทพันธุ์ไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ สาเหตุที่มาเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในช่วงวันหยุด เพื่อน/คู่รัก เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันจากโปสเตอร์/ป้าย/แผ่นพับ/ใบปลิว ซึ่งนิยมมาเที่ยวในวันอาทิตย์ และช่วงเช้า (7.00 – 11.00) กลุ่มตัวอย่างมักจับจ่ายใช้สอยสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยส่วนใหญ่จะมีการคิดไว้ก่อนการตัดสินใจมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

วรรณภา วงษ์สมาน (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการตัดสินใจมาเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 39 ปี อาชีพส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทำงานโรงงาน / บริษัทเอกชน มีรายได้ปานกลาง โดยมีรายได้เฉลี่ย 26,500 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดขอนแก่น นิยมมาเป็นกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพื่อนวัยเดียวกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ รถยนต์ส่วนตัว 2) การเปิดรับสื่อ พบว่า เมื่อจำแนกตามประเภทสื่อ พบว่าสื่อมวลชนทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด สื่อพิเศษขององค์กร พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสิ่งพิมพ์ขององค์กรในระดับมากที่สุด สื่อบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อจากเพื่อนในระดับมากที่สุด 3) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ในระดับมากที่สุด คือ ดาวจำนวนมากที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า ด้านราคา พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ ราคาที่พักประหยัด / ราคาถูก ด้านสถานที่ พบว่าแรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ มีพื้นที่ให้กางเต็นท์และมีห้องน้ำสะอาด รวมทั้งด้านการสื่อสาร พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัด เพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณา 4) ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว ประเภทของสมาชิกที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมาเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัด

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้จัดระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้การวัดแบบครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) วัตถุประสงค์ทางประชากร และ ปัจจัยการสื่อสารการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ห้วยเขย่ง และ ดำเนินการศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) รวมกับการศึกษาภาคสนาม (Field Research)

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาเบื้องต้น (Primary Research) ได้แก่การศึกษา ค้นคว้าจากตำรา เอกสาร วารสาร บทความ รายงาน ทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การรักษาสีเขียว การมีส่วนร่วมของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา การศึกษาภาคสนาม (Field Research) ผู้ศึกษาได้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงให้ความสำคัญต่อกลุ่มประชาชนนักท่องเที่ยว เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ของจังหวัดกาญจนบุรี เท่านั้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้มีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

ก. ประชากร ประกอบด้วย

1. กลุ่มประชากรหลักคือประชาชนที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ห้วยเขย่ง

2. กลุ่มประชากรรอง คือ ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) อาทิเช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว และผู้อำนวยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง

ข. กลุ่มตัวอย่างคือ

กลุ่มประชาชนที่เดินทางท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 100 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือประกอบการวิจัยคือแบบสอบถาม ในแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนต่างๆ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว และสถานที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

แบบสอบถามมีข้อความให้นักท่องเที่ยวแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี โดยให้เลือกตอบมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กับข้อความที่กำหนดและมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การกำหนดระดับความรู้สึกและความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนช่วงละเท่าๆ กัน โดยใช้การคำนวณ ดังนี้

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

จำนวนชั้น

$$\text{ค่าเฉลี่ย} = \frac{.5-1}{5} = \frac{4}{5} = .80$$

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.80	มีความรู้สึกละและความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	มีความรู้สึกละและความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
2.61 - 3.40	มีความรู้สึกละและความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีความรู้สึกละและความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4.21 - 5.00	มีความรู้สึกละและความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

2. การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้แก่

2.1 ประชากรหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือเลือกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด

2.3 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คำถามในแบบสอบถามมีลักษณะทั้งคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questionnaire) และ คำถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) จำนวน 100 ชุด เพื่อวัดปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ก่อนที่จะทำการสัมภาษณ์นั้น ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาและแบบสอบถามว่าครอบคลุมปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานปัญหามาในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบที่ความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) และแก้ไขจนสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงตามลักษณะที่ต้องการศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม สำหรับคำนวณปลายปิด
3. ป้อนรหัสข้อมูลลงเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรม (SPSS for Windows) และวิเคราะห์โดยใช้การคำนวณค่าสถิติ ซึ่งแยกออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

3.1 สถิติพื้นฐานร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว สถานที่อยู่อาศัย โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาราทองเทียว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3 วิเคราะห์ระดับข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันโดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี ไคร้-สแควร์ (Chi-Square) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.01 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 100 คน จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาได้นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	52	52.0
หญิง	48	48.0
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	10.0
21 – 30 ปี	31	31.0
31 – 40 ปี	34	34.0
41 – 50 ปี	17	17.0
51 ปีขึ้นไป	8	8.0

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	20	20.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	28.0
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	24	24.0
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	26	26.0
อื่น ๆ	2	2.0
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12	12.0
10,001 – 20,000 บาท	24	24.0
20,001 – 30,000 บาท	25	25.0
30,001 – 40,000 บาท	15	15.0
มากกว่า 40,000 บาท	24	24.0
5. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษา	11	11.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/อนุปริญญา	5	5.0
ปริญญาตรี	55	55.0
ปริญญาโท	28	28.0
ปริญญาเอก	1	1.0
6. ท่านพักอาศัยอยู่ในภาคใดของประเทศ		
ภาคเหนือ	10	10.0
ภาคใต้	4	4.0
ภาคกลาง	59	59.0
ภาคตะวันตก	3	3.0
ภาคตะวันออก/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	24	24.0

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. สมาชิกในกลุ่มที่มาเที่ยวครั้งนี้เป็นกลุ่มใด		
นักเรียน/นักศึกษา	19	19.0
ประชาชนทั่วไป	47	47.0
ข้าราชการ	17	47.0
ค้าขาย/ธุรกิจ	14	14.0
อื่นๆ.....	3	3.0
8. จำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวมีทั้งหมดกี่คน		
จำนวน 1 – 3 คน	19	19.0
จำนวน 4 – 7 คน	49	49.0
จำนวน 8 – 12 คน	25	25.0
จำนวน 13 – 18 คน	5	5.0
จำนวน 19 – 25 คน	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 52.0) มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 34.0) มีอาชีพข้าราชการ (ร้อยละ 28.0) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 25.0) ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.0) มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคกลางของประเทศ (ร้อยละ 59.0) โดยกลุ่มสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป (ร้อยละ 47.0) และมีจำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้ทั้งหมด 4 – 7 คน (ร้อยละ 49.0)

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรีใช้ระยะเวลาที่วัน		
จำนวน 1 – 2 วัน	22	22.0
จำนวน 3 – 4 วัน	69	69.0
จำนวน 5 – 6 วัน	6	6.0
จำนวน 7 – 8 วัน	2	2.0
จำนวน 9 – 10 วัน	1	1.0
2. งบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี		
ประมาณ 2,500 – 4,500 บาท	24	24.0
ประมาณ 4,600 – 7,500 บาท	34	34.0
ประมาณ 7,600 – 9,500 บาท	22	22.0
ประมาณ 9,600 – 12,500 บาท	20	20.0
ประมาณ 12,600 – มากกว่านี้	-	-
3. ปัจจัยใดที่ทำให้เลือกนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี		
ประวัติศาสตร์, ประเพณี	9	9.0
วิถีชีวิตของชาวบ้าน	10	10.0
สภาพภูมิอากาศ	33	33.0
กิจกรรมท่องเที่ยว	37	37.0
สินค้าพื้นเมือง	11	11.0

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วย
 เวย์ง จังหวัดกาญจนบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ท่านดูสื่อข่าวสารการท่องเที่ยวเชิง นิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ประเภทใด		
หนังสือท่องเที่ยว	19	19.0
โทรทัศน์	17	17.0
เว็บไซต์	52	52.0
แผ่นพับ	9	9.0
อื่นๆ.....	3	3.0
5. ท่านใช้อุปกรณ์เสริมในการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัด กาญจนบุรีประเภทใด		
กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ	80	80.0
จักรยานภูเขา	-	-
เชือกสลิง/บาร์โหน	9	9.0
กล้องส่องทางไกล	8	8.0
อื่นๆ.....	3	3.0
6. ท่านใช้สถานที่พักค้างคืนในการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งประเภท ใด		
โรงแรม	8	8.0
รีสอร์ท	43	43.0
เกสต์เฮ้าส์	15	15.0
โฮมสเตย์	28	28.0
อื่นๆ.....	6	6.0

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วย
เขียง จังหวัดกาญจนบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ท่านไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียงจังหวัด กาญจนบุรี ครั้งล่าสุดช่วงเวลาใด		
ฤดูร้อน (มีนาคม-มิถุนายน)	15	15.0
ฤดูฝน (กรกฎาคม-ตุลาคม)	20	20.0
ฤดูหนาว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์)	65	65.0
8. ท่านใช้ปัจจัยตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขียง จังหวัดกาญจนบุรี		
งบประมาณ	20	20.0
สถานที่ตั้ง	26	26.0
การเดินทาง	6	6.0
การส่งเสริมการท่องเที่ยว	17	17.0
เพื่อนชวน	31	31.0
9. ท่านประทับใจอะไรระหว่างท่องเที่ยวเชิง นิเวศห้วยเขียง		
ล่องแก่ง	24	24.0
ป็นน้ำตก	20	20.0
ชิมผลไม้	15	15.0
ชมกล้วยไม้ป่า	33	33.0
อื่นๆ.....	8	8.0
10. ท่านชอบกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขียงประเภทใด		
เดินป่า (คูนก, พันธุ์ไม้)	33	33.0
ล่องแพ	23	23.0
กีฬา (ปีนเขา, ขี่จักรยาน)	10	10.0
คู่วิถีชีวิตชาวบ้าน	20	20.0
ดูสินค้าหัตถกรรม	14	14.0

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วย
เขียง จังหวัดกาญจนบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11. ท่านชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง เพราะเหตุใด		
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	29	29.0
ให้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	21	21.0
เห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน	30	30.0
ค่าใช้จ่ายถูก	13	13.0
ลดโลกร้อน	7	7.0
12. ท่านคาดหวังว่าจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียงระดับใด		
โรงแรมห้าดาว	4	4.0
รีสอร์ท	50	50.0
เกสต์เฮาส์	18	18.0
กระท่อม	10	10.0
บ้านชาวบ้าน	18	18.0
13. ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะกลับมาท่องเที่ยว เชิงนิเวศห้วยเขียงจังหวัดกาญจนบุรีอีกหรือไม่		
มา	90	90.0
ไม่มา	10	10.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง จังหวัด
กาญจนบุรี เป็นเวลา 3 - 4 วัน (ร้อยละ 69.0) ตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง
ประมาณ 4,600 - 7,500 บาท (ร้อยละ 34.0) ปัจจัยที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง คือ
กิจกรรมท่องเที่ยว (คูปราจีน, ค้างคาวคุณกิตติ (ร้อยละ 37.0) ดูข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วย
เขียงจากเว็บไซต์ (ร้อยละ 52.0) ใช้กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ เป็นอุปกรณ์เสริมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ห้วยเขียง (ร้อยละ 80.0) สถานที่พักค้างคืนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง คือ รีสอร์ท (ร้อยละ
43.0) ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขียง ครั้งล่าสุด ช่วงฤดูหนาว (พฤศจิกายน -

กุ่มกาพันธ์) (ร้อยละ 65.0) เพื่อนเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวหัวเข่ง (ร้อยละ 31.0) สิ่งที่น่าประทับใจระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง คือ ชมกล้วยไม้ป่า (ร้อยละ 33.0) ชอบกิจกรรมเดินป่า (คูนก พันธุ์ไม้) (ร้อยละ 33.0) ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่งเพราะเห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน (ร้อยละ 30.0) คาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวระดับรีสอร์ท (ร้อยละ 50.0) และคิดว่าในอนาคตส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรีอีก (ร้อยละ 90.0)

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.57	.88	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.31	.99	ปานกลาง
ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2.96	.93	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.84	.77	ปานกลาง
ด้านสินค้าของที่ระลึก	2.83	1.07	ปานกลาง
ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3.80	.78	มาก
ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด	3.64	.65	มาก
รวม	3.28	1.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหัวเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (\bar{X} = 3.80) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด (\bar{X} = 3.64) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.57) และปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความปลอดภัย (\bar{X} = 3.31) รองลงมา ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (\bar{X} = 2.96) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (\bar{X} = 2.84) และด้านสินค้าของที่ระลึก (\bar{X} = 2.83)

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
ทรัพยากรการท่องเที่ยว			
1. มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก ถ้ำ ป่า ภูเขา หรืออุทยานแห่งชาติ	3.44	.74	มาก
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เช่น ปูราชินี ค้างคาวคุณกิตติ สุสานหอย 280 ล้านปี ดันไม้ยักษ์	3.47	1.06	มาก
3. มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมมากมาย เช่น ล่องแก่ง ชิมผลไม้ เข้าถ้ำ ชมกล้วยไม้ป่า ปีนน้ำตก ฯลฯ	3.80	.78	มาก
รวม	3.57	.88	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวและ กิจกรรมมากมาย เช่น ล่องแก่ง ชิมผลไม้ เข้าถ้ำ ชมกล้วยไม้ป่า ปีนน้ำตก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เช่น ปูราชินี ค้างคาวคุณกิตติ สุสานหอย 280 ล้านปี ดันไม้ยักษ์ ($\bar{X} = 3.47$) และมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก ถ้ำ ป่า ภูเขา หรืออุทยานแห่งชาติ ($\bar{X} = 3.44$)

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
ความปลอดภัย			
1. มีศูนย์แจ้งเหตุคว้นเหตุร้าย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง	3.60	.83	มาก
2. มีป้ายเตือนระวังในการท่องเที่ยว	3.20	1.08	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำตามจุดท่องเที่ยวที่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง	3.13	.99	ปานกลาง
รวม	3.31	.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยสื่อสารการตลาด ด้านความปลอดภัยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก คือ มีศูนย์แจ้งเหตุคว้นเหตุร้าย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีป้ายเตือนระวังในการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.20$) และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำตามจุดท่องเที่ยวที่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 3.13$)

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			
1. ใช้ชีวิตการพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน	3.33	1.11	ปานกลาง
2. กินอาหารที่ชาวบ้านจัดหาให้ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองในท้องถิ่น	2.73	.88	ปานกลาง
3. ไม่ไปทำลายการดำเนินชีวิตประจำวันความเป็นอยู่หรือการทำงานของชาวบ้าน	2.67	.90	ปานกลาง
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับเจ้าของสถานที่ การบริการจะไม่เหมือนรูปแบบทั่วไป	3.13	.92	ปานกลาง
รวม	2.96	.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง คือ ใช้ชีวิตพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน ($\bar{X} = 3.33$) รองลงมา เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับเจ้าของสถานที่ การบริการจะไม่เหมือนรูปแบบทั่วไป ($\bar{X} = 3.13$) กินอาหารที่ชาวบ้านจัดหาให้ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองในท้องถิ่น ($\bar{X} = 2.73$) และไม่ไปทำลายการดำเนินชีวิตประจำวันความเป็นอยู่หรือการทำงานของชาวบ้าน ($\bar{X} = 2.67$)

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
สิ่งอำนวยความสะดวก			
1. มีการคมนาคมที่หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว เช่น รถไฟ, รถโดยสาร ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.67	.72	ปานกลาง
2. มีที่พัก โรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือกที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาและอยู่ใกล้กับธรรมชาติ	2.87	.74	ปานกลาง
3. มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว	3.00	.85	ปานกลาง
รวม	2.84	.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$) รองลงมา มีที่พัก โรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือกที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาและอยู่ใกล้ธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.87$) และมีการคมนาคมที่หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว เช่น รถไฟ, รถโดยสาร ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.67$)

ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสินค้าของที่ระลึก

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
สินค้าของที่ระลึก			
1. มีสินค้าพื้นบ้านที่ทำมาจากวัสดุหาง่ายภายในท้องถิ่นและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	2.73	1.03	ปานกลาง
2. ใช้ภูมิปัญญาไทยสร้าง ออกแบบ คิดค้น	2.93	1.03	ปานกลาง
รวม	2.83	1.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านสินค้าของที่ระลึกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีภูมิปัญญาไทยสร้าง ออกแบบ คิดค้น ($\bar{X} = 2.93$) รองลงมา คือ มีสินค้าพื้นบ้านที่ทำมาจากวัสดุหาง่ายภายในท้องถิ่นและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.73$)

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
การโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์			
1. มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งของจังหวัดกาญจนบุรี	3.60	.83	มาก
2. มีการประชาสัมพันธ์เทศกาลประเพณีต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี	4.13	.99	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์	3.67	.97	มาก
รวม	3.80	.78	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์เทศกาลประเพณีต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = 3.67$) และมีการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งของจังหวัดกาญจนบุรี ($\bar{X} = 3.60$)

ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด

ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	ระดับความคิดเห็น		การแปลผล
	(\bar{X})	(S.D)	
การส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด			
1. จังหวัดกาญจนบุรีมีการส่งเสริมการตลาดโดยร่วมจัดงานไทยเที่ยวไทย ในราคาพิเศษ	3.47	.83	มาก
2. จังหวัดกาญจนบุรีให้ร่วมจัดงานทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อเปิดโอกาสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	3.80	.78	มาก
รวม	3.64	.65	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก คือ จังหวัดกาญจนบุรีให้ร่วมจัดงานทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อเปิดโอกาสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา คือ จังหวัดกาญจนบุรีมีการส่งเสริมการตลาด โดยร่วมจัดงานไทยเที่ยวไทย ในราคาพิเศษ ($\bar{X} = 3.47$)

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจ ท่องเที่ยวห้วยเขย่ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรง ดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว
ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ข้อมูล	Chi-square	df	p-value
เพศ	201.01*	1	0.000
อายุ	98.98*	2	0.000
อาชีพ	161.95*	3	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129.26*	2	0.000
ระดับการศึกษาสูงสุด	133.29*	2	0.000
ภูมิภาคที่พักอาศัย	336.52*	5	0.000
ประเภทของสมาชิก ในกลุ่มที่มาท่องเที่ยว	217.76*	2	0.000
จำนวนสมาชิกที่มา เที่ยวครั้งนี้	100.73*	2	0.000

*P < .01

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ลักษณะทางประชากร ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีรายละเอียด
ความสัมพันธ์ดังนี้

เพศ มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 201.01

อายุ มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับเท่ากับ 98.98

อาชีพ มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 161.95

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 129.26

ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 133.29

ภูมิภาคที่พักอาศัย มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 336.52

ประเภทของสมาชิกในกลุ่มที่มาเที่ยว มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 217.76

จำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวครั้งนี้ มีค่าความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 100.73

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ข้อมูล	Chi-square	df	p-value
ปัจจัยการสื่อสารการตลาด	251.05*	2	0.000
พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจ	163.60*	14	0.000

*P < .01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 251.05

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 163.60

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวห้วยเขย่งในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ศึกษาพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ในพื้นที่ จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษา สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยที่ตั้งไว้ โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 100 คน ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคกลางของประเทศ โดยกลุ่มสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป และมีจำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวในครั้งนี้ทั้งหมด 4 - 7 คน

5.1.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเวลา 3 - 4 วัน ตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ประมาณ 4,600 - 7,500 บาท ปัจจัยที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ กิจกรรมท่องเที่ยว (ดูปราสาทหิน, ค้างคาวคุณกิตติ) ดูข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจากเว็บไซต์ ใช้กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ เป็นอุปกรณ์เสริมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง สถานที่พักค้างคืนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ รีสอร์ท ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง ครั้งล่าสุด ช่วงฤดูหนาว (พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์) เพื่อนเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวห้วยเขย่ง สิ่งประทับใจระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วย

เข่ง คือ ชมกล้วยไม้ป่า ชอบกิจกรรมเดินป่า (คนก พันธุ์ไม้) ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเข่ง เพราะเห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน คาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวระดับรีสอร์ท และคิดว่าในอนาคตส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเข่ง จังหวัดกาญจนบุรีอีก

5.1.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเข่ง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความปลอดภัย รองลงมา ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสินค้าของที่ระลึก ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมมากมาย เช่น ล่องแก่ง ชมผลไม้ เข้าถ้ำ ชมกล้วยไม้ป่า ปีนน้ำตก

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านความปลอดภัย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก คือ มีศูนย์แจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง คือ ใช้ชีวิตพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านสินค้าของที่ระลึก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีใช้ภูมิปัญญาไทยสร้าง ออกแบบ คิดค้น

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์เทศกาลประเพณีต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก คือ จังหวัดกาญจนบุรีให้ร่วมจัดงานทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อเปิด โอกาสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.1.4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษามีประเด็นสำหรับการอภิปรายผลดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีที่พักอาศัยอยู่ในภาคกลางของประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุ วัชวุฒิ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” จากการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ ระดับรายได้ ถิ่นที่พำนักอาศัยปัจจุบันและสัญชาติของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ กิจกรรมท่องเที่ยว (ดูปราจีน, ค้างคาวคุณกิตติ) เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี และเป็นกิจกรรมในการเรียนรู้สิ่งมีชีวิตในธรรมชาติ สอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในประเด็นที่ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทายนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง จึงเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เชื่อว่าสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจากเว็บไซต์ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันเว็บไซต์ภายใต้การเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันและสามารถเข้าถึงได้สะดวก และสื่อสารข้อมูลด้วยความรวดเร็ว สอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อสารในปัจจุบัน ที่อยู่ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้ในทันที

เพื่อนเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวห้วยเขย่ง เนื่องจากเพื่อนเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกัน และมีการสื่อสาร บอกกล่าว หรือบอกต่อความประทับใจในเรื่องต่างๆ อยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดสื่อบุคคล ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ โน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสาร โดยตรง

สิ่งที่ประทับใจระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง คือ ชมกล้วยไม้ป่า ชอบกิจกรรมเดินป่า (ดูนก พันธุ์ไม้) เนื่องจากเป็นสิ่งที่หาได้ยากในปัจจุบัน จะมีความสมบูรณ์เพียงแต่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์เท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งเพราะเห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน เนื่องจากวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนใกล้เคียงกับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบ

บริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

5.2.3 ผลการศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว ก็จะเกิดความสนใจและเกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวในที่สุด

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมมากมาย เช่น ล่องแก่ง ชิมผลไม้ เข้าถ้ำ ชมกล้วยไม้ป่า ปีนน้ำตก เนื่องจาก ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติ และทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ

ด้านความปลอดภัย พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก คือ มีศูนย์แจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว นอกจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่มีให้เลือกมากมายแล้ว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เพราะจะทำให้เกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยว

ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง คือ ใช้ชีวิตพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน เนื่องจากชีวิตส่วนใหญ่จะอยู่ในสังคมเมืองที่มีแต่ความวุ่นวาย พบเจอแต่ปัญหาและมลภาวะเป็นพิษ ดังนั้น การได้หวนกลับไปใช้ชีวิตด้วยการพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน ก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการผู้ที่มีความรู้ความชำนาญและเป็นคนในพื้นที่ในการนำเที่ยวและให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์แบบมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง คือ ใช้ภูมิปัญญาไทยสร้าง ออกแบบ คิดค้น เนื่องจาก นิสัยของคนไทยส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มีความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ จึงมีความสนใจสินค้าหรือของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาแบบไทยๆ ที่มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นไม่เหมือนใคร

ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์เทศกาลประเพณีต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจาก การสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้เกิดการรับรู้ จะเป็นการก่อให้เกิดการรับรู้ กระตุ้นให้เกิดความสนใจในงานเทศกาลประเพณีต่างๆ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ต่อไป

ด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมและการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก คือ จังหวัดกาญจนบุรีให้ร่วมจัดงานทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อเปิดโอกาสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจาก สะพานแม่น้ำแควมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเป็นเวลานาน และส่วนใหญ่ก็ต้องการเดินทางมาสัมผัสด้วยตนเองสักครั้งหนึ่งในชีวิต

5.2.4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมและแรงดึงดูดใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี สอดคล้องกับแนวคิดของเนตรชนก กุลชล (2550) ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านแหล่งสงสาร ข้อมูลข่าวสาร สิ่งที่ผ่านมาการกลั่นกรอง สื่อ ช่องทางหรือพาหนะสื่อ ผู้รับสาร พฤติกรรมการรับรู้ของผู้รับสาร พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น พฤติกรรมตอบรับโดยภาพรวมในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนต่างจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง รูปแบบการท่องเที่ยวมักจะเที่ยวแบบการจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมักจะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทพันธุ์ไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ สาเหตุที่มาเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในช่วงวันหยุด เพื่อน/คู่รัก เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวมากที่สุด

พฤติกรรมและแรงดึงดูดใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยว ห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภา วงษ์สมาน (2551) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่ง ได้แก่ การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจดึงดูดใจทั้งสิ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนที่มาท่องเที่ยวห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี ดังนี้

1. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการสื่อสารการตลาด โดยเฉพาะด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในส่วนของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั่วไปเกิดการรับรู้ เกิดความสนใจ และนำข้อมูลที่ได้รับไปประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

สำหรับในประเด็นของปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านสินค้าของที่ระลึก ดังนั้น หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ต้องมีการส่งเสริมการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น และสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเกิดความสนใจ อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรีอีกทางหนึ่งด้วย

2. นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น จะนิยมและชื่นชอบการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบกิจกรรม และคิดค้นกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่มีรูปแบบสัมพันธ์กับธรรมชาติ และสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั่วไป และเป็นทางเลือกใหม่ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. การบริหารจัดการนับว่ามีบทบาทสำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการดำเนินการประสานงานกันหลายหน่วยงานที่มีบทบาทต่างๆ กัน ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่จะต้องเข้ามา เริ่มตั้งแต่การวางแผนดำเนินงานร่วมกัน ประสานการทำงานอย่างเป็นระบบ และมีระบบการติดตามและตรวจสอบ ผลการดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดปัญหาของการบริหารจัดการที่อาจเป็นปัญหาต่อเนื่องจนกลายเป็นปัญหาเรื้อรังที่ยืดเยื้อจนยากที่จะแก้ไข ปัญหาการบริหารจัดการส่วนใหญ่ที่พบ คือ

- ปัญหาการบริหารจัดการของรัฐ เช่น ขาดการประสานงาน ดำเนินงานให้ความสำคัญเฉพาะ ตามวัตถุประสงค์และหน้าที่ของหน่วยงานเป็นหลัก เป็นต้น

- ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ใช้โอกาสฉกฉวยผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง เช่น การตั้งหาบเร่ แผงลอย เต็มผ้าใบ หมอนวดชายหาด โดยขาดเจ้าหน้าที่ ในการสอดส่อง ควบคุมและเอาผิดลงโทษทางกฎหมาย

- ปัญหาการบริหารจัดการของชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และความไม่เข้าใจ การท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากกระแสของการท่องเที่ยวมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอันมากและเข้าถึงในเกือบทุกชุมชน ดังนั้นจึงเกิดการหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อหวังให้การท่องเที่ยวนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งการสร้างงานและรายได้ จนทำให้เกิดการเบี่ยงเบนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเป็นไปในทิศทางที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพและพื้นที่

ดังนั้น ความร่วมมือของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชุมชน ที่เป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ที่ประสานเป็นเครือข่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ เพราะหากคนในชุมชนมีความรัก ความหวงแหน และเห็นถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองแล้ว ก็จะเกิดความร่วมมือในการช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และลดพฤติกรรมเอาเปรียบหรือหาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวให้น้อยลง

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้มีข้อจำกัดหลายด้าน ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังนี้

1. ควรมีการศึกษานักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อจะได้ทราบสาเหตุและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง

เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้รูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี ได้รับความสนใจและมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง ส่งเสริมความคิดเห็นกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและสามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่นๆ ของประเทศไทยต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างของปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ต่อไป

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว และสถานที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ (ปี)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2. 21 – 30 ปี
 3. 31 - 40 ปี 4. 41 – 50 ปี
 5. 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง 4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 5. อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2. 10,001 – 20,000 บาท
 3. 20,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 – 40,000 บาท
 5. มากกว่า 40,001 บาท

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มัธยมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/อนุปริญญา |
| <input type="checkbox"/> 3.ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 4.ปริญญาโท |
| <input type="checkbox"/> 5.ปริญญาเอก | |

6. ท่านพักอาศัยอยู่ในภาคใดของประเทศไทย

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 2.ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออก/ตะวันออกเฉียงเหนือ | |

7. สมาชิกในกลุ่มที่มาเที่ยวครั้งนี้เป็นกลุ่มใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2.ประชาชนทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> 3.ข้าราชการระบุประเภท..... | <input type="checkbox"/> 4. ค้าขาย/ธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ..... | |

8. จำนวนสมาชิกที่มาเที่ยวมีทั้งหมดกี่คน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. จำนวน 1-3 คน | <input type="checkbox"/> 2. จำนวน 4-7 คน |
| <input type="checkbox"/> 3. จำนวน 8-12 คน | <input type="checkbox"/> 4. จำนวน 13-18 คน |
| <input type="checkbox"/> 5. จำนวน 19-25 คน | |

ตอนที่ 2 แรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของประชาชนที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีใช้ระยะเวลาจำนวนกี่วัน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. จำนวน 1-2 วัน | <input type="checkbox"/> 2. จำนวน 3-4 วัน |
| <input type="checkbox"/> 3. จำนวน 5-6 วัน | <input type="checkbox"/> 4. จำนวน 7-8 วัน |
| <input type="checkbox"/> 5. จำนวน 9-10 วัน | |

2. ท่านตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีจำนวนเท่าไร

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ประมาณ 2,500 – 4,500 บาท | <input type="checkbox"/> 2. ประมาณ 4,600 – 7,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. ประมาณ 7,600 – 9,500 บาท | <input type="checkbox"/> 4. ประมาณ 9,600 – 12,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. ประมาณ 12,600 – มากกว่านี้ | |

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ทำให้เลือกมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ประวัติศาสตร์, ประเพณี | <input type="checkbox"/> 2. วิถีชีวิตของชาวบ้าน |
| <input type="checkbox"/> 3. สภาพภูมิประเทศ | <input type="checkbox"/> 4. กิจกรรมท่องเที่ยว(ดูปราจีน, ดูค้างคาวกิตติ) |
| <input type="checkbox"/> 5. สินค้าพื้นเมือง | |

4. ท่านดูสื่อข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีประเภทใด

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. หนังสือท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> 3. เว็บไซต์ | <input type="checkbox"/> 4. แผ่นพับ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ.....(ระบุ) | |

5. ท่านใช้อุปกรณ์เสริมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีประเภทใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. กล้องถ่ายภาพ/วิดีโอ | <input type="checkbox"/> 2. จักรยานภูเขา |
| <input type="checkbox"/> 3. เชือกสลิง/บาร์โหน | <input type="checkbox"/> 4. กล้องส่องทางไกล |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ.....(ระบุ) | |

6. ท่านใช้สถานที่พักค้างคืนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งประเภทใด

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. โรงแรม | <input type="checkbox"/> 2. รีสอร์ท |
| <input type="checkbox"/> 3. เกสต์เฮาส์ | <input type="checkbox"/> 4. โฮมสเตย์ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ.....(ระบุ) | |

7. ท่านไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี ครั้งล่าสุดช่วงเวลาใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ฤดูร้อน(มีนาคม-มิถุนายน) | <input type="checkbox"/> 2. ฤดูฝน (กรกฎาคม-ตุลาคม) |
| <input type="checkbox"/> 3. ฤดูหนาว(พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) | |

8. ท่านใช้ปัจจัยใดตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. งบประมาณ | <input type="checkbox"/> 2. สถานที่ตั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. การเดินทาง | <input type="checkbox"/> 4. การส่งเสริมการท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อนชวน | |

9. ท่านประทับใจอะไรระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ล่องแก่ง | <input type="checkbox"/> 2. ปีนน้ำตก |
| <input type="checkbox"/> 3. ชิมผลไม้ | <input type="checkbox"/> 4. ชมกล้วยไม้ป่า |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ.....(โปรดระบุ) | |

10. ท่านชอบ กิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งประเภทใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เดินป่า (คนก พันธุ์ไม้) | <input type="checkbox"/> 2. ล่องแพ |
| <input type="checkbox"/> 3. กีฬา (ปีนเขา/ขี่จักรยาน) | <input type="checkbox"/> 4. ภูมิวิถีชีวิตชาวบ้าน |
| <input type="checkbox"/> 5. คูสินค้าหัตถกรรม | |

11. ท่านชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งเพราะเหตุผลใด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | <input type="checkbox"/> 2. ให้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น |
| <input type="checkbox"/> 3. เห็นวิถีชีวิตชาวบ้าน | <input type="checkbox"/> 4. ค่าใช้จ่ายถูก |
| <input type="checkbox"/> 5. ลดโลกร้อน | |

12. ท่านคาดหวังว่าจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งระดับใด

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. โรงแรมห้าดาว | <input type="checkbox"/> 2. รีสอร์ท |
| <input type="checkbox"/> 3. เกสต์เฮ้าส์ | <input type="checkbox"/> 4. กระท่อม |
| <input type="checkbox"/> 5. บ้านชาวบ้าน | |

13. ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีอีกหรือไม่

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. มา | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มา |
|--------------------------------|-----------------------------------|

ตอนที่ 3 ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัด

กาญจนบุรี

คำชี้แจง : ท่านคิดว่ามูลเหตุต่อไปนี้จึงใจให้ท่านไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรีมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทรัพยากรการท่องเที่ยว					
1. มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก ถ้ำ ป่า ภูเขา หรืออุทยานแห่งชาติ					
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เช่น ปูราจีนี ค้างคาวคุณกิตติ สุสานหอย 280 ล้านปี ดินไม้ยักษ์					
3. มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมมากมาย เช่น ล่องแก่ง ชมผลไม้ เข้าถ้ำ ชมกล้วยไม้ป่า ปีนน้ำตก ฯลฯ					
ความปลอดภัย					
1. มีศูนย์รับแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง					
2. มีป้ายเตือนระวังในการท่องเที่ยว					
3. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำตามจุดท่องเที่ยวที่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง					
โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
1. ใช้ชีวิตการพักผ่อนตามวิถีชาวบ้าน					
2. กินอาหารที่ชาวบ้านจัดหาให้ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองในท้องถิ่น					
3. ไม่ไปทำลายการดำเนินชีวิตประจำวันความเป็นอยู่หรือการทำงานของชาวบ้าน					
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับเจ้าของสถานที่ การบริการจะไม่เหมือนรูปแบบทั่วไป					

ปัจจัยสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ห้วยเขย่งจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. มีการคมนาคมที่หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว เช่น รถไฟ, รถโดยสาร ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
2. มีที่พัก โรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือกที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาและอยู่ใกล้กับธรรมชาติ					
3. มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำและให้ความรู้ เกี่ยวกับธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว					
สินค้าของที่ระลึก					
1. มีสินค้าพื้นบ้านที่ทำมาจากวัสดุหาง่ายภายใน ท้องถิ่น และไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม					
2. ใช้ภูมิปัญญาไทยสร้าง ออกแบบ กิดค้น					
การโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์					
1. มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่งของ จังหวัดกาญจนบุรี					
2. มีการประชาสัมพันธ์เทศกาลประเพณีต่างๆ ใน จังหวัดกาญจนบุรี					
3. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์					
การส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด					
1. จังหวัดกาญจนบุรีมีการส่งเสริมการตลาดโดย ร่วมจัดงานไทยเที่ยวไทย ในราคาพิเศษ					
2. จังหวัดกาญจนบุรีให้ร่วมจัดงานทางประวัติ ศาสตร์อันยาวนานเช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อ เปิดโอกาสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วยเขย่ง

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข นโยบายการท่องเที่ยว

ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) ได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิต ให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือให้เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับวิสัยทัศน์และพันธกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548) กล่าวว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะ "เป็นองค์กรหลักที่นำประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้สามารถกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง โดยเน้นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอันดีงามของไทย..." โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ
2. บูรณาการ และประสานการดำเนินการกิจด้านการท่องเที่ยวและกีฬา เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วนให้สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน
3. เสริมสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค และระดับโลก

ดังนั้น โดยนัยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว ให้ตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน และมีความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและระดับโลกได้ โดยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนที่ต้องดำเนินการ 2 ประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. พัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม แต่ต้องระวังรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2. บูรณาการและประสานการดำเนินการกิจเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วน โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชน และเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจัดเป็นรูปแบบสหกรณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2538-2539 โดยครอบคลุมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณวัตถุ วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรรวมทั้งแหล่งธรรมชาติต่างๆ

ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 2547-2549 ซึ่งได้วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย โดยให้ปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวไทยสู่ตลาดคุณภาพสูง (More for More) หรือพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดด้วยราคาถูก (More for Less) ซึ่งมีต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมสูง จึงให้พัฒนาการท่องเที่ยวไทยเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพโดยปรับเปลี่ยน ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ (Market Offerings) การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry Redefined)

ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมและความสนใจเฉพาะ ซึ่งจัดในกลุ่ม 4 เช่น

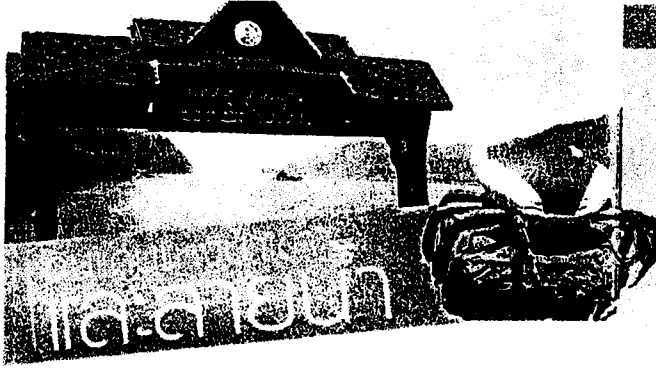
- 1) MICE
- 2) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ – spa, meditation, physical check-up
- 3) LONG STAY
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา – กอล์ฟ ดำน้ำ
- 5) ช้อปปี้ง
- 6) Cruise
- 7) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 8) อาหารไทย
- 9) Wedding/Honeymoon
- 10) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- 11) ศูนย์กลางการถ่ายทำภาพยนตร์
- 12) กิจกรรมประเพณีหลัก (Major Events) –สงกรานต์ ลอยกระทง วิสาขบูชา
- 13) Eco tourism and Soft Adventure

และในยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ กลุ่ม 5 คือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นควรได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

สำหรับการปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Strategic Intent / Thrust) มีแนวทางคือ

- 1) ขยายขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยว (Geographical Boundary)
- 2) เปลี่ยนจุดเน้นอุตสาหกรรมใหม่ (Industry Refocus)
- 3) กำหนดยุทธศาสตร์และการจัดการ (Strategy & Management)
- 4) แบ่งภาระและการรับผิดชอบใหม่ (Division of Role & Responsibility)
- 5) การปรับบทบาทองค์การบริหาร (Restructure)

ซึ่งจะนำไปสู่แนวคิดการขยายพื้นที่ท่องเที่ยว การเพิ่มบทบาทในการบริหารจัดการระดับพื้นที่ขององค์กรท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรหลัก และแบ่งภาระความรับผิดชอบให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทย 2547-2549, อังโน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)



ตำบลกำขุ่น

ตำบลกำขุ่นเป็นที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น เขื่อนวชิราลงกรณ และอ่างเก็บน้ำที่มีทิวทัศน์สวยงามมาก นอกจากนี้ยังมีแก่งน้ำขุ่นที่มีธรรมชาติสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวและล่องแพอย่างยิ่ง นอกจากนี้ยังมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ คือ หลวงพ่อสายวัดท่าขุม

ตำบลลิ้นถิ่น

ตำบลลิ้นถิ่นมีความประวัติศาสตร์เป็นถิ่นเลื่องลือมาแต่สมัยโบราณ ในปัจจุบันเป็นประตูบ้านสู่อำเภอทองผาภูมิ มีกิจกรรมที่ชาวท้องถิ่นบ้านขุมยัง เป็นกิจกรรมที่ได้รับพรหมภิรมย์จากนักท่องเที่ยว



ตำบลหินลาด

ตำบลหินลาดมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป คือ น้ำพุร้อนหินลาด ซึ่งเคยค้นพบโดยทหารญี่ปุ่นในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งยังมีหลักฐานปรากฏอยู่ว่า ทหารญี่ปุ่นได้ตั้งค่ายที่น้ำพุร้อนหินลาด นับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวนิยมมาเยือนมากที่สุดแห่งหนึ่งของอำเภอทองผาภูมิ นอกจากนี้ตำบลหินลาดยังมีวัดกษัตริย์ ซึ่งมีความสวยงามน่าตื่นตาตื่นใจมากโดยเฉพาะในฤดูแล้ง



ตำบลสหกรณ์นิคม

ตำบลสหกรณ์นิคม มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจหลายแห่ง คือ น้ำตกผาธาร ซึ่งเป็น้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งของอำเภอทองผาภูมิ บริเวณน้ำตกมีทั้งหมด 7 ชั้น แต่ละชั้นมีความงดงามแตกต่างกันไป โดยชั้นที่ 7 ที่อยู่บนยอดสูงราว 80 เมตร เป็นน้ำตกที่มีความสูงมากที่สุดในจังหวัดกาญจนบุรี มีความน่าสนใจไม่น้อยของเที่ยวมาก ปัจจุบันทางไปน้ำตกกำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาจะเข้าไปท่องเที่ยวได้เฉพาะในเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายนเท่านั้น



ตำบลห้วยเขย่ง

ตำบลห้วยเขย่งเป็นดินแดนแห่งสายน้ำอย่างแท้จริง คือ ลำน้ำไหลผ่านพื้นที่ถึง 3 สาย คือ มีแม่น้ำน้อย ห้วยปากกอก และห้วยประจักษ์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่อยู่ของปูราวีนิ และกบภูเขาซึ่งเป็นสัตว์ที่หายากได้ยาก พื้นที่ศาลาห้วยเขย่งเป็นแหล่งที่มีการปลูกกาแฟดีคาอาภาคความชื้นห้วยเขย่งมากที่สุด เพราะมีบรรยากาศที่สงบร่มเย็นน่าพักผ่อน อีกทั้งยังเป็นแหล่งปลูกผลไม้บางชนิดได้เป็นอย่างดี

ตำบลปลีอก



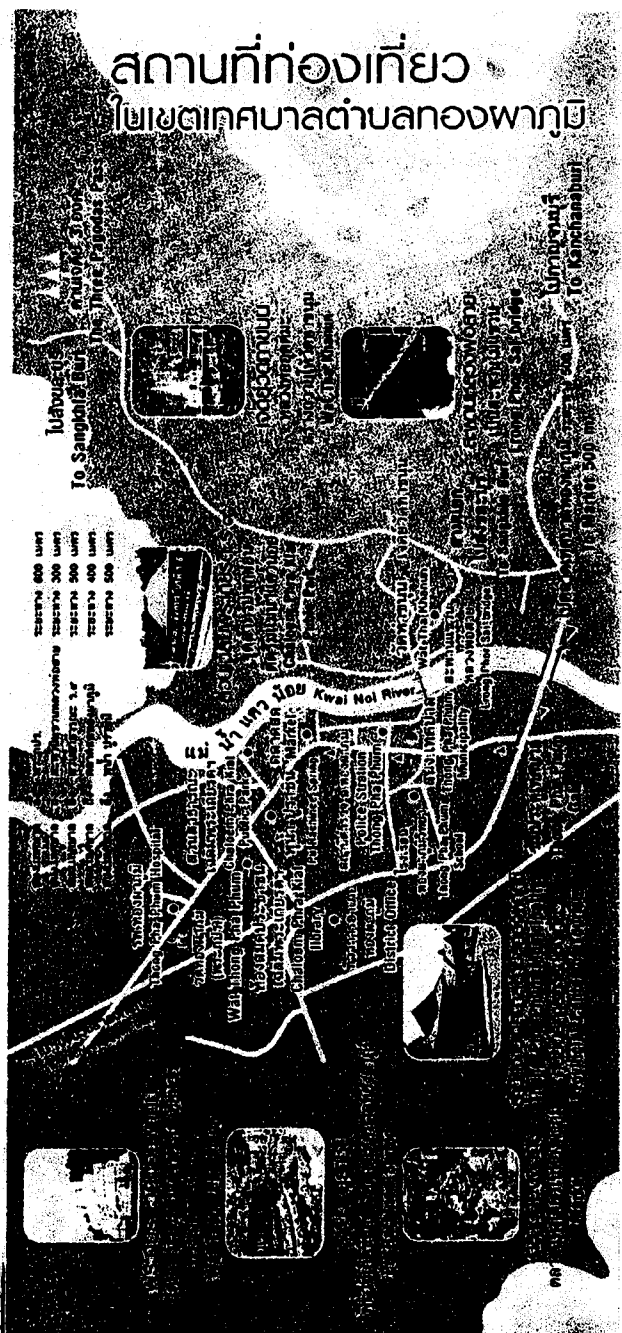
ตำบลปลีอกเป็นตำบลที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของประเทศเมียนมาร์ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอประมาณ 65 กิโลเมตร เป็นตำบลที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง โดยเฉพาะป่าไม้ที่มีความอุดมสมบูรณ์มาก มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น พระธาตุในอ่อง บ้านลัดตอง น้ำตกร้อยกระดิ่ง น้ำตกลัดตอง น้ำตกปีนัง โดยเฉพาะน้ำตกร้อยกระดิ่งเป็นน้ำตกที่นักท่องเที่ยว OFF ROAD นิยมไปเที่ยวกันมาก นอกจากนี้ ยังมีเส้นทางที่ลาดยาง ติดต่อกับทะเลอันดามัน ประเทศเมียนมาร์ได้



ตำบลทะเล

ตำบลทะเลเป็นบริเวณที่สวยงามและลึกลับ ลากทิวไม่มีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบธรรมชาติอย่างมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น น้ำตกทุ่งนางครวญ น้ำตกคลิตี้ น้ำตกนางแล น้ำตกผาแดง น้ำตกกระเจียว ถ้ำนกนางแอ่น สถานที่เหล่านี้ยังเป็นที่ยังเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวที่ขงมากนัก จึงทำให้อยู่ในสถานที่สมบูรณ์เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังมีเหมืองล่องน้ำ ซึ่งเป็นเหมืองที่ได้ดินเหนียวแห่งเดียวในประเทศไทย ที่มีเกาะจระเข้เล็กถึง 30 กว่ากิโลเมตร ได้อย่างน่าทึ่ง

สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลตำบลทองผาภูมิ



ยึดติดต่อมายังอำเภอทองผาภูมิ



บรรณานุกรม

เอกสาร

- เจ้าหน้าที่บริหารงานป่าไม้ 7 กลุ่มงานวิชาการ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16 (เชียงใหม่) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (พฤศจิกายน 2549)
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2548. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
- ดร. จอร์น โมเคล, ดร.อภิชาติ จำรัสฤทธิ์รงค์ และดร.นิพนธ์ เทพวัลย์. ผู้แปล นภภรณ์ หะอานนท์. 2530. การปฏิวัติขนาดครอบครัวในประเทศไทย : การลดลงอย่างรวดเร็วของภาวะเจริญพันธุ์ ในประเทศโลกที่สาม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จรูญ.
- เนาวรัตน์ พลาไย. 2545. ทักษะการทำงานและปัจจัยเงื่อนไขในการพัฒนาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น : การศึกษาในกลุ่มประชาคม (civic groups) ภาคเหนือตอนบน.
- “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.” (2550 : กันยายน). วารสารการพัฒนาท้องถิ่น. กรมส่งเสริมการปกครอง ท้องถิ่น. 2 ฉ. 1 : 13-14
- พิชญ วัชวลี. “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2548. โครงการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาบริเวณเหนือเขื่อนภูมิพลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.
- วิลาวัลย์ เรืองปฏกรณ์. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารการตลาดกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการไทยเที่ยวไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วรรณภา วงษ์สมาน. “การเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์”. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2551.
- วัลลภ ทองอ่อน. เอกสารประกอบการสอนเรื่องการพัฒนาแบบยั่งยืน. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. สื่อสารสัมฤทธิ์แนวคิดพอเพียง. (2550.) งามปริทรรศน์. 5 ฉ. 50 : 32

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2550. ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตร “การบริหารจัดการป่าชุมชนและการพัฒนาอาชีพด้านป่าไม้” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2549

เว็บไซต์

กรมป่าไม้. 2548. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. <http://www.forest.go.th/WEFCOM/Part2TAT.html>

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2548. นโยบาย. <http://www.mots.go.th/office.php?OfficeId=5&Action=policy>

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2548. วิสัยทัศน์. <http://www.mots.go.th/office.php?OfficeId=5&Action=vision>

นิรนาม. 2005. Ecotourism. <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/ecotourism>

สถัญญ์ แสงอรุณ. 2548. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (Ecotourism). http://www.dnp.go.th/NPO/html/Tour/Eco_Tour.html

สุรเชษฐ์ เขษรุมาส. 2546. http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/cgi-bin/Question_Week

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายนรเศรษฐ์ เวสารัชชานันท์
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะพลศึกษา เอกนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว.) ปัจจุบัน กำลังศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง มหาวิทยาลัยเกริก
ประวัติการทำงาน	นักกีฬา MMA. Brazilian Top Team