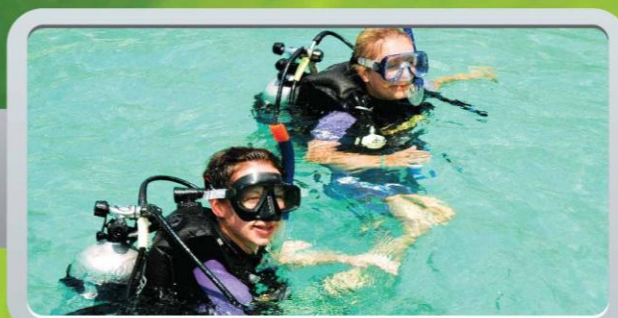


รายงานขั้นสุดท้าย
โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริม
ตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย

ECO & ADVENTURE TOURISM



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
จัดทำโดย : บริษัท อินโนเวทีฟ เนเจอร์ส จำกัด



สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	3
1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์โครงการ	19
1.1 ที่มาและวัตถุประสงค์การวิจัย	19
1.2 นิยามศัพท์ (สำหรับการศึกษาการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure)	20
1.3 ขอบเขตการศึกษา	22
1.4 วิธีการศึกษา และการเก็บข้อมูล	23
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัยและขั้นตอนการทำวิจัย	32
2. ผลการวิจัยเอกสาร	35
2.1 จุดเริ่มต้น รูปแบบ และลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยว กลุ่ม Eco & Adventure	35
2.1.1 ที่มาและความสำคัญของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure	35
2.1.2 นิยามและคำจำกัดความ	36
2.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	41
2.1.4 องค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	50
2.1.5 ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure	52
2.2 ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	54
2.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในต่างประเทศ	56
• ประเทศนอกภูมิภาคเอเชียที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	57
• ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	78
2.2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยในประเทศไทย	100
2.2.3 นโยบายและแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย	102
2.2.4 สถิติที่น่าสนใจของตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	104
3. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	116
3.1 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก	116
3.2 สภาพการตลาดโดยรวม: วิเคราะห์โดยห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	117

3.3 สภาพการตลาดตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	120
3.4 มุมมองที่สำคัญของผู้เกี่ยวข้องตามรายปัจจัย	136
3.5 มุมมองของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ	141
4. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	143
4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	143
4.2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามรายจังหวัด	153
4.3 การแนะนำต่อของนักท่องเที่ยว	175
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำต่อ	177
5. ข้อเสนอแนะแนวทางการตลาด	200
5.1 PEST Analysis	200
5.2 SWOT Analysis	201
5.3 การกำหนดเป้าหมายในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เชิงนิเวศและผจญภัย (Goal Setting)	204
5.4 การเลือกตลาดเป้าหมายตามนักท่องเที่ยวแบ่งกลุ่มโดยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	205
5.5 การวางกลยุทธ์ด้านการตลาด Marketing Promotion Mix Strategy (Demand Side)	216
5.6 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว (Supply side)	217
5.7 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะด้านด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Demand Side)	219
5.8 กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยตามพื้นที่	221
5.9 แนวทางการพัฒนาแบบบูรณาการ	232
5.10 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต	232
ภาคผนวก	233

บทสรุปผู้บริหาร

กระแสการท่องเที่ยวของโลก มีแนวโน้มมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม เริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น หลายประเทศได้มีมุมมองที่สำคัญว่า การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างขาดความระมัดระวัง ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจึงมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นการบริหารจัดการ และการเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวไม่เพียงแค่ออกไปพักผ่อนหย่อนใจ แต่ได้พัฒนาเป็นการหาความรู้ การทำทนายศึกษภาพทางร่างกายและจิตใจ รวมถึง การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ถือเป็น การท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะรูปแบบหนึ่งที่ตอบกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติและ การตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรและกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยึดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็น การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติและเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำทนาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เช่น การพายเรือคายัค ล่องแก่ง ปีนเขา ไรด์ตัว ดูนก และเดินป่า เป็นต้น โดยกิจกรรมถูกพัฒนาขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความเป็นธรรมชาติ กลุ่มที่รักในความท้าทาย หรือการนำความแปลกใหม่มาผสมผสานกับความท้าทายทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นโดยการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure เช่น สภาพการตลาด สภาพปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ ที่มีผลต่อการส่งเสริมตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว Eco & Adventure ของประเทศไทยในปัจจุบัน และโอกาสการขยายตัวของตลาดโดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยว Eco & Adventure โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทยลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็น ความต้องการรวมทั้งมุมมองของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย รวมถึงลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคตทั้งนี้ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สระบุรี นครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี เลย หนองคาย กาญจนบุรี เพชรบุรี กระบี่และตรัง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive

Random Sampling) จำนวนทั้งหมด 350 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัด คนในชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยในส่วนของวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจทัศนคติและมุมมองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ของนักท่องเที่ยว จะใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น โดยการกำหนดขนาดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเป้าหมายทั้ง 15 จังหวัด จำนวน 2,250 คน ทั้งนี้สถิติที่ใช้มีทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงวิเคราะห์ (Statistical Analysis) ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย เพื่อประเมินความพร้อมในการวางกลยุทธ์การแข่งขันพบสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจความมีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะด้านนิเวศวิทยาและลักษณะเด่นด้านกายภาพโดยเฉพาะภูเขา และทะเล ที่มีความสวยงาม
2. ในหลายพื้นที่ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ทางชีวภาพและพันธุ์พืชอยู่มากถึงแม้ว่าบางพื้นที่จะเสื่อมโทรมไปมากก็ตาม
3. สภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ซึ่งหลายพื้นที่ของไทย สามารถจัดกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมแบบ Soft Adventure เช่น การชมธรรมชาติและ Hard Adventure เช่น การปีนผา ล่องแพ หรือดำน้ำ เป็นต้น

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

4. ต้นทุนด้านแรงงานของประเทศไทยยังไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับประเทศอื่น โดยเฉพาะแรงงานที่เป็นชุมชนท้องถิ่น
5. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีความแข็งแรง มีการรวมตัวกัน เพื่อช่วยเหลือกันทั้งในด้านนโยบายและด้านการตลาด ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม
6. การจัดรูปแบบกิจกรรมในบางพื้นที่มีความตื่นตัว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี เพราะมีความท้าทาย และมีมาตรฐานเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยด้านการตลาด

7. ราคาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวสูง (Value to money) ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และยังมีช่องว่าง (Value Gap) ที่สามารถขยับราคาขึ้นได้ หากกิจกรรมที่น่าเสนอมีคุณภาพที่เพียงพอ

ปัจจัยด้านนโยบาย

8. ผู้บริหารระดับสูงของประเทศ มีความรู้และความเข้าใจ โดยมีการกำหนดนโยบายในระดับประเทศที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างชัดเจน และหน่วยงานราชการในหลายจังหวัด ได้กำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ขาดเพียงการนำไปปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง

จุดอ่อน

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ขาดการปรับปรุง ดูแล รักษา อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม และชุมชนท้องถิ่นบางกลุ่มยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์เช่น การเผาป่า การล่าสัตว์ เป็นต้น

2. การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยังมีอุปสรรคหลายด้านที่ทำให้เกิดการเข้าถึงยาก ทั้งเรื่องของการมีป้ายบอกทาง และการคมนาคมสาธารณะ

3. ขาดการบังคับใช้อย่างจริงจัง ในด้านมาตรการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว และขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (Carrying Capacity) โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

4. ผู้ประกอบการน้อยรายที่ประกอบกิจการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure โดยตรง ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) และยังมี การตัดราคา และลดต้นทุนลดคุณภาพ

5. ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ทำให้ขาดการสร้างคุณค่าจากการเรียนรู้ การพัฒนาเนื้อหา และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว

6. ผู้ประกอบการหลายราย ยังไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของกิจกรรมมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้อุปกรณ์ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ง

7. มัคคุเทศก์ และผู้มีหน้าที่นำเที่ยว ที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มีจำนวนไม่เพียงพอ รวมถึงขาดการวางระบบการศึกษา เพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ให้เพียงพอต่อความต้องการ

8. ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขาดความรู้ด้านการทำการตลาด และขาดอำนาจในการต่อรอง ทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้ โดยเฉพาะนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ปิดตัวลงจำนวนมาก

9. ขาดการสำรวจความพึงพอใจ และขาดการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านการตลาด

10. ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทยยังไม่ชัดเจน

11. ขาดการสร้างจุดขาย และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยว ในการมายังพื้นที่ รวมถึงความเชื่อมโยงและต่อเนื่องของกิจกรรมยังมีน้อย

12. การกำหนดราคายังไม่เหมาะสม ผู้ประกอบการบางรายกำหนดราคาค่อนข้างต่ำ มุ่งเน้นเพียงจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากขาดความสามารถในการทำการตลาด ทำให้ได้ นักท่องเที่ยวไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการนำมาพัฒนา รูปแบบกิจกรรม รวมถึงการลดต้นทุน ทำให้ขาดมาตรฐาน

13. ขาดการทำการตลาดด้านออนไลน์ หรือเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ทราบว่าประเทศไทยมีกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ที่ น่าสนใจและมีมาตรฐาน

ปัจจัยด้านนโยบาย

14. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ ยังไม่สามารถนำแนวนโยบายด้านการ ท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มาปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

15. ความเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยวยังไม่ราบรื่น ตลอดกระบวนการ ทำให้ขั้นตอนยังมีความซับซ้อนได้แก่ กระบวนการท่องเที่ยวและกีฬากรรมการ ท่องเที่ยว

โอกาส

1. กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือก โดยเฉพาะท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มี แนวโน้มการเติบโตทั่วโลก สูงขึ้นอย่างมาก

2. เหตุการณ์ภัยพิบัติที่เกิดสูงขึ้นทั่วโลกในช่วงที่ผ่านมา ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มากขึ้น

3. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวไทย สามารถเดินทางในช่วง วันหยุดระยะสั้นได้มากขึ้น รวมทั้งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในภูมิภาคมีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย

4. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ใน ต้นทุนที่ต่ำลง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และความรู้ ด้านการจัดการกิจกรรมผจญภัยได้ง่ายขึ้น

5. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธกรณีต่างๆที่ ประเทศไทยได้จัดทำขึ้นกับประเทศต่างๆ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายกำลังคน เงินทุน สินค้าและบริการ ได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น

6. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค การแก้ไขปัญหาสภาวะ โลกร้อน และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ เป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งที่จะใช้ ประโยชน์จากวิกฤตดังกล่าวในการสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว

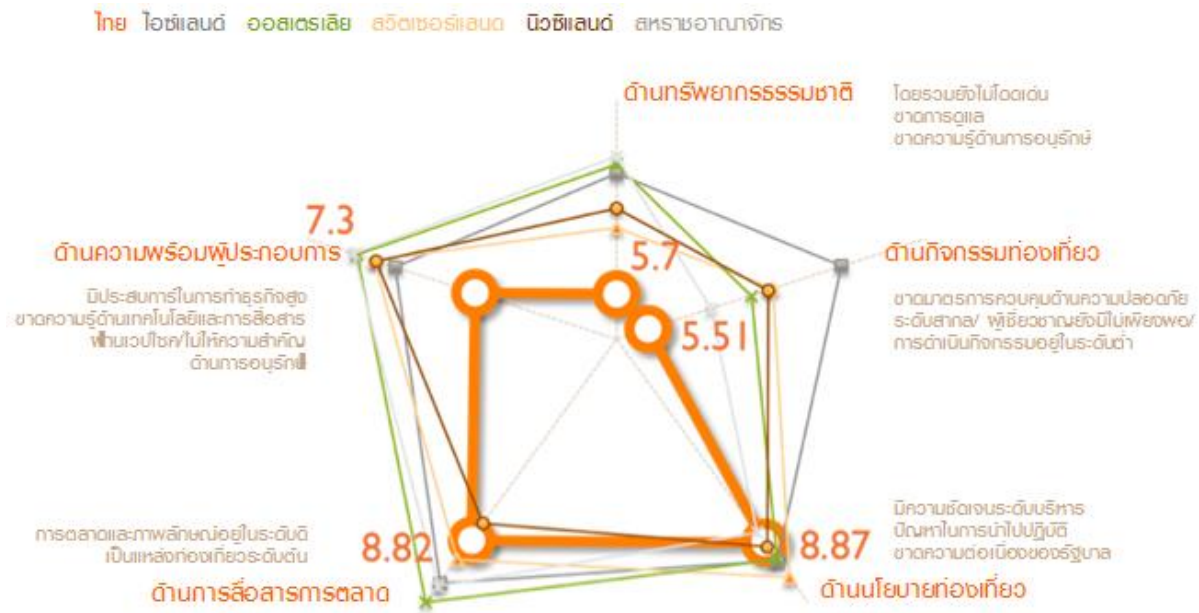
อุปสรรค

1. แรงงานด้านการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น ยังต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศอีกมาก โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ
2. ตัวกลางทางการตลาดรูปแบบใหม่ ทำให้อำนาจในการต่อรองของผู้ประกอบการลดลง ทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น มีการเปรียบเทียบราคาได้ชัดเจน เช่น Agoda.com, asiarooms.com, sawasdee.com, zuji.com, expedia.com
3. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่แน่นอน โดยเฉพาะเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังไม่ฟื้นตัว เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง
4. ปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและเป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นเป็นช่วงๆ อย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา
5. ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รวมถึงภัยจากโรคระบาด ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
6. ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยลดลง เนื่องจากการแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติมีการแข่งขันกันสูง ในการเป็นศูนย์กลางการบินในเครือข่ายระหว่างยุโรป และเอเชียแปซิฟิก และความพร้อมของท่าอากาศยาน เส้นทางบินที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง
7. การแข่งขันระหว่างบุคลากรในอาเซียน การรับรองมาตรฐานอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยวในกรอบความร่วมมือของอาเซียน การเปิดเสรีตลาดแรงงาน อาจจะมีการแข่งขันใหม่ในระดับบุคลากร ซึ่งไทยอาจไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุด เนื่องมาจากทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรไทยค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียน

คู่แข่งของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

ประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย (Non-Asia)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure สูงสุด 5 อันดับแรก พบว่า ประเทศไทยในภาพรวมยังขาดความพร้อมในหลายด้าน ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับต้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา แต่มุมมองหลัก ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น แต่หากพิจารณาเชิงลึก สำหรับการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure พบว่า ประเทศไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากนัก เนื่องจากความไม่พร้อมในหลายด้าน ทั้งนี้ ทรัพยากรธรรมชาติของไทยยังไม่โดดเด่นเท่าใดนัก โดยทรัพยากรที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล คือ ทรัพยากรทางทะเล เป็นหลัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ประเทศไทยยังต้องพัฒนาในหลายด้านโดยเฉพาะมาตรฐานของกิจกรรม การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความพร้อมของผู้ประกอบการ

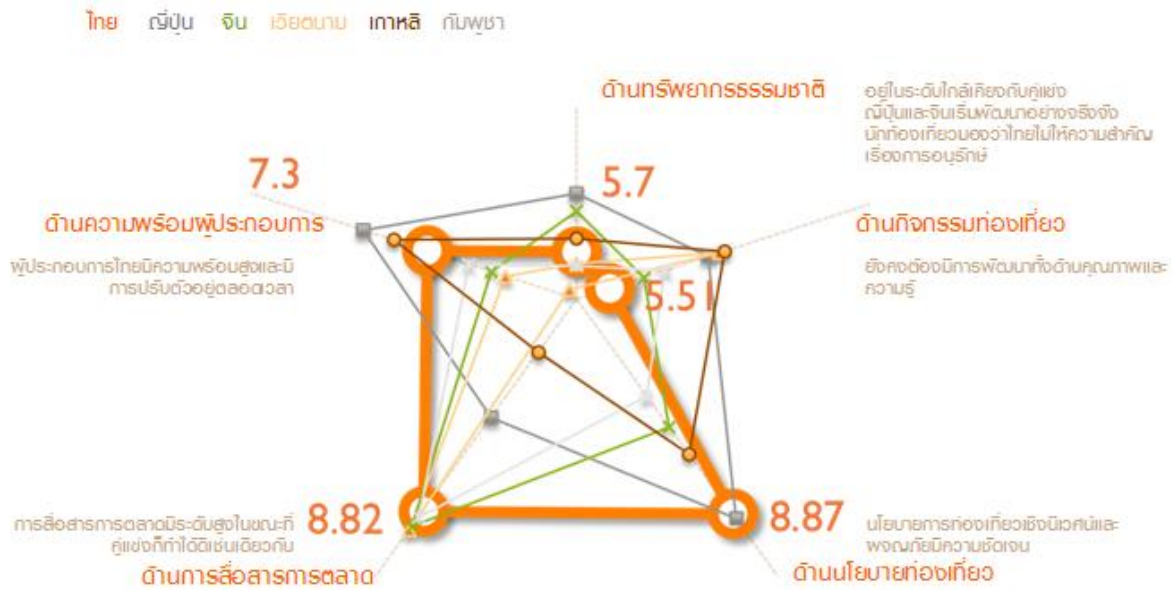


ภาพที่ 1 ระดับความพร้อมของประเทศนอกภูมิภาคอาเซียน

ระดับความพร้อมในปัจจุบัน	เปรียบเทียบกับคู่แข่งนอกภูมิภาคเอเชีย
ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย)	<ul style="list-style-type: none"> • ทรัพยากรธรรมชาติของไทยโดยรวมยังไม่โดดเด่นเท่าใด • ขาดการดูแลรักษาอย่างเป็นรูปธรรมเทียบกับประเทศอื่น • ประเทศไทยขาดความรู้ด้านการอนุรักษ์ และมีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ • ต่างประเทศมีการเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้ประกอบการมาบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (ความท้าทาย ความรู้ ความปลอดภัย)	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมขาดมาตรการควบคุมด้านความปลอดภัยระดับสากล เมื่อเทียบกับประเทศอื่น • ความรู้ด้านการดำเนินกิจกรรมอยู่ในระดับต่ำ • ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะของไทยยังมีไม่เพียงพอ ขณะที่ในต่างประเทศมีการฝึกอบรมอย่างเป็นรูปธรรม
ปัจจัยด้านนโยบายท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> • นโยบายมีความชัดเจนในระดับบริหาร • มีปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติ • ที่ผ่านมามีขาดความต่อเนื่องของรัฐบาล ทำให้หลายโครงการขาดช่วง
ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดลักษณะ (ประสิทธิภาพการสื่อสาร)	<ul style="list-style-type: none"> • การตลาดและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ระดับดี • นักท่องเที่ยวมองประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับต้นๆ
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการไทยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจสูง • ผู้ประกอบการไทยยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี และการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ • ผู้ประกอบการไทยยังขาดความรู้และไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์

ประเทศในภูมิภาคเอเชีย (Asia)

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียพบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ประเทศไทยยังไม่มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาทรัพยากรของประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง และยังไม่สามารถสร้างจุดแข็งที่ชัดเจนได้ รวมถึงในปัจจุบัน ชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์ ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนมีการกำหนดมาตรการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ทั้งนี้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง และเนื่องจากขาดการควบคุมมาตรฐาน รวมถึงผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกองค์ความรู้ จึงควรมีการปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในภูมิภาคด้านการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างทำได้ดี ผู้ประกอบการค่อนข้างมีความพร้อม และมีศักยภาพในการปรับตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน

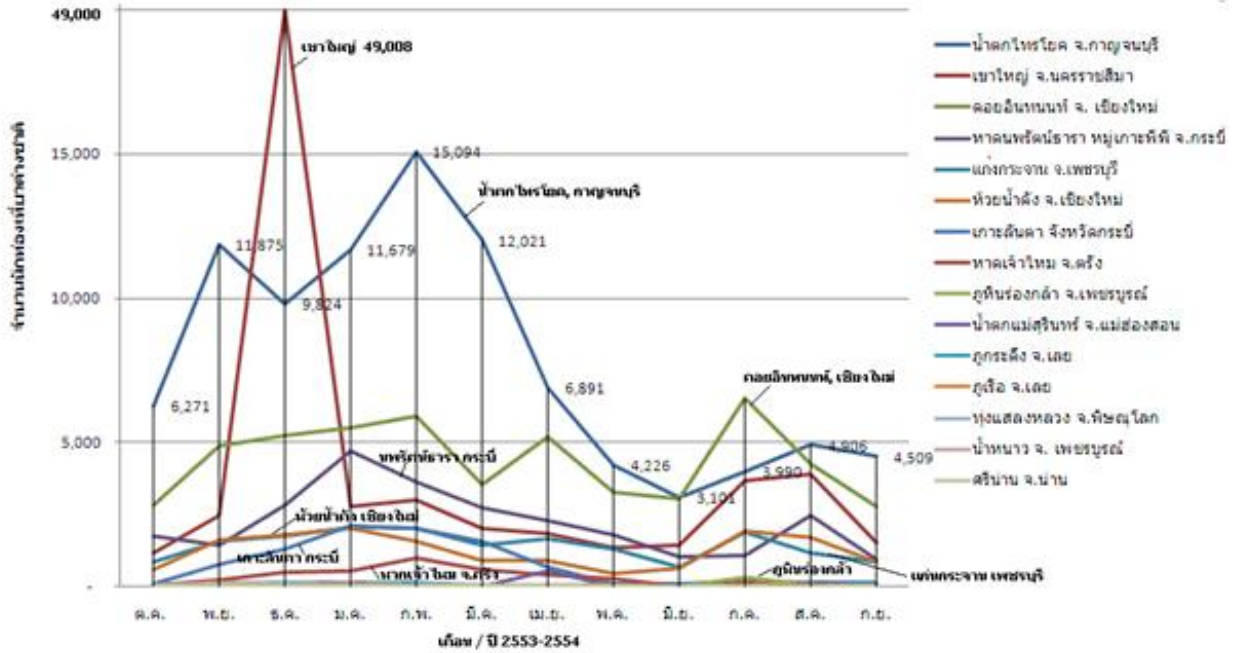


ภาพที่ 2 ระดับความพร้อมของประเทศในภูมิภาคเอเชีย

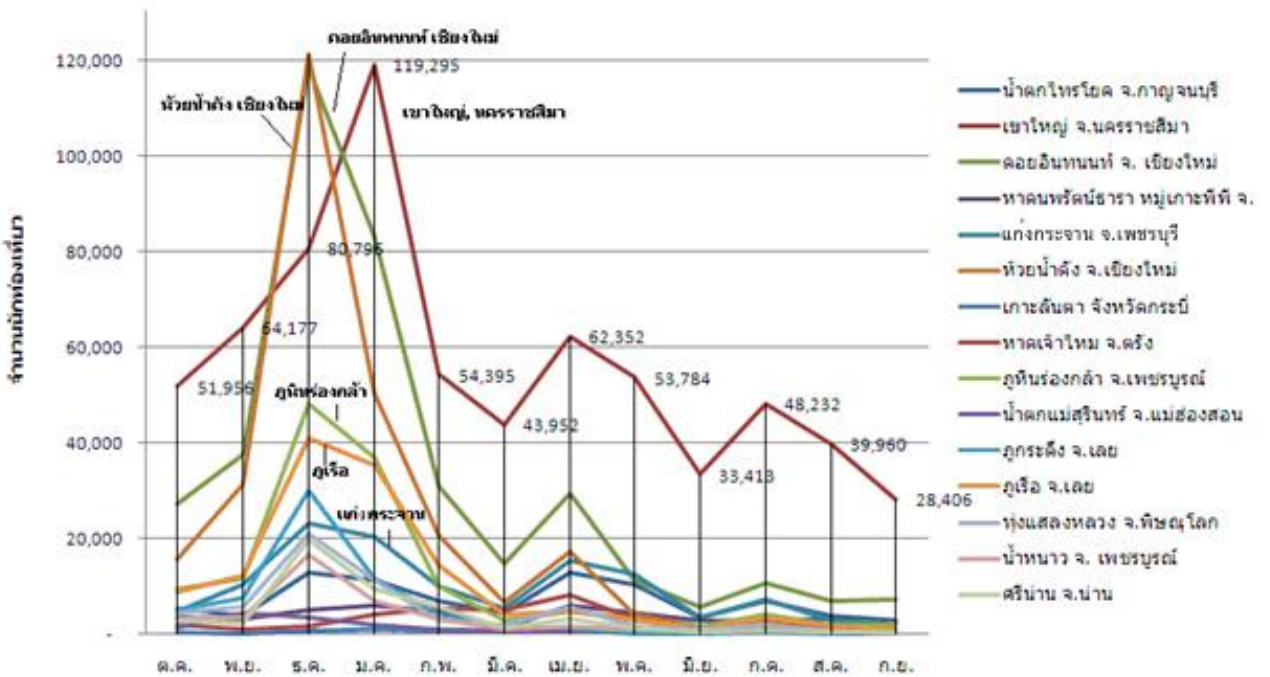
ระดับความพร้อมในปัจจุบัน	เปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย
ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย)	<ul style="list-style-type: none"> ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่ง ญี่ปุ่นและจีน เริ่มมีการพัฒนาด้านการอนุรักษ์อย่างจริงจัง และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวมองว่าประเทศไทยไม่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์
ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(ความท้าทาย ความรู้ ความปลอดภัย)	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังต้องมีการพัฒนา ทั้งด้านคุณภาพ และด้านความรู้
ปัจจัยด้านนโยบายท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีความชัดเจนเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยว (ประสิทธิภาพการสื่อสาร)	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารการตลาดมีระดับสูง ในขณะที่คู่แข่งก็ทำได้ดีเช่นเดียวกัน
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมสูง และมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการในญี่ปุ่นมีความรู้เฉพาะทางด้านนิเวศ เช่น การศึกษาแมลง พันธุ์พืช เป็นต้น

สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจากมุมมองผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง

ผลวิเคราะห์พบว่า สถานการณ์โดยรวมด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังมีจำนวนน้อย และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ยังคงให้ความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการหลายด้าน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่อนุรักษ์หลายพื้นที่ ยังมีจำนวนน้อยมาก และถูกจำกัดในระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น อาทิ เขาใหญ่จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ในเดือนธันวาคม แต่จะพบว่า ช่วงสูงสุดของการท่องเที่ยวเขาใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นสั้นมาก ทำให้ผู้ประกอบการหันมามุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีการใช้จ่ายน้อยกว่าชาวต่างชาติมาก อย่างไรก็ตาม มีบางพื้นที่ที่มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างปีค่อนข้างดี อาทิ น้ำตกไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งปีประมาณ 94,388 คน และมีการกระจายตัวของปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างดี และยังคงมีความสม่ำเสมอในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ในขณะที่ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้จังหวัดที่มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปีจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า ภูกระดึง จังหวัดเลย หรือน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน ดังนั้น ควรมีความส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในช่วงเดือนต่างๆ



ภาพที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย



ภาพที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

เมื่อวิเคราะห์ความพร้อมของจังหวัดต่างๆ ในการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเป็นเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ยังไม่มีจังหวัดใดที่มีความพร้อมในระดับสูง ทั้งนี้พื้นที่ที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับปานกลางได้แก่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี เลย และกระบี่ ส่วนจังหวัดที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับน้อย ได้แก่ จังหวัดน่าน แม่ฮ่องสอน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ เพชรบุรี หนองคาย และตรัง อย่างไรก็ตาม หลาย

จังหวัดที่มีความพร้อมในปัจจุบันไม่สูงนัก แต่มีโอกาสในการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัยหลายพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และกิจกรรมที่มีความพร้อมอยู่แล้ว เหลือเพียงการพัฒนาด้านการบริหารจัดการเช่น เชียงใหม่ กาญจนบุรี เขาใหญ่ กระบี่ และตรัง เป็นต้น ทั้งนี้ การพัฒนาจังหวัดเหล่านี้ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ต้องมีการวางแผนการพัฒนาร่วมกัน เพื่อให้เกิดการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ เพราะหากวางแผน และ ดำเนินการแยกส่วน ก็จะขาดความต่อเนื่อง และสร้างความสับสนต่อนักท่องเที่ยว

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
เชียงใหม่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> การผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลายหลายแห่ง และความเชื่อมโยงกิจกรรมที่สอดคล้อง ภาพวาดจากฝีมือช่างที่ได้รับการบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ (GULNNES WORLD RECORDS) ได้รับการบันทึกสถิติ ภาพวาดจากฝีมือช่างที่มีราคาแพงที่สุดในโลก 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจในการผจญภัย
น่าน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ห่างไกล ดังนั้นควรเจาะกิจกรรมและ พัฒนากิจกรรมเสริมในพื้นที่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ท้าทายความสามารถตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด
แม่ฮ่องสอน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรม Hard Adventure ที่มีชื่อเสียง สามารถพัฒนาให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติได้ เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า (ลีซอ ลัวะ กะเหรี่ยง มูเซอ ไทยใหญ่ม้ง และจีนฮ่อ) 	<ul style="list-style-type: none"> ท้าทายความสามารถตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด Soft Adventure กับ วิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า
พิษณุโลก	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เชื่อมโยงทางด้านเหนือ คือ คนหมิงของจีน, ทางทิศตะวันตก คือ เมืองเมาะละแมงของพม่าทิศตะวันออกผ่านจังหวัดมุกดาหาร สหวั่นนะเขต สปป.ลาว และด่านงของประเทศเวียดนาม ล่องแก่งเรือยางลำน้ำเข็ก 	<ul style="list-style-type: none"> ผจญภัยสี่แยกอินโดจีน ท้าทายล่องแพพิชิตลำน้ำเข็ก
เพชรบูรณ์	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมจุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์มาก และมีทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภูทับเบิก และธรรมชาติแบบทะเลภูเขา มีอากาศบริสุทธิ์สภาพภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้ชีวิตกลมกลืนกับธรรมชาติกับอากาศบริสุทธิ์ และ เย็นสบาย
กาญจนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เชื่อมโยงการท่องเที่ยวผจญภัยกับประวัติศาสตร์ในพื้นที่เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจผจญภัยเชิงประวัติศาสตร์
เพชรบุรี	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และมีความน่าสนใจของธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติรวมถึงองค์ความรู้ด้านนิเวศ

โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
นครราชสีมา	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เขาใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมรดกโลก แหล่งที่มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติและสัตว์ป่าเชิงลึก โอโซนยืดอายุ กระทิงเขาแผงม้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ใกล้สูญพันธุ์)
สระบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> สระบุรี (มวกเหล็ก) มีโอโซนมากเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น พายเรือ แคมป์ปิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทาย ความสนุกของกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ไกลกรุงเทพฯ รอยเท้าบนเขาใหญ่ (จะไม่ทิ้งอะไรไว้ในนอกจากรอยเท้า)
นครนายก	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่จัดว่าเป็นอุทยานป่าดงดิบภูเขาที่มีน้ำตกที่โดดเด่นที่สุดของโลก มีกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่หลากหลาย เช่น การปีนเขาและไต่ตัวจากหน้าผา ซี่งักรยานท่องเที่ยว การล่องแก่งแม่น้ำนครนายก 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทาย ทำกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำตก ต้องการความปลอดภัยสูง
ปราจีนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ชาวต่างชาติจะนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก กิจกรรมล่องแก่ง 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติ ส่งเสริมองค์ความรู้
เลย	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> สภาพธรรมชาติสมบูรณ์ประกอบด้วยระบบนิเวศและภูมิประเทศหลากหลายทั้งทุ่งหญ้า ป่าสนเขา ป่าดิบ น้ำตกและหน้าผาชมทิวทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> พิชิตความท้าทายเช่น ภูเรือ ภูกระดึง เมืองแห่งขุนเขา ผจญภัยเขาวงกต (สวนหินผางาม อ.หนองหิน)
หนองคาย	น้อย	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> เด่นด้านวัฒนธรรมประเพณี ส่วนด้านนิเวศและผจญภัยยังมีจุดเด่นไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> ประตูสู่ประเทศลาวและเวียดนาม
กระบี่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ป่าโกงกาง 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ทำทายเป็นศักยภาพ
ตรัง	น้อย	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของธรรมชาติเพราะยังไม่ได้รับการรบกวนจากนักท่องเที่ยวมากนัก 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล การเรียนรู้เชิงลึก

แนวทางการพัฒนาแบบบูรณาการ

	Tier 1: Logistic & Management Lead	Tier 2: Activity Lead		
1	เชียงใหม่	น่าน	แม่ฮ่องสอน	เลย
2	นครราชสีมา	สระบุรี	นครนายก	ปราจีนบุรี
3	กระบี่	ตรัง		
4	กาญจนบุรี	เพชรบุรี		

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต้องอาศัยต้นทุนในการพัฒนาในระดับสูง อาทิ เส้นทางคมนาคม การสื่อสาร โรงพยาบาล และระบบขนส่ง ดังนั้น กลุ่มจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นที่ที่อยู่ในระดับสูง ควรเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการพัฒนาระบบการเดินทาง เพื่อเชื่อมโยงกับเมืองรอง และกระจายนักท่องเที่ยวไปยังเมืองรองในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งนี้ควรมีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด โดยเริ่มจากจังหวัดหลักในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา กระบี่ และกาญจนบุรี โดยทั้ง 4 จังหวัด ควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างบูรณาการ ในขณะที่จังหวัดที่เป็นกลุ่มที่สองคือจังหวัดที่เป็นเมืองรอง ซึ่งควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนากิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์มากเพียงพอ ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ควรมีการเชื่อมโยงกับจังหวัดหลัก ในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว และกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ทั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันความโดดเด่นของกิจกรรมยังไม่ชัดเจน และขาดแรงจูงใจเพียงพอในการใช้เวลาการเดินทางเป็นเวลานาน

กลยุทธ์และข้อเสนอแนะ

ด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว: Supply side:

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์ 1: อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงค่าธรรมเนียมการเข้าใช้พื้นที่เพื่อการนำมาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและว่าจ้างเจ้าหน้าที่อนุรักษ์ การประเมินศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่และนำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง กิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น มีกฎระเบียบในการใช้พื้นที่อนุรักษ์และต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และ เพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน 	<ul style="list-style-type: none"> อุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ผู้ประกอบการ องค์กรส่วนท้องถิ่น กรมป่าไม้ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตร กรมชลประทาน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการพัฒนาการเดินทางแบบองค์รวม	
<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาระบบ Logistic เป็นการนำระบบ GPS มาช่วยในการเลือกเส้นทาง วางแผนเส้นทาง การมี Hotline ให้คำปรึกษาในการเดินทาง และมีระบบมาตรฐานในการเดินทาง การเชื่อมโยงการสายการบิน ต่างประเทศ ในการกำหนดเส้นทาง และการสื่อสารความร่วมมือ ทั้งการเดินทางทางอากาศและทางเรือ มีการทำแผนที่การท่องเที่ยวมาตรฐานให้กับผู้ประกอบการทั้งหมดเพื่อแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบเดียวกัน การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมๆ ลดมลพิษทางอากาศและทางเสียง 	<ul style="list-style-type: none"> กระทรวงคมนาคม หน่วยงานควบคุมการบินพาณิชย์ กรมการบินพลเรือน ผู้ประกอบการขนส่ง กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กลยุทธ์ 3: การบริหารจัดการที่พักเชิงอนุรักษ์	
<ul style="list-style-type: none"> การจัดที่พักให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และ ภูมิทัศน์ โดยกำหนดจำนวนห้องพัก และ จำนวนนักท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม มีการควบคุมระบบระบายน้ำ การจัดการของเสีย เชื้อเพลิง และ ขยะที่เหมาะสม ที่พัก ยังไม่แสดงให้เห็นถึงความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้กระดาษ Recycle, การมีระบบพลังงานแสงอาทิตย์, การอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น ประชาสัมพันธ์ที่พักเชิงอนุรักษ์ และ การจัดการมาตรฐาน (Certify) เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ที่พักใดเป็นที่พักเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ เช่น โครงการบัตรใบไม้เขียว (The Green Leaf Certificate) ส่งเสริมการมีบทบาทและส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และที่พักประเภทต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม สมาคมผู้ประกอบการ สมาคมและมูลนิธิที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิใบไม้สีเขียว กระทรวงสาธารณสุข

กลยุทธ์ 4: สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย

- สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีระบบเตือนภัย เพื่อป้องกันภัยธรรมชาติ
- การท่องเที่ยวแบบ Hard Adventure เป็นกิจกรรมที่มาพร้อมความเสี่ยง ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัย และ การรักษาพยาบาลเบื้องต้นจึงมีความสำคัญ เพื่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยว หรือ แม้กระทั่ง Soft Adventure เช่น การเดินป่า ต้องมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น
- กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
- ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

กลยุทธ์ 5: ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วม

- ควรประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกสารที่สร้างจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ และร่วมกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว
- ควรมีการจัดอบรมและกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้เห็นถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลเสีย/ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่น
- โครงการอบรม ให้ความรู้ และการมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการมากขึ้น
- ป้องกันการเกิดไฟฟ้าโดยชุมชน
- องค์การบริหารส่วนตำบล
- เครือข่ายชุมชน
- ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
- สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้

กลยุทธ์ 6: การลดขั้นตอนการขออนุญาตการใช้พื้นที่อนุรักษ์ และสร้างความชัดเจน

- จัดทำการศึกษา กระบวนการขอเข้าใช้พื้นที่ ของผู้ประกอบการและ ดำเนินการลดขั้นตอนในการขออนุญาตสำหรับผู้ประกอบการในการประสานงานขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่เพื่อจัดระบบให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบที่บริหารจัดการได้
- พัฒนานโยบายในการอนุญาตเข้าใช้พื้นที่ให้มีความชัดเจนและเป็นธรรม
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- กรมป่าไม้
- กรมทรัพยากรน้ำ
- กรมชลประทาน
- ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว Demand Side:

Strategy	
กลยุทธ์ 1: การประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มประเภทกิจกรรม และสื่อแบบเฉพาะเจาะจง	
<ul style="list-style-type: none"> • ประชาสัมพันธ์เส้นทางโอโซน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและสัตว์ป่า • ประชาสัมพันธ์สะสมไมล์ (ความสูง) สำหรับกิจกรรมปีนเขาหรือโรยตัว • ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ น้ำตก ทะเล • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เน้นเรื่องความรู้เฉพาะ เช่น ติดตามชีวิตสัตว์ป่า • ทำการตลาดโดยเจาะกลุ่มไปที่สมาคม ชมรมท่องเที่ยวผจญภัยทั่วโลก • มีการสร้างองค์ความรู้ผ่านชุมชนออนไลน์ เพื่อสร้างชุมชนที่มีความผูกพันและการมีส่วนร่วม • โฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและต่างประเทศ • การสร้างเรื่องราวแรงบันดาลใจให้กับการท่องเที่ยว: ศึกษาเรื่องราวท่องเที่ยวในพื้นที่ แล้วนำเรื่องราวมาย่อยออก สร้างเป็นแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยว เลือกลงมาเที่ยวอย่างมีความหมายมากยิ่งขึ้นร้อยเรียงเรื่องราว เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงมีการบันทึกสถิติให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสะสมและวัดสมรรถภาพทางร่างกาย 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • สมาคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ • ผู้ประกอบการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและนอกประเทศ	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างเครือข่ายนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย • สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล • การสร้างเครือข่ายกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สัตว์ป่า อดโลกร้อน ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น • การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร่วมงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • Friends of the Earth (International) • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สถานทูตไทยในต่างประเทศ • สมาคมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ
กลยุทธ์ 3: สร้างผู้ประกอบการต้นแบบ ตามประเภทกิจกรรมผจญภัย	
<ul style="list-style-type: none"> • จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในระยะสั้น และระยะยาว • มีการออกเอกสารรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว • สร้างผู้ประกอบการต้นแบบตามประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยและเปิดให้ดูงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ 4: การให้ความสำคัญด้านมาตรฐานของอุปกรณ์ กิจกรรม และระเบียบข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว	
<ul style="list-style-type: none"> • มีการกำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์และมือถือนักท่องเที่ยวในการตรวจสอบ • ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน • มีการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของอุปกรณ์ในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ • เครื่องมือผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม • กระทรวงอุตสาหกรรม • มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

Strategy	
กลยุทธ์ที่ 5: การพัฒนากิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้มีความตื่นต้น ได้รับความรู้ และมีเอกลักษณ์	
<ul style="list-style-type: none"> • มีการเชื่อมโยงกิจกรรมนิเวศและผจญภัยที่หลากหลายและต่อเนื่อง โดยมีความเหมาะสมกับทรัพยากรธรรมชาติ • มีการจัดแบ่งกิจกรรมตามความยากง่าย และ คำแนะนำสำหรับกลุ่มที่เหมาะสมในการเล่นกิจกรรมนั้นๆ แต่หลายแห่งขาดมาตรฐาน • กิจกรรมแต่ละประเภท ไปทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยว • กิจกรรมมีความสนุก ตื่นเต้น และมีความปลอดภัย • มีการคิดค้นกิจกรรมใหม่อยู่เสมอ และกิจกรรมเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ภาคมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สมาคม และชมรม ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ • หน่วยงานราชการระดับท้องถิ่น • ชุมชนท้องถิ่น
กลยุทธ์ที่ 6: กลยุทธ์ด้านสร้างสื่อรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่	
<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารในรูปแบบของ Magazine หรือ นิตยสารการท่องเที่ยวเชิงความรู้ จะเป็นการสร้างชุมชน เช่น พิพิธภัณฑ์แมลง มีการเขียนความรู้ด้านแมลงให้กับผู้สนใจในต่างประเทศ ทำให้มีการเดินทางมาเพื่อชมแมลงที่มีความเฉพาะ • การทำรายการทีวี เพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวในประเทศให้มีความรู้มากยิ่งขึ้น • การทำรายการที่ไวออนไลน์ลงใน Youtube หรือ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันมีการทำรูปแบบดังกล่าว แต่ไม่มีมาตรฐาน ส่วนมากผู้ประกอบการทำเองแบบไม่ใช่มืออาชีพ • การใช้เทคโนโลยีในการทำตลาด เช่น Mobile Application สำหรับนักท่องเที่ยว, Online booking & e-Payment, เทคโนโลยีบริการ: Call Center สำหรับนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี • กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร • สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ
กลยุทธ์ที่ 7: การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM)	
<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำระบบความสัมพันธ์ลูกค้า และมีการบันทึกข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ • มีการจัดทำ ecotourism card สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นส่วนลดกิจกรรม Eco & Adventure tourism • ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการ • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ที่ 8: พัฒนาความรู้เชิงวิชาการ และความร่วมมือกับภาคการศึกษาและการวิจัย	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษาในพื้นที่ และถ่ายทอดไปยังผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น • พัฒนางานวิจัย เพื่อให้มีความรู้เฉพาะ และสร้างความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • มหาวิทยาลัยในพื้นที่ และหน่วยงานภาคการศึกษา • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์โครงการ

1.1 ที่มาและวัตถุประสงค์การวิจัย

การเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลก สร้างงานสร้างรายได้ และสร้างโอกาสให้กับหลายประเทศ แต่การเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้สร้างปัญหาให้กับประเทศที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน และขาดการบริหารจัดการที่ดีพอทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสียหายไปมาก ทั้งนี้หลายประเทศทั่วโลก ได้เริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์มากขึ้น เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้เริ่มเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) มาเป็นการท่องเที่ยวที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากยิ่งขึ้น ดังนั้น เมื่อต้องรักษาความสมดุลระหว่างรายได้ที่เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยว กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้ถูกทำลาย การบริหารจัดการแบบบูรณาการ การพัฒนารูปแบบของกิจกรรม และการสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงทั่วโลก คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก และสอดแทรกด้วยกิจกรรมผจญภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีทรัพยากรเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นการบริหารจัดการที่ต้องการความยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่เป็นระบบเช่นเดียวกับการบริหารงานอื่นๆ ไม่ว่าจะโดยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรราชการส่วนกลาง ร่วมกันกับองค์กรเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้องร่วมกัน มีการบูรณาการความเห็นร่วมกัน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นแนวคิดที่มีสาเหตุมาจากการบรรจบกันของแนวโน้มด้านการอนุรักษ์ และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการใช้อยู่ของพื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงาน และสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้แก่อำนาจในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญ และช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เล็งเห็นความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำตลาด รวมทั้งสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ททท. จึงกำหนดให้มีการจัดทำโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure เพื่อนำผลการศึกษามาสนับสนุนการวางแผนการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อไป

บริษัท อินโนเวทีฟเนตเวิร์ค จำกัด ได้รับมอบหมายจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ดำเนินการศึกษารายละเอียดโครงการดังกล่าว เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ ตามวัตถุประสงค์โครงการวิจัย ดังนี้

1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ได้แก่ สภาพการตลาด สภาพปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ ที่มีผลต่อการส่งเสริมตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว Eco & Adventure ของประเทศไทยในปัจจุบัน และโอกาสการขยายตัวของตลาด โดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยว Eco & Adventure โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย ลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต

3) เพื่อให้ได้แนวทางส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ในพื้นที่ศักยภาพของประเทศไทย

1.2 นิยามศัพท์(สำหรับการศึกษาการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งเดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทาย อันเกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้และการอนุรักษ์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หมายถึง กลุ่มบุคคล กลุ่มองค์กร หรือสถาบันที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นผู้ที่อาจได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการพัฒนาเหล่านั้นโดยตรง หรืออาจเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบทางลบจากกิจกรรมต่างๆ ทำให้ต้องแสดงออกถึงความห่วงใยต่อปัญหาที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งอาจมีแนวโน้มของการแสดงปฏิกิริยาทั้งในเชิงสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาหรือคัดค้านการพัฒนา

- **กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง (Primary Stakeholders)** หมายถึง ผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์หรือผลพวงของการพัฒนาที่อาจมีผลกระทบในเชิงบวกหรือลบต่อพวกเขาโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การกำหนดเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติออกจากที่ดินทำกินของราษฎร อาจทำให้ราษฎรที่มีพื้นที่ติดกับเขตอุทยานฯ ได้รับผลกระทบโดยตรง
- **กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอ้อม (Secondary Stakeholders)** หมายถึง ผู้ที่อาจได้รับผลพวงจากผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง เช่น บรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อของป่าจากราษฎรที่เข้าไปเก็บหาของป่าในเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งหากมีการควบคุมมิให้ราษฎรเข้าไปเก็บหาของป่า ย่อมทำให้ราษฎรเหล่านั้นขาดรายได้ ยิ่งผลให้พ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อสินค้าไม่สามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้ตามปกติ

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง การดำเนินงานใดๆ ก็ตามที่เป็นการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้บรรลุถึงผลผลิตที่ได้จากพื้นที่ลุ่มน้ำ โดยเฉพาะการได้มาซึ่งปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรที่มีศักยภาพ ในกระบวนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติต้องดำเนินกิจกรรมสนับสนุน 3 ประการ คือ กิจกรรมการวางแผนใช้ที่ดินอย่างถูกต้องตามศักยภาพของพื้นที่ กิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืน และกิจกรรมการควบคุมการจัดการมลพิษสิ่งแวดล้อมมิให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรของพื้นที่ลุ่มน้ำ โดยที่การดำเนินการทั้งหลายทั้งปวงนี้ ต้องให้ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ มีความโปร่งใส เป็นธรรม เสมอภาคและเท่าเทียมกัน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเล ชายหาด ป่าชายเลน เป็นต้น

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยโดยใช้อย่างชาญฉลาดและให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Foreign Tourism) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมงและเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่งหรือไปอยู่ประจำ

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของตนโดยใช้เส้นทางที่มีได้ไปอยู่เป็นประจำวันหรือออกไปนอกเขตจังหวัดภูมิลำเนาของตน

หน่วยงานราชการ หมายถึง องค์กรหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาประเทศ และดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนภายใต้การกำหนดแนวทางการบริหารงานโดยรัฐบาล และมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือ คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

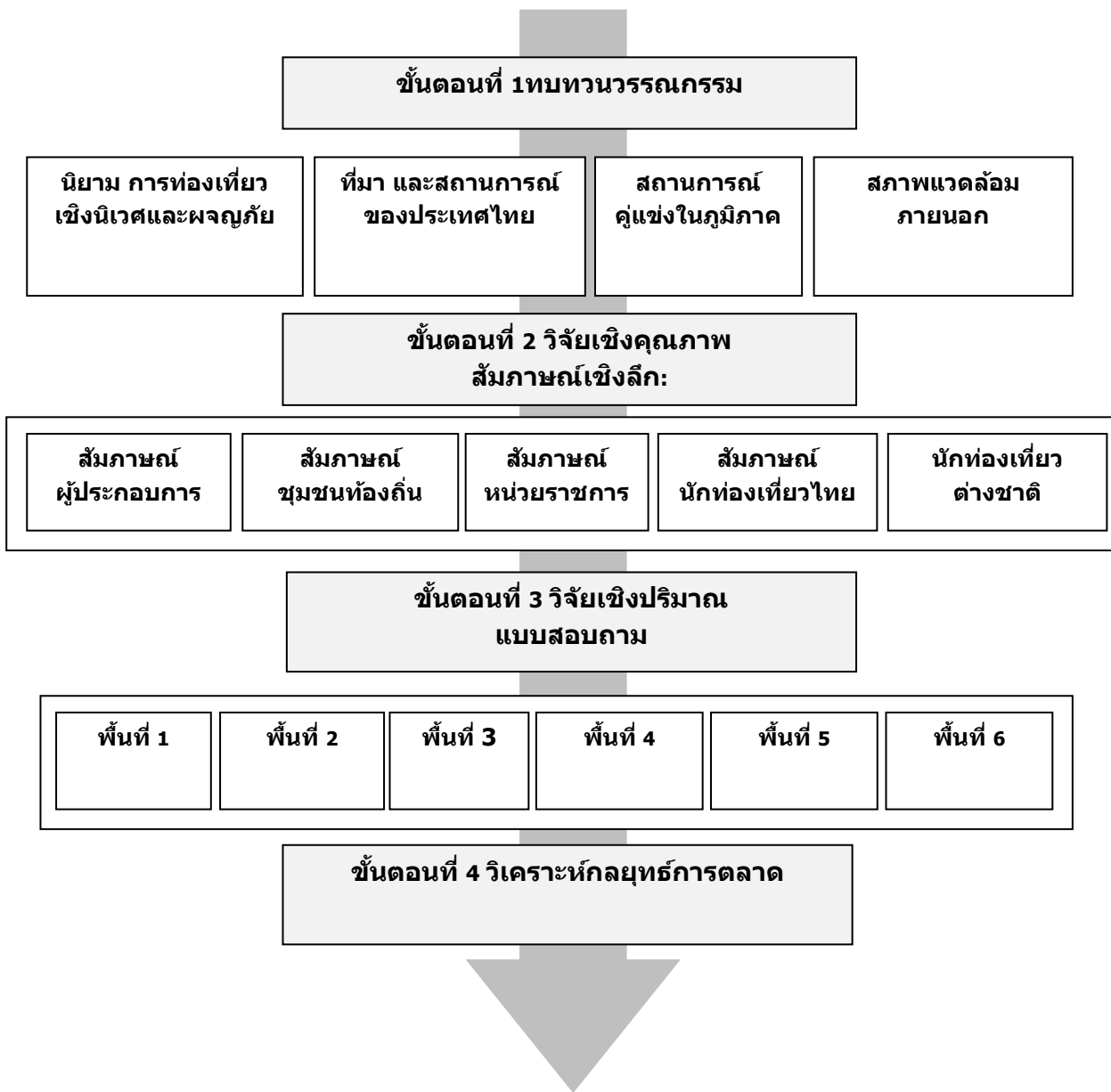
ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ทำธุรกิจนำเที่ยว ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว ผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยว และภาคเอกชนอาชีพผู้มีใบอนุญาตจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย รวมทั้งจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบ Eco & Adventure ในประเทศไทย โดยขอบเขตข้อมูลที่น่าสนใจ ประกอบด้วย

- การศึกษาจุดเริ่มต้น รูปแบบ และลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ในต่างประเทศ
- การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด : สภาพตลาดโดยรวมของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทยในปัจจุบัน รวมทั้งความต้องการ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure หรือความสนใจ และเกณฑ์การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure
- การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure: ความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ รูปแบบของบริการด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ที่มีการเสนอขาย ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับตลาดกลุ่ม Eco & Adventure
- การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขัน : คู่แข่งขัน ทรัพยากรที่เป็นข้อได้เปรียบของ คู่แข่งขัน จุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งขัน และการทำการตลาดของคู่แข่ง เพื่อหาแนวทางการป้องกันหรือการขยายส่วนครองตลาด
- การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมือง และทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นโอกาสและอุปสรรคต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- การวิเคราะห์แนวโน้มโอกาสการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงาน และกรอบแนวทางในการส่งเสริมตลาด
- การศึกษาความเป็นไปได้ในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย ใน 6 กลุ่มพื้นที่ ประกอบด้วย
 - ① เชียงใหม่ น่าน และแม่ฮ่องสอน
 - ② พิษณุโลก และเพชรบูรณ์
 - ③ กาญจนบุรี และเพชรบุรี
 - ④ กระบี่ และตรัง
 - ⑤ นครราชสีมา สระบุรี นครนายก และปราจีนบุรี
 - ⑥ เลย และหนองคาย

1.4 วิธีการศึกษาและการเก็บข้อมูล



ภาพที่ 1.1 กรอบวิธีการศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 : การวิจัยเอกสาร (Desk Research) / การทบทวนวรรณกรรม

- การศึกษาแนวคิด ทิศทางและแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยโดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การศึกษาค้นคว้าเอกสาร (Document Study) ด้วยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารวิชาการ วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ และสื่อออนไลน์ที่มีประเด็นสอดคล้องกับหัวข้อที่สนใจในการศึกษา
- การนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งภายใน (SWOT Analysis) ที่ส่งผลกระทบต่อเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย และเพื่อศึกษาสภาพตลาดในปัจจุบันเปรียบเทียบกับ 5 ประเทศระดับโลก และ 5 ประเภทในภูมิภาค รวมถึงเพื่อศึกษาความพร้อมด้านทรัพยากรของภูมิภาคต่างๆ 15 จังหวัด โดยแบ่งออกตามประเภทกิจกรรม (Internal Analysis) หลังจากทบทวนวรรณกรรม จะนำปัจจัยสำคัญที่ได้มากำหนดเป็นกรอบการวิจัย และศึกษาในเชิงลึก โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ขั้นตอนที่ 2: การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

- การศึกษาข้อมูลและสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Eco & Adventure) โดยศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ซึ่งจะวิเคราะห์จากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโอกาสการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรายจังหวัด (External Analysis) และเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ และพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยให้เหมาะสมตามพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านนี้รวมทั้งหมด 6 พื้นที่หลัก

กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก คือ

1. นักท่องเที่ยว โดยการแบ่งตามภูมิภาค/พื้นที่ซึ่งเคยทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ
 - นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 45 ท่าน
 - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20 ท่าน
2. ผู้ประกอบการ จำนวน 150 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
 - บริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
 - สถานประกอบการที่ให้บริกรกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
3. คนในชุมชนท้องถิ่น จำนวน 90 ท่าน
4. หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัดและท้องถิ่น จำนวน 30 ท่าน

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผจญภัย จำนวน 15 ท่าน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ 9 ท่าน ได้แก่
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 (ปราจีนบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 (สระบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 3 (เพชรบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 5 (นครศรีธรรมราช)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 7 (นครราชสีมา)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 8 (ขอนแก่น)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 10 (อุดรธานี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 11 (พิษณุโลก)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16 (เชียงใหม่)
- สัมภาษณ์หน่วยงานหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 6 ท่าน เช่น นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย นายกสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นต้น

การสัมภาษณ์ในกลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก โดยสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สระบุรี นครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี เลย หนองคาย กาญจนบุรี เพชรบุรี กระบี่ และตรัง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) จำนวนทั้งหมด 350 คน แบ่งจำนวนการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่ม ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงรายละเอียดการเลือกจำนวนตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
ผู้ประกอบการ	150
นักท่องเที่ยวชาวไทย	45
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	20
หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัด	30
คนในชุมชนท้องถิ่น	90
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	15
รวม	350

การสร้างและกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative)

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบการสัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนการวิจัยให้มีความแม่นยำมากขึ้น โดยสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยให้คำถามเป็นรูปแบบเปิดให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้ และสามารถก่อให้เกิดคำถามอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากบทสัมภาษณ์ที่เตรียมมาได้

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ค้นคว้าจากตำรา เอกสาร วารสาร บทความ และรายงานการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัยโดยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้
2. กำหนดโครงสร้างของเครื่องมือ และขอบเขตเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
3. สร้างเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์
4. นำแบบสัมภาษณ์เสนอให้ที่ปรึกษาตรวจสอบ เพื่อความถูกต้อง ความตรงต่อเนื้อหา และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ
5. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือตามคำแนะนำของที่ปรึกษา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structure In-depth Interview) ศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยด้านนโยบาย ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น ปัจจัยด้านทรัพยากร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบ่งออกตามกลุ่มตัวอย่างดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีประเด็นคำถามที่แตกต่างกันในรายละเอียด

วิธีเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จะทำการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ในลักษณะ Face to Face และการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ โดยผู้วิจัยที่จะเข้าไปสัมภาษณ์จะเป็นนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ต้องมีความเข้าใจในจุดประสงค์และคำถาม รวมถึงสามารถคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย และมีการอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของงานวิจัยนี้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเข้าใจตรงกันกับประเด็นที่จะสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Pre – testing of the Instrument)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและเรียบเรียงขึ้นมาจากการตรวจเอกสาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้จึงจำเป็นต้องมีการทดสอบเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) การทดสอบความตรงในเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์เสนอด้านวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความถูกต้องให้ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามที่เสนอแนะให้ถูกต้อง

2) การทดสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดสอบความตรงในเนื้อหาแล้ว นำไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลที่แท้จริง ในกลุ่มผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐส่วนจังหวัด คนในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทดสอบความเข้าใจของเนื้อหา แล้วนำข้อมูลที่มาแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจน และเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างแยกตามประเภทกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 350 คนโดยทำการส่งใบนัดผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนวันนัด 15 วันพร้อมใบกำหนดนัดสัมภาษณ์และระบุชื่อผู้ประสานงานและเบอร์โทรศัพท์ติดต่อเมื่อได้ทำการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นหมวดหมู่ลงรหัสตามตัวชี้วัดในการปฏิบัติการและวิเคราะห์ตามประเด็นกรอบแนวคิดของการวิจัยสรุปผลการสัมภาษณ์โดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 3: การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

- การศึกษาความคิดเห็น ความต้องการ และมุมมองของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย ลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต
- การศึกษาทัศนคติและมุมมองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยในปัจจุบัน รวมทั้งเพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นของแต่ละจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว และปรับปรุง เตรียมความพร้อมแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยให้ตอบรับกับมุมมองนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง

ในการสำรวจทัศนคติและมุมมองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของนักท่องเที่ยว จะใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัดประกอบด้วย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สระบุรี นครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี เลย หนองคาย กาญจนบุรี เพชรบุรี กระบี่ และตรัง โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากร จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเป้าหมายทั้ง 15 จังหวัด จำนวน 2,250 คน ดังตารางที่ 1.3 โดยคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 10% ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 15% ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

โดย	N	คือ	ขนาดของประชากร
	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	e	คือ	สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ตารางที่ 1.2 ประชากรนักท่องเที่ยวปี 2553

พื้นที่	จังหวัด	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
1	แม่ฮ่องสอน	160,332	77,720	238,052
	เชียงใหม่	2,598,041	1,583,837	4,181,878
	น่าน	339,683	11,804	339,782
	รวม	3,098,056	1,673,361	4,771,417
2	พิษณุโลก	1,299,839	157,758	1,299,939
	เพชรบูรณ์	551,449	3,022	551,546
	รวม	3,016,510	261,448	3,277,958
3	กาญจนบุรี	1,486,559	126,484	1,486,659
	เพชรบุรี(ชะอำ)	1,488,836	260,395	1,488,936
	รวม	6,682,062	731,148	7,413,210
4	กระบี่	790,120	1,106,206	790,220
	ตรัง	627,507	70,816	627,607
	รวม	1,014,135	407,177	1,421,312
5	นครราชสีมา	2,159,956	47,425	2,160,056
	สระบุรี	934,447	75,977	934,547
	นครนายก	702,812	9,808	702,911
	ปราจีนบุรี	452,607	43,931	452,707
	รวม	6,568,007	236,863	6,804,870
6	เลย	549,244	9,924	549,343
	หนองคาย	492,773	31,940	492,873
	รวม	1,577,598	358,467	1,577,598

ตารางที่ 1.3 แสดงรายละเอียดการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
พื้นที่ 1	200	100	300
กระบี่	100	50	150
ตรัง	100	50	150
พื้นที่ 2	300	150	450
เชียงใหม่	100	50	150
น่าน	100	50	150
แม่ฮ่องสอน	100	50	150
พื้นที่ 3	400	200	600
นครราชสีมา	100	50	150
สระบุรี	100	50	150
นครนายก	100	50	150
ปราจีนบุรี	100	50	150
พื้นที่ 4	200	100	300
เพชรบุรี	100	50	150
กาญจนบุรี	100	50	150
พื้นที่ 5	200	100	300
พิษณุโลก	100	50	150
เพชรบูรณ์	100	50	150
พื้นที่ 6	200	100	300
เลย	100	50	150
หนองคาย	100	50	150
รวม	1550	700	2250

การสร้างและกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาคั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบ และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตพื้นที่ 15 จังหวัด ซึ่งถือเป็นข้อมูลปฐมภูมิดังนั้นจึงได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมาหนึ่งชุดตามแนววัตถุประสงค์ในการศึกษาที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อวัดตัวแปรเนื้อหาของแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำนวน 8 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Nominal scale และ Ordinal scale

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำนวน 29 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Ordinal scale โดยใช้แบบประเมินค่า (Rating Scale) ทั้งหมด 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการแนะนำให้เพื่อนและคนรู้จักเดินทางไปที่เที่ยวจำนวน 1 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Ordinal scale

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Nominal scale และ Ordinal scale

ส่วนที่ 5 เป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยวิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) โดยใช้สูตรในสมการคือ

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

- โดยที่ α หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
- n หมายถึง จำนวนข้อคำถาม
- $\sum s_i^2$ หมายถึง ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ
- s^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

การคำนวณทุกข้อคำถามจะมีค่าความเชื่อมั่นใกล้เคียงกันและค่าความเชื่อมั่นที่ได้จะขึ้นอยู่กับค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและจำนวนคำถาม หากมีความสัมพันธ์กันสูงหรือผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pilot-Test) เพื่อแสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลที่แท้จริง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจของเนื้อหา ซึ่งหากค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่ามากกว่า .70 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามที่เป็นตัววัดตัวแปรแต่ละตัวตั้งตารางมีความเหมาะสมเชื่อถือได้ซึ่งสามารถนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ แต่หากพบว่าค่าความเชื่อมั่นน้อยกว่า .70 ต้องนำข้อมูลแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้เก็บแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน (I.O.C.) ได้ค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป ต่อจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจึงนำไปหาความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มต่างๆโดยทำการทดสอบจำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด มาทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Analysis Scale-Alpha) ของแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยที่ได้ในแบบสอบถามแต่ละข้อมากกว่า 0.80

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยให้ผู้ช่วยนักวิจัยซึ่งเป็นตัวแทนในเขตพื้นที่ต่างๆทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยแบ่งพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของ 6 พื้นที่หลัก โดยกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์จะมุ่งเน้นไปที่สถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นหลัก โดยใช้วิธีการสุ่มสถานประกอบการ จากรายชื่อสถานประกอบการในพื้นที่ โดยทำการเลือก 3 สถานที่เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่ม ทั้งนี้การเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2554 ถึง วันที่ 31 มกราคม 2555 โดยแบ่งทีมภาคสนามออกเป็น 3 ทีม และเก็บข้อมูลโดยการอ่านคำถามและบันทึกคำตอบให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยก่อนเริ่มการตอบแบบสอบถาม ผู้ช่วยวิจัย จะทำการอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยให้กับนักท่องเที่ยวทุกครั้ง ทั้งนี้ ผู้ช่วยนักวิจัยที่เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทย และภาษาอังกฤษเป็นหลัก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลว่ากลุ่มตัวอย่างมีการกรอกแบบสอบถามครบถ้วนหรือไม่ หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยให้ผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS for Window โดยจะมีการลงรหัส (coding) พร้อมคำอธิบายตัวแปรคำถามและคำตอบ (Variable Name) การเลือกใช้สถิติอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ตามข้อมูลที่ได้รับการกรอกแบบ ทั้งนี้สถิติที่ใช้ได้มีทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงวิเคราะห์ (Statistical Analysis) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ (Top/Bottom 2 box และ Top/Bottom 1 box) ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการแสดงผลด้วยตารางแจกแจงข้อมูล (Cross-tabulation Table) โดยรวมและจำแนกตาม Geographic และ Demographic เป็นต้น

สถิติเชิงวิเคราะห์ (Statistical Analysis) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อทราบตัวแปรที่มีผลต่อระดับคะแนน เช่น Chi-square Test, Proportion Test, t-Test, F-Test รวมถึงการหาค่าตอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร รวมทั้งการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ (Multivariate Analysis) เพื่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านลักษณะการเก็บข้อมูล : ครอบคลุมถึงการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะข้อมูล	ขั้นตอนวิจัย	ขอบเขตประเด็นที่ศึกษา
1. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง	ขั้นตอนที่ 1	<ul style="list-style-type: none"> - จุดเริ่มต้น รูปแบบ และลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ในระดับนานาชาติและของประเทศไทย - ข้อมูลสถานการณ์ด้านสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ในประเทศไทย ทั้งรูปแบบและความพร้อมทางทรัพยากรและการจัดการ - สถานการณ์ของประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งรวมถึงจุดแข็ง/ข้อได้เปรียบ จุดอ่อน และแนวทางการตลาดของคู่แข่ง - สถานการณ์ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมการเมือง และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง	ขั้นตอนที่ 2	<p>2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของการท่องเที่ยวต่อกรท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับในประเทศในภูมิภาคอื่นๆ - ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure - ปัจจัยที่ใช่ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure - ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่เคยทำกิจกรรม Eco & Adventure ในไทย - ความต้องการซื้อซ้ำ หรือกลับมาท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure ในประเทศไทยอีกในอนาคต - ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิง Eco & Adventure เปรียบเทียบกับต่างประเทศ <p>2.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure - ความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการฯ - ปัญหา/อุปสรรคของผู้ประกอบการฯ ในการนำเสนอ กิจกรรม Eco & Adventure แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ความพร้อมของผู้ประกอบการฯ ในการร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งสองลักษณะ

ลักษณะข้อมูล	ขั้นตอนวิจัย	ขอบเขตประเด็นที่ศึกษา
		<p>2.3 กลุ่มชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวศักยภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure - ปัญหา/อุปสรรคของชุมชนในการร่วมส่งเสริมกิจกรรม Eco & Adventure แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ - ความพร้อมของชุมชนในการร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งสองลักษณะ <p>2.4 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และ การท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มุมมองของผู้กำหนดนโยบายที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure - มุมมองของผู้กำหนดนโยบายที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure ของประเทศไทยในอนาคต - จุดอ่อนจุดแข็งทางด้านนโยบายของประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ Eco & Adventure เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ
<p>3. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถาม</p>	<p>ขั้นตอนที่ 3</p>	<p>- ความต้องการและมุมมองของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจากประสบการณ์ของผู้ตอบ โดยเฉพาะด้านการรับรู้ และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย</p>

2. ผลการวิจัยเอกสาร

2.1 จุดเริ่มต้น รูปแบบ และลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

2.1.1 ที่มาและความสำคัญของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

ในอดีตการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบ "มวลชน" (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว โดยการให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จึงก่อให้เกิดการไหลเข้าของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว หรือตัวแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับอยู่อย่างจำกัด จนทำให้เป็นที่กล่าวกันมากกว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว ก่อให้เกิดปัญหาทั้งในด้านการทำลายสภาวะแวดล้อม และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก จนทำให้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ตกอยู่ในสภาพผู้ป่วยที่ต้องใช้เวลาในการเยียวยา จึงนับว่าเป็นการเสียโอกาสในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะขาดการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดีของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศที่ผ่านมา เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ แต่คนในสังคมกลับไม่มีความสุขกับผลกระทบที่ตามมา เช่น แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม คนในชุมชนเปลี่ยนวิถีชีวิต เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจากเมืองใหญ่ และหวังให้นักท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการรักษาธรรมชาติอันสวยงามและวัฒนธรรมไทยดั้งเดิมไว้ ข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวไทย คือ การเพิ่มของรายได้ตั้งแต่ ปี 2524 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย แต่ค่าใช้จ่ายต่อวันที่คิดในราคาคงที่แทบจะมีได้เพิ่มขึ้นเลย

ท้ายที่สุด รูปแบบการท่องเที่ยวได้พัฒนามากขึ้นจนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด ที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวชัดเจนมากยิ่งขึ้นก็ได้เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถที่จะจัดรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและความสนใจในแต่ละบุคคล เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่น่าจับตามอง เพราะนอกจากความลึกซึ้งในแง่ของเนื้อหาที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวด้วย และสิ่งที่ได้รับเพิ่มขึ้น คือ การส่งเสริมการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ช่วยลดการทำลายแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชุมชนที่มีเหลืออยู่น้อยในปัจจุบันให้สามารถดำรงอยู่ได้ต่อไปจนตกทอดไปถึงชนรุ่นหลัง ด้วยเหตุนี้ การศึกษาด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure จึงมีความสำคัญและเป็นโอกาสที่สำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเข้าสู่รูปแบบของการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

ทั้งนี้ ในช่วงระหว่างปี 2548 – 2553 ประเทศไทยประสบกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบรุนแรงด้านการท่องเที่ยวหลายครั้ง ทั้งจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่

ระบาคของโรคต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ แต่กลับพบว่าในส่วนของตลาดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยกลับได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเฉพาะและมีกำลังซื้อสูง สิ่งสำคัญที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ คือ สินค้าทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีคุณภาพและได้มาตรฐานซึ่งการจะก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวให้ได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวขึ้นใหม่และมีการดึงทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมกันพัฒนาอย่างเป็นระบบและไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐาน คุณภาพของสินค้าและบริการ และการสร้างระบบการให้ข้อมูลและเครือข่ายในการส่งต่อนักท่องเที่ยวซึ่งหากมีการสนับสนุนที่ดี ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยมีศักยภาพเพียงพอในการลงทุน และบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ โดยมีต้องรอการลงทุนจากต่างประเทศ แล้วทำให้เงินตราไหลออกนอกประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถสนับสนุนผู้ประกอบการชาวไทยไปลงทุนด้านการท่องเที่ยวในต่างแดน เพื่อสร้างฐานการตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น คัดเลือกนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้าประเทศก็จะสามารถเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เกิดการหมุนเวียนในประเทศ

2.1.2 นิยามและคำจำกัดความ

จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco & Adventure tourism) ได้มีการกำหนดความหมายและคำจำกัดความที่หลากหลาย โดยเฉพาะนิยามของคำว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีการนำไปใช้ในหลายบริบท หรือ อาจกล่าวได้ว่า ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ครอบคลุมเนื้อหาของการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ว่าเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความสับสนได้ง่าย อาทิ ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน “แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง รวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเดิม หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้

แต่หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนยา และประเทศในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น ซึ่งจะไม่นับรวมโบราณสถาน และถิ่นที่อยู่ของชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความครอบคลุมในการนิยาม จึงได้รวบรวมคำนิยามตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1เปรียบเทียบค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวข้อง

ข้อ	นียมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ที่มา
1	การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย และการท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากร เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรีย์ภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย	การประชุม GLOBE 1990 CONFERENCE ณประเทศแคนาดา
2	เป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและโบราณคดี อาทิเช่น การดูนก และสัตว์ป่านานาชนิด ในพื้นที่อันมีทิวทัศน์ที่สวยงาม อย่างเช่น การชมแนวปะการัง ชมถ้ำ หรือซากฟอสซิลในพื้นที่ทางโบราณคดี และพื้นที่ในเขตอุทยานที่หายากใกล้สูญพันธุ์	HETZER1965
3	เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติโดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่าตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น	CEBALLOS- LASCURAIN, HECTOR. 1991
4	การท่องเที่ยวในพื้นที่ทางไกลหรือแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ชื่นชมสภาพแวดล้อมธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม โดยหลีกเลี่ยงการสร้าง ความเสียหาย และสร้างความเสื่อมโทรมของแหล่งธรรมชาติ	FIGGIS, P. 1993
5	การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อม ชื่นชมการอนุรักษ์ และรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น	Young 1992
6	การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น	WESTERN 1993
7	การท่องเที่ยวในการเรียนรู้ประสบการณ์จากธรรมชาติ เป็นการเดินทางที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ระบบนิเวศวิทยาที่สมบูรณ์ และในขณะเดียวกันนั้นต้องคำนึงประโยชน์ของชุมชนในพื้นที่ด้วย	WIGHT 1993
8	ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังคงรักษา และเสริมสร้างความสมบูรณ์ขององค์ประกอบทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม	SCACE1993
9	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังพื้นที่ธรรมชาติเพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติที่มีอยู่ ตลอดจนวัฒนธรรมในทางที่ไม่ใช่ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ แต่ยังคงช่วยในการอนุรักษ์ของสภาพแวดล้อมให้คงอยู่	BJOÈ RK1995
10	การท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ พร้อมกับอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปด้วย และช่วยสร้างสวัสดิการให้ชุมชนท้องถิ่น	COSTAS CHRIST 2002

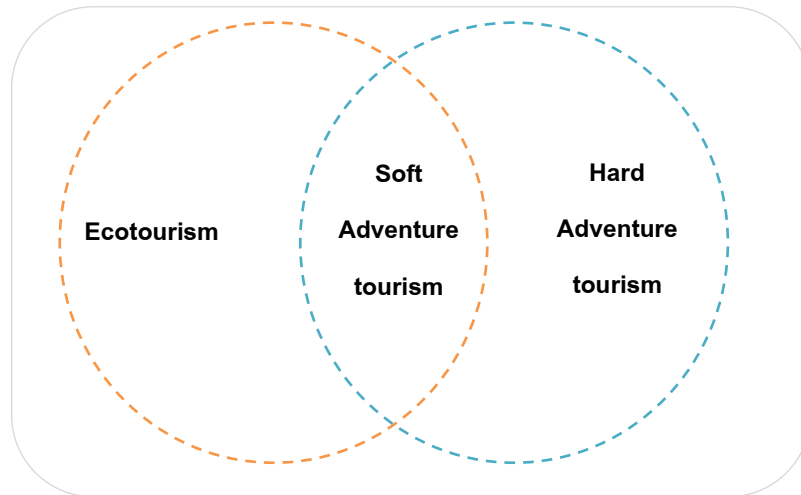
ข้อ	นิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ที่มา
11	รูปแบบของการท่องเที่ยวซึ่งผู้เข้าชมมาดูสภาพแวดล้อมและสิ่งมีชีวิต รวมถึงดำเนินการในการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อาศัยในท้องถิ่น และพร้อมด้วยความตั้งใจที่จะรักษาระบบนิเวศนั้นๆ	CAMBRIDGE DICTIONARY 2005
12	การท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ทางสิ่งแวดล้อม ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมทั้งท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540
13	การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพันธุ์ และสัตว์ป่าตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน	กรมป่าไม้ 2548
14	การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีมากขึ้น มุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้สาระความรู้มากกว่าความสนุกสนานอย่างเดียว และประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว	สมาคมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย 2554

จากการเปรียบเทียบคำนิยามต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศข้างต้น จะพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติอย่างรับผิดชอบ การท่องเที่ยวที่มีสาระความรู้ และ ความเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์คำนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จะพบว่า มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น โดยมีเรื่องของความเสี่ยง ความท้าทาย สมรรถนะทางร่างกายและจิตใจเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้การท่องเที่ยวผจญภัยได้ถูกกำหนดให้คำจำกัดความที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

ตารางที่ 2.2เปรียบเทียบค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อ	นิยามการท่องเที่ยวผจญภัย (ADVENTURE TOURISM)	ที่มา
1	การท่องเที่ยวผจญภัยในตลาดนั้นโดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวผจญภัยเข้มข้น (HARD ADVENTURE) และการท่องเที่ยวผจญภัยเบา (SOFT ADVENTURE) บางครั้งอาจเรียก การท่องเที่ยวแนวเอ็กซ์ตรีม ซึ่งมีความอันตรายของนักท่องเที่ยวอยู่ด้วย โดยเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีการออกแรงทางกายภาพที่มีความเสี่ยงต่อชีวิตและอวัยวะของร่างกาย เช่น แขนและขา ในการทำกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น การปีนเขา การเล่นสกี หรือการพายเรือคายัค	SIMON HUDSON(2002)
2	การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย คือ การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีกิจกรรมที่เสี่ยงอันตราย เกี่ยวข้องกับความน่าตื่นเต้นแต่ยังคงมีความปลอดภัย โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกและเลขานุการการท่องเที่ยวของฝรั่งเศส (2001) กล่าวว่าเป็นการท่องเที่ยวและกิจกรรมสันทนาการซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมกึ่งผจญภัย อาทิเช่น การล่องแก่ง การเล่นบอลลูน การเดินป่า การขับรถโฟว์วีล การขับเฮลิคอปเตอร์ การปีนเขา	A DICTIONARY OF TRAVEL AND TOURISM TERMINOLOGY (2005)
3	การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย คือ การท่องเที่ยวหรือเดินทางไปยังสถานที่ ซึ่งสามารถมีวันหยุดพักผ่อนไปกับการผจญภัย	DICTIONARY OF LEISURE, TRAVEL AND TOURISM (2006)
4	การท่องเที่ยวผจญภัยเป็นกิจกรรมพักผ่อนกลางแจ้ง ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นสถานที่ที่ไม่ธรรมดา ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือบริเวณรกร้างว่างเปล่า บางครั้งอาจเกี่ยวข้องกับบางรูปแบบที่ผิดแปลกไปจากเดิม	WHIRISKEY& MCCARTHY (2006)
5	การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนกับธรรมชาติ เน้นการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นหลัก และเป็นรูปแบบกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และท้าทาย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549)

จากการเปรียบเทียบนิยามข้างต้น พบว่า นิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบผจญภัย มีหลายส่วนที่คล้ายคลึงกัน ในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นยังคงมีกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่ยินดียอมรับความเสี่ยง เพื่อเข้าถึงการเรียนรู้ประสบการณ์ทางธรรมชาติที่น่าสนใจ อย่างเช่น การเข้าไปในสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในถิ่นทุรกันดาร หรือการดูนกที่อาจมีความเสี่ยงกับร่างกายจากการเข้าไปสำรวจพันธุ์นกที่หายากในถิ่นแถบภูเขาสูง เป็นต้น จึงเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงผจญภัยที่เกิดเป็นส่วนหนึ่งในการทับซ้อนกัน ภาพที่ 2.1 เหตุผลสำหรับการเกิดพื้นที่ในส่วนทับซ้อนกันนั้น มีความเป็นไปได้ว่ามีเพียงรูปแบบที่หนักกว่าและทุ่มเทมากกว่าของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นสัดส่วนที่ถือว่าไม่มากนักของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงน้อย ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวกึ่งผจญภัย (Canadian Tourism Commission, 1997) ทั้งนี้เพื่ออธิบายในเชิงลึกมากยิ่งขึ้นสามารถแบ่งกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยออกเป็น 3 กลุ่มดังภาพที่ 2.2 โดยใช้ปัจจัยข้อแตกต่างของ Fennell (1999) ในการแบ่งการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ ความเสี่ยงในรูปแบบของการท่องเที่ยวระดับการออกแรงทางกายภาพของร่างกาย และทักษะความสามารถในการทำหรือเล่นทำกิจกรรม



ภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงผจญภัย
ที่มา : Ecotourism in the Context of Other Tourism Types (2001)

ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติ เพื่อศึกษา เรียนรู้ และชื่นชมสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งไม่มีความเสี่ยง ใช้ระดับการออกแรงทางกายที่น้อย และไม่ต้องการทักษะสำหรับการทำกิจกรรมมากนัก

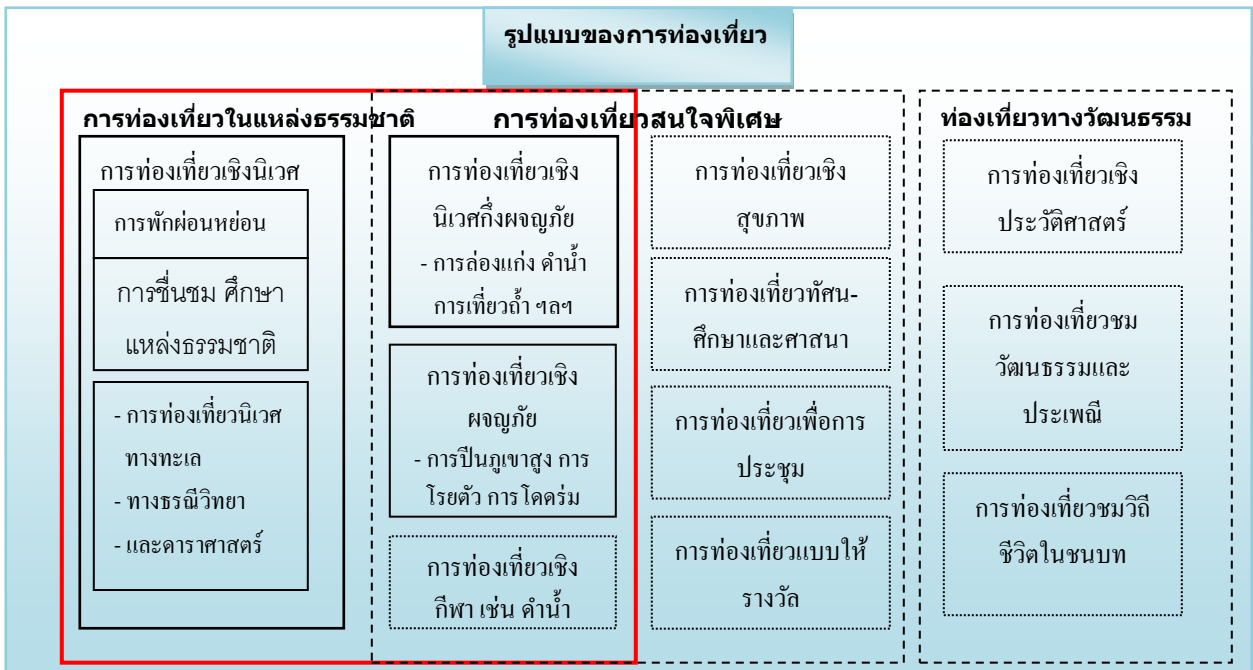
2. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกึ่งผจญภัย หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติเพื่อศึกษา เรียนรู้ ชื่นชมสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทาย ซึ่งมีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องแต่ไม่มากนัก มีการใช้ระดับการออกแรงทางกายและใช้ทักษะสำหรับการทำกิจกรรมในระดับปานกลาง

3. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังพื้นที่ห่างไกลในแหล่งธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทาย อันเกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมที่ทำมักเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ใช้ระดับการออกแรงทางกายที่มาก และต้องการทักษะสำหรับการทำกิจกรรมที่มากกว่าในนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ในการศึกษานี้ เมื่อพิจารณานิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จะเห็นได้ว่าต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ต้องเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเป็นหลัก ต้องมีองค์ความรู้มาเกี่ยวข้อง มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และต้องมีกิจกรรมที่มีความท้าทายเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้สรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย สำหรับกำหนดเป็นกรอบการศึกษาได้ดังนี้ คือ

“การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง que เดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทายอันเกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการอนุรักษ์”

ดังนั้นเพื่อความชัดเจนในการศึกษา จึงได้แสดงแผนภาพที่แสดงให้เห็นประเภทของกิจกรรมย่อย เพื่อความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากแผนภาพที่ 2.2 ทั้งนี้จากรูปจะเห็นว่าสามารถแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่มตามหลักองค์การการท่องเที่ยวโลก คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวสนใจพิเศษและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยกรอบสีแดง คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่เราสนใจศึกษาในงานวิจัยนี้ ส่วนที่อยู่นอกกรอบสีแดง คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ทำการศึกษา ในกรอบสีแดงที่จะทำการศึกษานี้จะประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกึ่งผจญภัย การท่องเที่ยวผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งในที่นี้จะเน้นกีฬาที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเท่านั้น



ภาพที่ 2.2 รูปแบบของกิจกรรมที่จัดอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

2.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นการท่องเที่ยวในตลาดเฉพาะ และผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมมากกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Market) เนื่องจากต้องมีการรักษาสสมดุลระหว่างการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีทรัพยากรสมบูรณ์ (สรวิสต์ อาสาสรรพกิจ, 2542) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน ทั้งทางด้านการพัฒนาและด้านการตลาด ดังนั้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเภทนี้ จึงมีหลายปัจจัยที่สำคัญ และต้องมีการบริหารจัดการแบบบูรณาการ ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญ ได้แก่

2.1.3.1 ปัจจัยด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วยสิ่งที่ดึงดูดใจ ซึ่งเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว(พวงเพชร ธนสิน, 2548) ทั้งนี้ ด้านพื้นที่มีปัจจัยที่มีความสำคัญ ได้แก่

1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจ

ความมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะด้านนิเวศวิทยาและลักษณะเด่นแปลกตาด้านกายภาพ เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ ลากูน เกาะแก่ง หน้าผา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงการใช้วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ (ถ้ามี) ซึ่งมีลักษณะเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ธรรมชาติ

2. ความอุดมสมบูรณ์ของชีวภาพและพันธุ์พืช

สังคมพืชที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายชนิดของพันธุ์พืชสูงถูกบกรบกวนน้อย คงสภาพความเป็นป่าดั้งเดิมพันธุ์ไม้ขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ มีรายงานพบพันธุ์พืชหรือสมุนไพรหายากใกล้สูญพันธุ์หรือพืชที่ค้นพบชนิดใหม่ของโลก

3. ความหลากหลายทางชีวภาพของสัตว์ป่าปะการังหรือสัตว์ทะเล

ความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า มีรายงานพบสัตว์หายากสัตว์เฉพาะถิ่น สัตว์ใกล้สูญพันธุ์หรือสัตว์ที่ค้นพบชนิดใหม่ของโลก และโอกาสที่จะพบเห็นสัตว์ป่าหรือร่องรอยสัตว์ป่าตามธรรมชาติ

4. ความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ

ระดับความอ่อนไหวต่อการรองรับความเปลี่ยนแปลงอันส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมท้องถิ่น จากการพัฒนาหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ (พิจารณาความยากของการฟื้นฟูและระยะเวลาที่จะฟื้นฟูเป็นองค์ประกอบด้วย)

5. สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

ประเมินสภาพภูมิอากาศ อุณหภูมิ กระแสลม และการถ่ายเทของกระแสอากาศ ตลอดจนความชื้นปริมาณน้ำฝนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

6. สภาพทัศนียภาพ และความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทัศนียภาพที่มีสุนทรียภาพความงามก่อให้เกิดความประทับใจ เช่น หาดทราย โขดหิน สะอาดสวยงาม พื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนและประกอบกิจกรรม

7. สภาพพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรม

ศักยภาพของพื้นที่ในการประกอบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับกิจกรรม และเอื้ออำนวยต่อการรองรับการขยายตัวได้ในอนาคต

8. ศักยภาพในการเข้าถึง

ความใกล้-ไกลจากถนนสายหลัก/รองคุณภาพของเส้นทางความสะดวก และปลอดภัย สภาพเส้นทางเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่มีการจัดป้ายบอกทางชัดเจน มียานพาหนะประจำทางโดยมีเวลาที่แน่นอน

2.1.3.2 ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

การจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพราะมีการใช้พื้นที่ที่มีความเปราะบางโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติ (ครองสิน บุญบุตร, 2546) ประเทศไทยมีการประกาศพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติพุทธศักราช 2504 เพื่อใช้สำหรับการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติโดยระบุว่า "อุทยานแห่งชาติหมายถึง ที่ดินซึ่งรวมถึงพื้นที่ดินทั่วไป ภูเขา ห้วย หนอง คลอง บึง บางลำน้ำ ทะเลสาบ เกาะ และชายทะเล ที่ได้รับการกำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติมีการให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิม เพื่อสงวนไว้เป็นแหล่งศึกษาและความรื่นรมย์ของประชาชนสืบต่อไป" ดังนั้นผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความกลมกลืนและความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกกับสภาพแวดล้อม

มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมตามความจำเป็น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยป้องกันรักษาทรัพยากร และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เกิดเสื่อมโทรมลง แต่ทั้งนี้ต้องมีความกลมกลืนสอดคล้องกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

2. การจัดการขยะ

มีระบบการบริหารจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆ ซึ่งหากขาดการจัดการขยะ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อสัตว์ป่า มีสัตว์ป่าที่ป่วยจำนวนมาก เนื่องจากการกินขยะและสิ่งปฏิกูล

3. การจัดการคุณภาพเสียง

มีมาตรการในการป้องกันและควบคุมระดับเสียงรบกวนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับแต่ละเขตการจัดการของพื้นที่ หรือกิจกรรมเพื่อมิให้เกิดก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

4. การจัดการคุณภาพน้ำ

มีมาตรการในการบริหารจัดการคุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

5. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

มีมาตรการในการควบคุมดูแลรักษาความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

6. การจัดแบ่งเขตพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Zoning)

มีรูปแบบการจัดแบ่งเขตพื้นที่ออกเป็นเขตต่างๆ ความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์

7. ความคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (Carrying Capacity)

มีมาตรการในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว/ กิจกรรมอันเหมาะสมสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

8. มาตรการในการเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

มีการกำหนดมาตรการแผนงานในการดูแลเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทางวัฒนธรรม

2.1.3.3 การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วม หมายถึง “การให้โอกาสชุมชนยอมรับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภทร่วมดำเนินการ คือ ร่วมวางแผนการจัดการด้วยกันร่วมลงทุนเป็นหุ้นส่วนด้วยกัน และได้รับผลประโยชน์ทั้งรายได้และผลกำไรอย่างเสมอภาคกัน” (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544)

1. ผลประโยชน์ต่อชุมชนด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

ลักษณะของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนมีลักษณะที่สำคัญคือชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นชุมชนได้รับประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยส่งเสริมความสามารถในการควบคุม ดูแลและป้องกันผลกระทบด้านลบหรือความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนอีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมระบบนิเวศวิถีชีวิตวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการสืบทอดและอนุรักษ์ไว้อย่างถูกวิธี เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมอันดีของชุมชน (สินธุ์ สโรบล และอุตร วงษ์ทับทิม, 2546)

2. ผลประโยชน์ต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้

ข้อเปรียบเทียบระหว่างการท่องเที่ยวกระแสหลักกับการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่าประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจและโอกาสที่ดีอันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จะทำให้ชุมชนรู้สึกมีส่วนร่วม และเมื่อมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และยังคงอยู่ในพื้นที่ รวมทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ(พจนา สวนศรี, 2541)

3. ความตระหนักต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทธุรกิจ/ ชุมชน/ องค์กรพื้นที่/ และนักท่องเที่ยวทุกฝ่าย เมื่อมีความตระหนักและเข้าใจร่วมกันถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในพื้นที่ จะสามารถก่อให้เกิดจากการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวได้ดี

2.1.3.4 ปัจจัยด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

ศักยภาพในการจัดการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มีความสำคัญเพราะกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ทั้งนี้ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2538) ให้ความหมายว่า “ศักยภาพ” หมายถึงความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาปรับปรุง จัดการ หรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ขึ้น ดังนั้นกิจกรรมที่มีศักยภาพต้องประกอบด้วย

1. ประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้

ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว และคุณค่าเชิงวิชาการ ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างครบถ้วน

2. รูปแบบเนื้อหาความรู้ และวิธีการสื่อความหมายที่เหมาะสม

จัดรูปแบบและวิธีการสื่อความหมายเหมาะสมชัดเจน และมีประสิทธิภาพในการเรียนรู้ มีความน่าสนใจ มีรูปแบบ และวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลาย และเหมาะสม สอดคล้องกับประสบการณ์และความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ตลอดจนมีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการหรือวิธีการสื่อความหมายอย่างต่อเนื่อง

3. ความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ (กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย)

มีกิจกรรมที่หลากหลายซึ่งมีความเหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่นั้นและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้หลายประเภท เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกประกอบกิจกรรมตามความสนใจได้มากขึ้น

4. กิจกรรมมีความตื่นเต้น และมีความสนุก

กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยต้องมีความตื่นเต้นและความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมและความหลากหลาย มีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ

5. ความปลอดภัยของกิจกรรม

กิจกรรมต้องมีความปลอดภัย และมีมาตรฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องผ่านการรับรองมาตรฐานเช่นกิจกรรมดำน้ำ ดูปะการัง (น้ำลึก) ต้องปฏิบัติตามกฎของ PADI และกิจกรรมผจญภัยของ Tree Top Adventure Park ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานประเทศฝรั่งเศส XP S 52-902 มีการให้คำแนะนำและข้อกำหนดต่างๆในการปฏิบัติตนทุกขั้นตอนของการทำกิจกรรม

2.1.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากรด้านนิเวศและผจญภัย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบขาดความแข็งแกร่ง คือ การบริหารจัดการด้านการศึกษาและการฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นระบบทำให้การให้บริการด้านท่องเที่ยวนั้น ขาดคุณภาพ ความรู้และทักษะการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นมาตรฐานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนบุคคลและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด หรือระดับกลุ่มจังหวัด จึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่งประเภทของบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. สมาชิกในชุมชนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ เมื่อสามารถรักษาสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติให้อยู่ในสภาพที่สมดุลสวยงาม น่าอยู่ จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนนั้น สมาชิกในชุมชนย่อมได้รับผลดีในเชิงเศรษฐกิจไปด้วย

2. ผู้มีหน้าที่นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์เป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวจึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด มัคคุเทศก์จึงมีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติได้เป็นอย่างดี การให้คำแนะนำที่ถูกต้องในระหว่างการเดินทางนักท่องเที่ยวออกไปยังสถานที่ต่างๆ ควรจะแจ้งข้อมูลและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้กิริยามารยาทที่เรียบร้อยละมุนละม่อม มีการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมและเป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้และดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

3. ผู้ดำเนินการกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นบุคลากรสำคัญที่จะช่วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการท่องเที่ยวโดยการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว มีการจัดทำแผนการเดินทางและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ ข้อมูลทั่วไปประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องแนะนำการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับชุมชนให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของพื้นที่ ตลอดจนแนะนำข้อควรระวังต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งกับสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติและตัวนักท่องเที่ยวเอง

2.1.3.6 ปัจจัยด้านราคา

ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็นส่วนประสมการตลาดตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ การเลือกวิธีการตั้งราคาอาจเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกันก็ได้

1. ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค โดยพิจารณาจากสถานภาพของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมและทัศนคติต่าง ๆ ประกอบ กล่าวคือหากเป็นผู้ที่มีฐานะดีจะกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ในอัตราที่สูง

2. ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของกิจกรรม โดยพิจารณาจากรูปแบบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตนั้น แม้ว่าการผลิตนั้น ๆ จะมีต้นทุนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กิจกรรมเชิงนิเวศประเภทเดียวกัน แต่ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มีการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานที่แตกต่างกันได้

3. ราคาเหมาะสมกับสถานที่ โดยพิจารณาจากความสะดวกและความใกล้หรือไกล ซึ่งจะพบได้ทั่วไปถึงการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน สถานที่ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น ฯลฯ

4. ราคาเหมาะสมกับช่วงเวลา เช่น อัตราค่าเช่าห้องพักของโรงแรมในช่วงวันธรรมดา (วันอาทิตย์ ถึงวันพฤหัสบดี) จะมีอัตราค่าเช่าที่ถูกกว่าวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว

2.1.3.7 ช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น สามารถเปลี่ยนแปลง และเลือกช่องทางการจำหน่ายได้โดยไม่มีกฎตายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสภาวะตลาด และผู้ประกอบการอย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. จัดจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Direct Sale) หรือ (B to C-Business To Customer) ช่องทางดังกล่าวนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก หรือกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแบบถาวร ผู้ให้บริการหรือสินค้าจะจัดจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า โดยอาจจะใช้เครื่องมือบางอย่าง เช่น Internet หรือ การโฆษณาโดยตรง เป็นต้น สำหรับการจำหน่ายในลักษณะนี้มีจุดเด่น กล่าวคือ สินค้าสามารถขายได้ราคาโดยที่มิต้องเสียค่านายหน้า และผู้ขายสามารถควบคุมระบบการขายได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะนี้ มีจุดด้อยและข้อจำกัด กล่าวคือ สินค้า หรือบริการจะไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างทั่วถึง และอาจจะผูกติดกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป ผู้ประกอบการท่องเที่ยวขนาดเล็ก มักขาดความสามารถในการทำการตลาดโดยตรงไปยังลูกค้า ทำให้มักถูกควบคุมราคาโดยตัวกลางจัดจำหน่าย

2. จัดจำหน่ายโดยผ่านตัวกลาง หรือ (B to B – Business to Business) การจัดจำหน่ายลักษณะนี้เป็นการจัดจำหน่ายโดยการผ่านตัวกลาง ทั้งในรูปแบบของการค้าปลีก (Retail) และการค้าส่ง (Wholesales) ตัวอย่างเช่น ซื้อมอเตอร์โดยสายการบินไทยได้โดยผ่านบริษัทท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยวกับสายการบินไทยถือว่าเป็นคู่ค้าทางธุรกิจในรูปแบบ B to B และบริษัทท่องเที่ยวกับลูกค้าถือว่าเป็นคู่ค้าทางธุรกิจแบบ (B to C) การจัดจำหน่ายในช่องทางดังกล่าวจัดว่าเป็นการจัดจำหน่ายในช่องทางปกติในธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีจุดเด่นและข้อดี กล่าวคือ สามารถขยายฐานการตลาดได้กว้าง และลักษณะของลูกค้าแตกต่างกันออกไป ซึ่งถูกต้องตามหลักการตลาดแบบผสมผสาน (Mix Marketing) อย่างไรก็ตาม ข้อด้อยของการจัดจำหน่ายดังกล่าว สำหรับผู้ประกอบการจะต้องเสียส่วนแบ่งค่านายหน้าให้แก่ผู้ขาย อีกทั้งในบางกรณีไม่สามารถควบคุมสภาวะการตลาด หรือตอบโต้คู่แข่งได้ทันทั่วทั้งที่

3. การจัดจำหน่ายโดยการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย หรือ (B to B to C – Business to Business to Customer) ช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะนี้นิยมใช้ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการขยายฐานการตลาดให้กว้างออกไปในประเทศต่างๆ ที่ตนเองไม่มีความชำนาญ หรือไม่มีศักยภาพเพียงพอ ตัวอย่างเช่น สายการบินของประเทศฝรั่งเศส ต้องการเปิดเส้นทางบินมายังประเทศไทย โดยเจ้าของสายการบินไม่ทราบถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย และยังไม่พร้อมที่จะลงทุนอย่างเต็มรูปแบบในประเทศไทย จึงได้แต่งตั้งตัวแทนขึ้น เพื่อรับผิดชอบในการจัดจำหน่ายและวางแผนการดำเนินงาน ข้อดีของช่องทางดังกล่าว คือ สามารถขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและเป็นการทดลองสภาวะตลาดโดยไม่ต้องลงทุน และผูกพันมาก อย่างไรก็ตามวิธีการดังกล่าว จะมีข้อเสียหากผู้ดำเนินธุรกิจที่ได้รับการแต่งตั้งขาดประสบการณ์ และไม่พร้อมจะดำเนินธุรกิจ

2.1.3.8 การส่งเสริมการขาย และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Selling) และไม่ใช่บุคคล (Non- Personal Selling) เข้าไปติดต่อลูกค้า เพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ

1. การโฆษณา (Advertising)

รูปแบบหรือความคิดในการเสนอขายสินค้าและบริการโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่มีใช้ตัวบุคคลเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการซื้อหรือเพิ่มการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจนั้น ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น โฆษณา เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูงมาก, วิทยุ สามารถส่งข้อมูลไปได้กว้างไกล, หนังสือพิมพ์ ให้ข้อมูลรายละเอียด, นิตยสาร ให้ข้อมูลเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย, ป้ายโฆษณา (Billboard) และการโฆษณานอกสถานที่อื่นๆ, โฆษณาทางไปรษณีย์หรือจดหมายตรง (Direct Mail)

2. การประชาสัมพันธ์ Public Relations

การปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ในการเผยแพร่ข่าวสาร และดำเนินงานวิธีอื่นๆ อย่างมีแบบแผน การกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บริการใหม่หรือรูปแบบการให้บริการ เช่น

- การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือ การตีพิมพ์บทความต่างๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดนักท่องเที่ยว อาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายสูงให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล
- การจัดทัศนศึกษา การทำจดหมายแจ้งข่าว การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว การสัมภาษณ์บุคคล การจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน
- การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ (Community Relations)
- การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ (Special Event)

3. การขายโดยบุคคล

การนำสินค้าและบริการขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้าและบริการโดยอาศัยพนักงานขาย (Salesman) ซึ่งจะต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านทฤษฎี กระบวนการ และเทคนิคการขาย จึงจะสามารถขายสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การไปเยี่ยมเยียนพบปะลูกค้า (Sales Call/Sales Program)
- การเสนอซื้อขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว
 - Trade Presentation/ Seminar/ Workshop
 - Travel Mart/ Trade Meet
 - Trade Show/ Fair Show/ Exhibition

2.1.3.9 เครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัดกลุ่มจังหวัด และประเทศขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชน ขาดความรู้ด้านการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการ การทำงานร่วมกัน และการกำหนดภารกิจ

1. อำนวยความสะดวกสนับสนุนช่วยเหลือให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. กระจายอำนาจและจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการ สำหรับสภาพและกำลังรองรับของชุมชน และระบบนิเวศในท้องถิ่น

3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้น เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรมโดยมีภาครัฐเอกชนชุมชนและประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

4. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐโอกาสในการได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาต่างๆจากองค์กรของรัฐเอกชนและการพึ่งพาตนเองทั้งในระดับท้องถิ่น เช่น โอกาสในการของบประมาณสนับสนุนโครงการท่องเที่ยว โอกาสในการได้รับการสนับสนุนทางวิชาการ

2.1.3.10 การส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

จากแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2549 กล่าวว่า ตามที่รัฐบาลมีนโยบายให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามากระตุ้นสภาพเศรษฐกิจของไทยโดยเร่งด่วนและถือเสมือนเป็นวาระแห่งชาติซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการจัดโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวรวมถึงการขยายกลุ่มตลาดไปยังนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Niche Market/Segment) ในการเดินทางให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นทั้งนี้บทบาทที่สำคัญ คือ

- ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยและสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในภาพรวมและในเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง
- เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่องโดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น
- เพิ่มบทบาท/สถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นยิ่งขึ้น และส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเวทีโลก
- สร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการอนุรักษ์ระบบนิเวศตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง
- จัดทำข้อมูลและรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์กลางที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น

2.1.3.11 สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- โฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง
- ใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทยประจำประเทศต่างๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมและสินค้าไทยให้แก่ชาวต่างชาติ
- พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์ พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจรและให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์รวดเร็วทันสมัย เช่น การจองที่พักการเดินทาง เป็นต้น โดยพัฒนาให้มีหลากหลายด้านภาษา เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย

- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่องร่วมกับภาคเอกชน ในการจัดทำแพ็คเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง
- จัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง Trade + Consumer Fair และ Road Show ภายในประเทศ
- ประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำเสนอ Special Offer หรือ จัด Promotion สำหรับคนไทย

2.1.3.12 ปัจจัยด้านข้อมูล

จัดทำข้อมูลและรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์กลางที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ให้ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ อุทยานแห่งชาติหลายแห่งมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมักตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับที่ทำการอุทยานแห่งชาติแห่งนั้น และมีเจ้าหน้าที่ซึ่งสามารถให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จึงเป็นสถานที่แห่งแรกในอุทยานแห่งชาติที่นักท่องเที่ยวควรแวะเข้าไปเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ ส่วนใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสได้ เช่น น้ำตก ถ้ำ ชายหาด จุดชมทิวทัศน์ เป็นต้น อุทยานแห่งชาติหลายแห่งยังจัดทำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติซึ่งมีระยะทางไม่ไกลนัก แต่นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้และความเพลิดเพลินตลอดเส้นทาง มีโอกาสพบเห็นสัตว์และพืชพันธุ์ที่น่าสนใจมากมาย นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ดูนก ดูผีเสื้อ เดินป่า ล่องแก่ง ฯลฯ ผู้สนใจควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม กิจกรรมเหล่านี้จะช่วยให้การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติมีสีสันและความสนุกสนานเพิ่มขึ้นรวมทั้งยังได้รับความรู้ความเข้าใจในธรรมชาติมากขึ้นด้วย

2.1.3.13 ปัจจัยด้านนโยบายของหน่วยงานราชการ

รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยได้กำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นนโยบายสำคัญที่อาจนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้ ทั้งในทางตรงและทางอ้อมก่อให้เกิดเงินตราที่ใช้หมุนเวียนภายในท้องถิ่นตั้งแต่ต้นน้ำยันถึงปลายน้ำได้ ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญ คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม

1. เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการ ตำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

2. การสร้างพันธมิตรหุ้นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยการอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุน การจัดสรรงบประมาณ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

3. ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

4. บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงาน และการสั่งการในการป้องกันเฝ้าระวังเตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉินทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

2.1.4 องค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

การร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในทุกระดับระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง หน่วยงานในต่างประเทศ ภายในประเทศภาครัฐและภาคเอกชนกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นมีความสำคัญมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ตารางที่ 2.3 ได้รวบรวมองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความร่วมมือในด้านต่างๆ

ตารางที่ 2.3 แสดงองค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ประเภทองค์กร	ชื่อองค์กร	เว็บไซต์
ระดับโลก	 The International Ecotourism Society (TIES)	www.ecotourism.org
ระดับประเทศ		
Asia	 Ecotourism Laos	www.ecotourismlaos.com
	 Ecotourism Society Pakistan	www.ecotourism.org.pk
	 Sri Lanka Ecotourism Foundation	www.ecotourismsrilanka.net
	 Indonesian Ecotourism Network (INDECON)	www.indecon.or.id
	 Mongolian Ecotourism Society	www.owc.org.mn/ecobund

ประเภทองค์กร	ชื่อองค์กร	เว็บไซต์
	 Japan Ecology Association (ECOLA)	www.ecolodge.gr.jp
	 Japan Ecotourism Society	www.ecotourism.gr.jp
	 Ecotourism and Conservation Society of Sikkim (ECOSS)	www.sikkiminfo.net/ecoss
	 Kunigami Tourism Association (KUTA)	www.kuta-okinawa.org
	 Kamchatka Ecotourism Society	www.kamchatkatourism.com
Africa	 Benin Ecotourism Concern	www.ecobenin.africa-web.org
	Ecotourism Society of Ethiopia	www.ecotourist.com
America	 Green Tourism Association (Canada)	www.greentourism.ca
	Asociacion Ecoturismo Guatemala	www.ecoturismoguatemala.org
	 Camara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica (CANAECO)	www.canaeco.com
	 Grand Bahama Island Ecotourism Association	www.bahamas.com
	 Mesoamerican Ecotourism Alliance (MEA)	www.travelwithmea.org
	 Mexican Association of Adventure Tourism & Ecotourism (AMTAVE)	www.amtave.org
	 Asociacion Ecuatoriana de Ecoturismo	www.ecoturismo.org.ec
	 EcoBrasil	www.ecobrasil.org.br
	 The Ontario Ecotourism Society (TOES)	www.toes.ca
	 Alaska Wilderness Recreation & Tourism Association	www.awrta.org
	 Hawaii Ecotourism Association	www.hawaiiecotourism.org
Europe	 Ecotourism Norway	www.grip.no/okoturisme
	 BESST	www.besst.org
	 Ecotourisme France	www.ecotourisme.info

ประเภทองค์กร	ชื่อองค์กร	เว็บไซต์
	Ecoturismo Italia	www.ecoturismo-italia.it
	Estonian Ecotourism Association	www.ecotourism.ee
	Swedish Ecotourism Society	www.ekoturism.org
	Brazilian Ecotourism Association	www.ecobrasil.org.br
Oceania	Ecotourism Australia	www.ecotourism.org.au
		
	Department of Conservation New Zealand	www.doc.govt.nz
ในประเทศไทย		
Thailand	Thai Ecotourism and Adventure Travel Association	www.teata.or.th
		
	Tourism Authority of Thailand (TAT)	www.tourismthailand.org
	Ministry of Tourism and Sports	www.mots.go.th
	Tourism Council of Thailand	www.thailandtourismcouncil.org

2.1.5 ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

การแบ่งประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure สามารถแบ่งได้หลากหลาย อาจแบ่งตามประเภทของกิจกรรมที่ทำตามระดับความเสี่ยง การออกแรงทางการภาพ และทักษะที่ต้องใช้ในการทำกิจกรรมนั้น หรืออาจแบ่งตามจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของแหล่งธรรมชาติที่แตกต่างกัน ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยทำการแบ่งประเภทกิจกรรมโดยแบ่งตามลำดับของความเสี่ยงในรูปแบ่งต่างๆ โดยออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

2.1.5.1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางธรรมชาติ

การดูนก (Bird Watching)

การดูนกเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งซึ่งนอกจากจะให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานแล้วยังได้รับความรู้ความเข้าใจในธรรมชาติ นกมีบทบาทสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งสมดุลแห่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบๆตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นการกำจัดแมลงหรือศัตรูพืช นอกจากนี้ยังเป็นตัวช่วยแพร่กระจายพันธุ์พืชให้ดำรงอยู่ ดังนั้น การดูนกเข้าใจธรรมชาติของนกและธรรมชาติรอบตัวเราย่อมนำมาซึ่งจิตสำนึกแห่งการอยู่ร่วมกันด้วยความรักและความเกื้อกูลต่อกันและกัน ดังนั้นการดูนกจึงเท่ากับเป็นการสะท้อนกลับมาดูตัวมนุษย์เองด้วย เพราะมนุษย์ก็คือส่วนหนึ่งแห่งชาตินั้นเอง

การส่องสัตว์ (Wildlife)

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมของสัตว์ป่าชนิดต่างๆในแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ โดยการมองจากกล้องส่องทางไกล การส่องไฟฉายในช่วงเวลากลางคืน และการถ่ายภาพบริเวณพื้นที่ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด และอุทยานนกน้ำ รวมทั้งสถานที่บางแห่งซึ่งมีนกย้ายถิ่นตามฤดูกาลบินมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

การสำรวจถ้ำ (Caving)

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมกันมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาให้เดินทางเข้าถึงได้ไม่ยากนัก ถ้าเป็นลักษณะภูมิประเทศที่พบมากในบริเวณภูเขาหินปูน หากเกิดตามบริเวณชายฝั่งทะเล เรียกว่า ถ้ำทะเล ภายในถ้ำมักมีหินงอกหินย้อยสวยงาม หากเป็นถ้ำขนาดใหญ่อาจมีความยาวหลายร้อยเมตรภายในถ้ำ เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปสำรวจหรือดูความงดงามของหินงอก หินย้อยภายในถ้ำ

การเดินป่า (Trekking/Flora)

การท่องเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างใกล้ชิด เปิดโอกาสให้ซึมซับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของป่าเขาอย่างมีจิตสำนึกด้วยการเรียนรู้ ฝึกฝนทักษะ และเพิ่มพูนประสบการณ์ในชีวิตกลางแจ้ง โดยการเดินชมสภาพธรรมชาติของพื้นที่แห่งหนึ่งแห่งใด เช่น บริเวณป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชายเลน ป่าพรุ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวหลงทางหรือเดินสะเปะสะปะไปเหยียบย่ำทำลายพืชพันธุ์ไม้ หรือได้รับอันตรายจากอุบัติเหตุตามเส้นทางเดินควรจะมีเครื่องหมายบอกทาง รวมทั้งมีป้ายแนะนำชื่อพันธุ์ไม้ต่างๆ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวควรทราบในสถานที่นั้น และควรมีการทำเส้นทางให้เดินได้อย่างสะดวกสบายพอสมควร และไม่เกิดอันตราย

2.1.5.2 กิจกรรมที่เกี่ยวกับทางน้ำ

การล่องแก่ง/ล่องแพ (Whitewater Rafting)

เป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนสบายๆซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยที่มีแม่น้ำลำคลองเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวได้ชมภูมิประเทศตามสองฝั่งลำน้ำและสังเกตดูชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ การนั่งเรือชมภูมิประเทศ ยังครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวในบริเวณอ่างเก็บน้ำทะเลสาบ และในท้องทะเลด้วย

การพายเรือแคนู/คายัค (Canoeing/Kayaking)

เรือแคนู (canoe) และเรือคายัค (kayak) เป็นรูปแบบของเรือพายที่นำมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยวตามลำน้ำ เป็นเรือพายขนาดเล็ก นั่งได้ 1-3 คนตัวเรือใช้วัสดุที่คงทนแต่มีน้ำหนักเบา ไม่ลมนั่งได้ง่าย และพายได้คล่องตัว คำว่า "แคนู" เป็นชื่อเรือพายของชนพื้นเมืองแถบทะเลแคริบเบียนในอเมริกากลาง ส่วน คายัค เป็นชื่อเรือพายของชาวเอสกีโมในทวีปอเมริกาเหนือ การพายเรือแคนูและเรือคายัคเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในขณะนี้ มีทั้งการพายล่องในลำน้ำ และการพายเรือชมทัศนียภาพตามชายฝั่งทะเล

การดำน้ำตื้นและการดำน้ำลึก (Snorkeling/Scuba Diving)

เป็นการชมธรรมชาติโลกใต้ทะเล เพื่อเรียนรู้ระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตแห่งโลกใต้น้ำด้วยกิจกรรมทำท่าย บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ทั้งปลาเล็ก ปลาใหญ่ และปะการัง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 อย่าง คือ การดำน้ำตื้นใช้เครื่องมือช่วยการหายใจที่เรียกว่า ท่อหายใจ (Snorkel) เพื่อให้ผู้ดำน้ำสามารถดำน้ำได้ในระดับผิวน้ำที่ลึกไม่เกินความยาวของท่อหายใจ และการดำน้ำลึกอาศัยเครื่องมือช่วยการหายใจเป็นถังออกซิเจนขนาดเล็กผูกติดไว้กับผู้ดำน้ำเป็นวิธีการดำน้ำที่เรียกชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Scuba Diving

2.1.5.3 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเร็ว

การปั่นจักรยาน (Biking)

การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศให้ทั้งความเพลิดเพลินในการชมภูมิประเทศสองข้างทาง และการออกกำลังกายจึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มวัยสาว ปัจจุบันมีรถจักรยานที่ออกแบบให้ขับขี่ได้คล่องแคล่วและเบาแรงเหมาะสำหรับการเดินทางในระยะไกล และการเดินทางขึ้นลงตามทางลาดเขา เรียกชื่อว่า รถจักรยานเสือภูเขา

การขับรถ ATV

รถ ATV เป็นรถมอเตอร์ไซด์ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ทุรกันดารโดยเฉพาะ การขับขี่ ATV ที่เที่ยวชมธรรมชาตินี้ ถือเป็นการท่องเที่ยวผจญภัยรูปแบบใหม่ให้ความสนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจได้อย่างประทับใจบนเส้นทางทุรกันดารที่ไม่น่าจะผ่านไปได้ แต่ ATV ก็ทำให้ผ่านไปอย่างไม่เกินแรง

2.1.5.4 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสูง

การปีนผา การไต่หน้าผา (Rock Climbing/Abseiling)

เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคย และเพิ่งจะเริ่มนำเข้ามาเผยแพร่โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเมื่อไม่นานมานี้ การปีนผา/ไต่เขาต้องอาศัยประสบการณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ ยังต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ช่วย ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้มีทำกันบ้างตามหน้าผาชัน บริเวณชายฝั่งทะเลบางแห่งในภาคใต้ของประเทศไทย

การโดดร่ม (Skydiving)

เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นท้าทาย และความเสียวที่สูง โดยการโดดร่มมีหลายรูปแบบด้วยกัน อาจเป็นการกระโดดแบบเห็นเวหา หรือการโดดแบบดึงพสุธา หรือการโดดร่มแบบใช้สายดึงประจำที่ หรือการโดดร่มแบบกระตุกเอง

2.2 ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การเดินทางมีความสะดวกมากขึ้น ทำให้การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกมีมากขึ้น หากพิจารณาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ของเศรษฐกิจโลก ซึ่งสร้างงานกว่า 230 ล้านตำแหน่ง และคิดเป็น ร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก (GDP) จากการสำรวจของ International Ecotourism society ของประเทศต่างๆ จำนวน 150 ประเทศ พบว่า มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่งถึง 60 ประเทศ และประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวติดอันดับ 1 ใน 5 มากถึง 120 ประเทศ ด้วยการเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยในยุค 1990 การท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราการเติบโตร้อยละ 7 ต่อปี แต่ในช่วงหลังปี 2000 การท่องเที่ยวของโลกเติบโตถึงร้อยละ 10 ต่อปี โดยในปี 2005 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 800 ล้านคน ในขณะที่ Lew (1997) พบว่า อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อปี สูงถึงร้อยละ 10-25 ต่อปี ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึง Ceballos-Lascurin (1993) รายงานว่า 'องค์การการค้าโลก' ได้ประมาณการรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 7 ของการท่องเที่ยวโดยรวม โดย Campbell (1994) ได้รายงานไว้ว่า ประมาณร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ให้ความสำคัญและต้องการมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยกลุ่มหลักเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ อเมริกาเหนือ ยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

อย่างไรก็ตาม การเติบโตด้านการท่องเที่ยวก็ได้สร้างผลกระทบในด้านลบเช่นเดียวกัน โดยพบว่า ในประเทศจำนวน 109 ประเทศที่มีแนวปะการัง มีจำนวน 90 ประเทศ ที่ปะการังถูกทำลายเนื่องจากเรือยนต์ สมอ และการค้าปะการังในทะเล โดยเรือต่างๆ ในทะเลแคริบเบียน ได้ก่อให้เกิดขยะมากกว่า 70,000 ตันต่อปี นอกจากนี้ สนามกอล์ฟ 18 หลุม ขนาดมาตรฐาน ยังใช้ปริมาณน้ำมากถึง 525,000 แกลลอนต่อวัน ทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่างที่ธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว จึงเป็นเหตุผลที่หลายประเทศให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในช่วงปีพ.ศ.2528-2529 นักวิชาการด้านพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ทั้งจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association: PATA) มีความตระหนักในผลกระทบที่เกิดขึ้น จึงได้

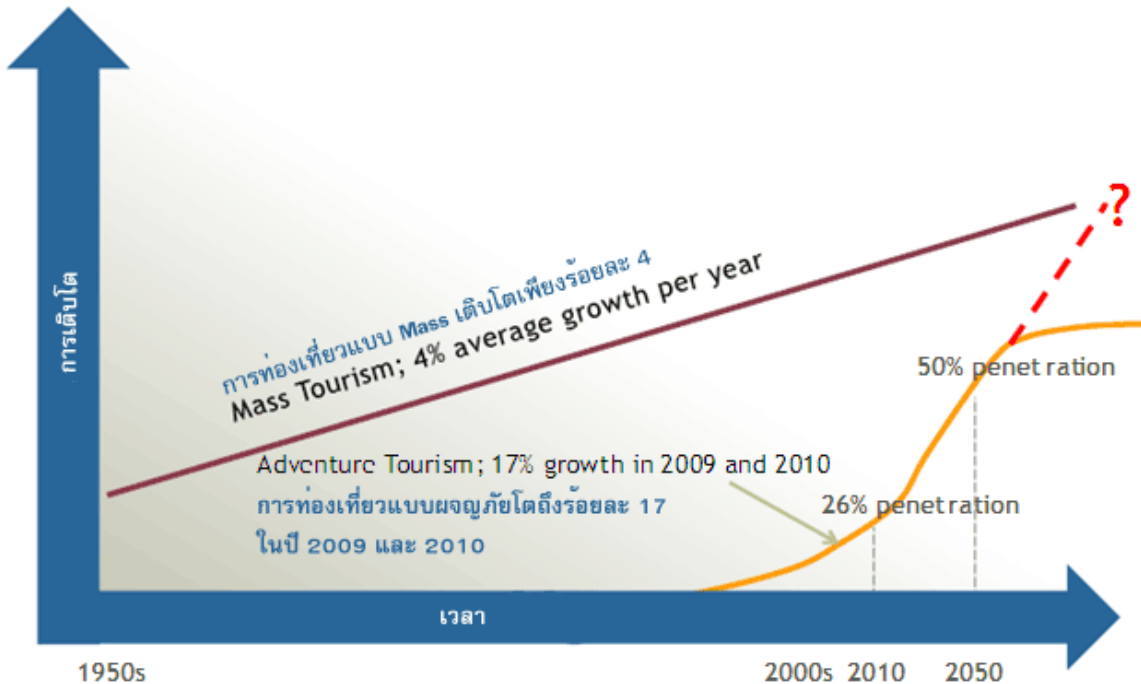
ช่วยกันเสนอความคิดต่อการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อยังคงรักษาระบบนิเวศต่อไปได้อย่างยั่งยืนจึงเกิดกระแสดูแลธรรมชาติที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3 ด้าน คือ

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวในการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติวิทยา และสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น
3. กระแสความต้องการให้ประชาชนในท้องถิ่นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการจัดการ เพื่อให้เกิดการรับผิดชอบและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

จากกระแสดูแลธรรมชาติ 3 ประการนี้ ทำให้เกิดแนวคิดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและรักษาระบบนิเวศของธรรมชาตินั้นคือ Green tourism หรือ Ecotourism ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกรอบและโครงสร้างเล็กๆ รวมกันแล้วสามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน (All tourism should be sustainable tourism : Dowling, 1995) นักวิชาการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (PATA) องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) และนักวิชาการในอุตสาหกรรมทั้งจากยุโรป สหรัฐอเมริกาต่างให้คำจำกัดความของ Ecotourism บนพื้นฐานองค์ประกอบว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible) ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural-based tourism) มีการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management) และการให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental education-based tourism) โดยประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ (Community based participation) ร่วมคิดร่วมดำเนินการได้รับผลประโยชน์และบำรุงรักษา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยก็อยู่ในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยพัฒนามาจากการท่องเที่ยวเชิงสำรวจ โดยย้อนไปหลายทศวรรษ จะพบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการบุกเบิกไปยังสถานที่ที่ยังไม่ถูกค้นพบ และสถานที่ที่มีความท้าทาย เช่น กลุ่มนักเดินทางคนแรกทีวางแผนเกี่ยวกับการปีนเขาหิมาลัยในหลายทศวรรษก่อน การล่องแพถูกเปิดบริการในเชิงพาณิชย์ในเอธิโอเปียในปี 1970, ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เป็นต้น โดยในช่วงปี 1990 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเติบโตถึง ร้อยละ 20 - 34 ต่อปี และในปี 2004 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีการเติบโตทั่วโลก คิดเป็น 3 เท่าของการท่องเที่ยวโดยรวม

ในประเทศโดมินีกัน แแถบทะเลแคริบเบียน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีการใช้จ่ายรวมมากกว่าการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism มากถึง 18 เท่า นอกจากนี้ ในอุทยานแห่งชาติ Komodo ของประเทศอินโดนีเซีย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายมากถึง 100 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง ซึ่งมากกว่าการท่องเที่ยวปกติถึงสองเท่า ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism จะมีการกระจายรายได้ร้อยละ 80 จากนักท่องเที่ยวไปยังสายการบิน โรงแรม และบริษัทต่างประเทศที่มาลงทุนด้านการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรายได้จะกระจายมายังชุมชนมากขึ้น หากมีการบริหารจัดการที่ดี

การท่องเที่ยวแบบผจญภัยในต่างประเทศ ได้รับความนิยมและมีการจัดระเบียบการท่องเที่ยวอย่างมีแบบแผน ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism จะพบว่า Mass Tourism เฉลี่ยของทุกประเทศ เติบโตเพียงร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่การท่องเที่ยวแบบผจญภัยเติบโตถึงร้อยละ 17 ในปี 2009 และ 2010 จากภาพที่ 2.3 พบว่า การท่องเที่ยวแบบผจญภัยยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง และอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยยังขยายตัวถึงร้อยละ 26 ของตลาด และยังมีโอกาสในการเติบโตได้อีกมาก ทั้งนี้ในปี 2010 เฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเดินทางไปยังต่างประเทศ เพื่อไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย สูงถึง 18,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ภาพที่ 2.3 แสดงอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism และ Adventure Tourism ของทุกประเทศ

2.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในต่างประเทศ

จากการจัดอันดับของ ATDI (Adventure Tourism Development Index) ปี 2009 ซึ่งได้ทำการศึกษาร่วมกันระหว่างรัฐบาลและบริษัทนำเที่ยวเชิงผจญภัยจากทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงปัจจัยการแข่งขันการตลาดการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่างๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้ว 27 ประเทศ และประเทศที่กำลังพัฒนา 164 ประเทศ โดยปัจจัยหลักที่ใช้ในการนำมาจัดอันดับ คือ

- | | |
|--|--|
| 1. นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน | 6. ผู้ประกอบการ |
| 2. ความปลอดภัย | 7. ด้านมนุษยธรรม |
| 3. ทรัพยากรธรรมชาติ | 8. โครงสร้างพื้นฐาน |
| 4. สุขภาพ | 9. ทรัพยากรทางวัฒนธรรม |
| 5. แหล่งผจญภัย | 10. ภาพลักษณ์/แบรนด์ การท่องเที่ยวผจญภัย |

ในการศึกษานี้จึงได้ทำการเลือกประเทศที่ถูกจัดอันดับ 5 อันดับแรกของประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย และประเทศในภูมิภาคเอเชีย เพื่อทำการศึกษาทั้งในส่วนของข้อมูลสถิติและแนวโน้มการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis) รวมถึงวิธีการหรือกลยุทธ์ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศที่ทำให้กลายเป็นประเทศที่ได้รับความนิยม ซึ่งได้เลือกทำการศึกษาดังต่อไปนี้

- **ประเทศนอกภูมิภาคเอเชียที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย**

จากการจัดอันดับ ประเทศที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดย ATDI ในปี 2009 พบว่า 5 อันดับประเทศที่มีศักยภาพในพื้นที่นอกภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ ไอซ์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร ทั้งนี้ ประเทศในแถบยุโรป ถือว่ามีความพร้อมเป็นอย่างมาก มากกว่าร้อยละ 20-30 ของนักท่องเที่ยว มีความตระหนักถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยร้อยละ 10-20 ของนักท่องเที่ยวในยุโรป มองหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในช่วงวันหยุด โดยร้อยละ 65 ของนักท่องเที่ยวในเยอรมนี หรือประมาณ 39 ล้านคน ต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อม และร้อยละ 42 ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ยังให้ความสำคัญกับที่พักที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม ในขณะที่ผลการศึกษาพบว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวในประเทศแถบอังกฤษยังให้ความสำคัญกับบริษัทนำเที่ยวที่มีการรับประกันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และมีการบริจาคค่าบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ จากการสำรวจในประเทศอังกฤษ พบว่า นักท่องเที่ยว ร้อยละ 80 กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และร้อยละ 39 ของนักท่องเที่ยวยินดีจ่ายมากขึ้น ร้อยละ 5 เพื่อการรับประกันว่าจะไม่ทำลายสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังพบว่า ร้อยละ 95 ของนักท่องเที่ยวชาวสวิสเซอร์แลนด์ ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตท้องถิ่น และการรักษาวิถีดั้งเดิม โดยสรุปแล้ว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในแถบยุโรป เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ มีความรู้สูง มีรายได้สูง มีอายุตั้งแต่วัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุเป็นหลัก แต่นักท่องเที่ยววัยรุ่นจะมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจากยุโรป มักแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแบบปากต่อปาก เมื่อประทับใจก็จะชวนกลุ่มอื่นๆ มาท่องเที่ยวต่อไป ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรป ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และยังเป็นประเทศที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างมีระบบ รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์

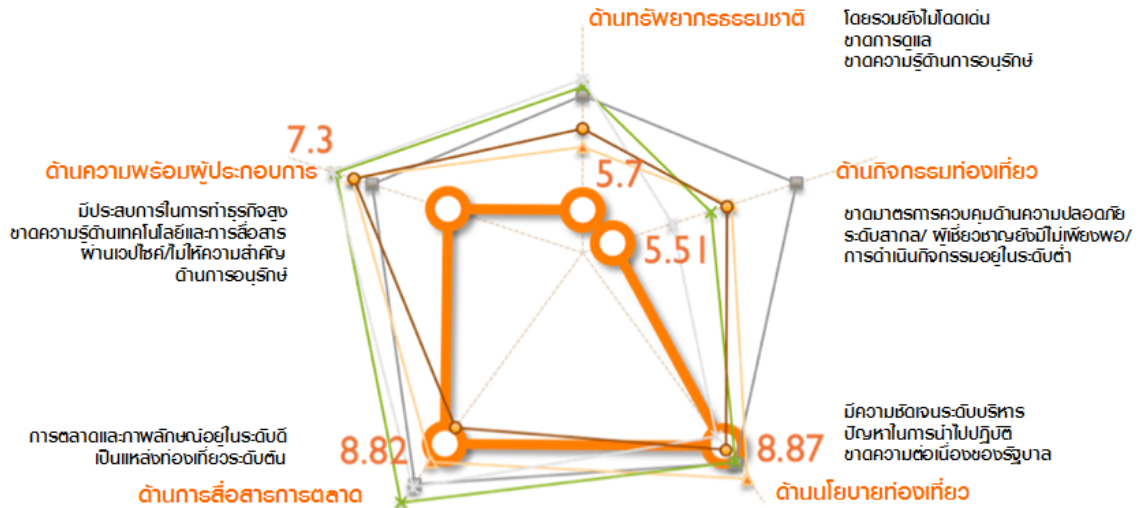
นอกจากนี้ พบว่า ประเทศในแถบโอเชียเนีย ประกอบด้วย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เนื่องจากศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติและความพร้อมด้านการจัดการมีสูงเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จนทุกวันนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยกลายเป็นแกนหรือกลไกสำคัญที่ถูกใช้ในการส่งเสริมและพัฒนา เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคนี้ และทำการตลาดเพื่อดึงดูดชาวต่างประเทศให้ไปเยือนมากขึ้น โดยใช้เอกลักษณ์ของธรรมชาติและหลากหลายของทรัพยากรเป็นจุดขายในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ยังนิยมเดินทางมาเที่ยวยังประเทศไทย ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลมาก ทำให้ประเทศในแถบนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญ และถือเป็นคู่แข่งด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเช่นเดียวกัน

ประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสูงสุด 5 อันดับแรก พบว่า ประเทศไทยในภาพรวมยังขาดความพร้อมในหลายด้าน ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับต้น สำหรับนักท่องเที่ยว แต่หากพิจารณาเชิงลึก ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า นักท่องเที่ยวยังคงมองว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น และมองว่าทรัพยากรธรรมชาติของไทยยังไม่โดดเด่นเท่าใดนัก เนื่องจากทรัพยากรที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล คือ ทรัพยากรทางทะเล ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ประเทศไทยยังต้องพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะมาตรฐานของกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ และความพร้อมของผู้ประกอบการ

ระดับความพร้อมของประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย

ไทย ไชล์แลนด์ ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร



ภาพที่ 2.4 แสดงความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเทียบกับคู่แข่งนอกภูมิภาคเอเชีย

ประเทศไอซ์แลนด์

ไอซ์แลนด์ มีชื่อทางการคือ สาธารณรัฐไอซ์แลนด์ เมืองหลวงชื่อเมืองเรคยาวิก เป็นประเทศที่มีลักษณะเป็นเกาะ ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแอตแลนติกตอนเหนือ เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของทวีปยุโรป มีพื้นที่ 103,000 ตารางกิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศและธรรมชาติที่สวยงามอย่างยิ่งและได้รับการยอมรับจากนักเดินทางทั่วโลกว่าไม่มีที่ใดเสมอเหมือน ด้วยลักษณะเฉพาะตัวอันเป็นเอกลักษณ์ของไอซ์แลนด์ เช่น ทิวทัศน์ของภูเขาไฟและธารน้ำแข็งที่ครอบคลุมพื้นที่กว่าร้อยละ 11 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งเป็นธารน้ำแข็งที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปด้วย เนื่องจากการมีธารน้ำแข็งที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาสัมผัส ทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในไอซ์แลนด์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ไอซ์แลนด์ยังมีอากาศที่บริสุทธิ์และไร้มลพิษ เนื่องจากเน้นการใช้พลังงานจากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศไอซ์แลนด์

Björg Árnadóttir (2010) การท่องเที่ยวในไอซ์แลนด์ได้เติบโตขึ้นอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา และเป็นภาคอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วมากที่สุดในระบบเศรษฐกิจของไอซ์แลนด์ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าในปีที่ผ่านมา ซึ่งจากการคาดการณ์ของสหประชาชาติองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (UNWTO) คาดว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 ซึ่งคิดเป็น 760,000 คน ที่คาดว่าจะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไอซ์แลนด์เพิ่มขึ้นในปี 2020

ค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไอซ์แลนด์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53.6 และเพศหญิงร้อยละ 46.4 โดยมีอายุเฉลี่ยที่ 41 ปี มีรายได้เฉลี่ยสูงคิดเป็นร้อยละ 80 ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในปี 2008 ส่วนใหญ่มาจากทางพื้นที่นอร์ดิก หรือยุโรปทางตอนเหนือและแอตแลนติกเหนือมากที่สุด รองลงมา คือ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และฝรั่งเศส ตามลำดับ ดังตาราง 2.4

ตารางที่ 2.4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไอซ์แลนด์ ปี 2005-2007

	Units	2004	2005	2006	2007	2008
Total international arrivals	Thousands	360	374	422	485	502
Top 5 markets						
Nordic countries ¹	Thousands	94	93	103	119	119
United Kingdom	Thousands	60	58	67	73	70
United States	Thousands	52	58	56	52	41
Germany	Thousands	39	37	38	41	45
France	Thousands	21	20	21	23	26
Number of overnights stays	Thousands	1 479	1 551	1 719	1 868	1 925
Average length of stay	Days	1.86	1.88	1.88	1.89	1.88
International travel receipts ²	Million ISK	26 079	25 752	31 078	34 550	51 290

ที่มา: *The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2010*

โดยจุดประสงค์การเดินทางมาในประเทศส่วนใหญ่ เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน และมากกว่าร้อยละ 70 สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับประเทศจากทางอินเทอร์เน็ต และจากการสำรวจยังพบว่า ทรัพยากรธรรมชาติถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไอซ์แลนด์ประมาณ 2 ใน 3 ของการท่องเที่ยวที่สำรวจ และมากกว่าร้อยละ 65 ยังมีความพึงพอใจต่อระบบบริหารจัดการของประเทศไอซ์แลนด์ เนื่องจากมีการให้ข้อมูลในการอนุรักษ์ และมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของรัฐบาลในประเทศไอซ์แลนด์

วัตถุประสงค์เชิงนโยบายหลักในการสนับสนุนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในช่วงปี 2006 -2015 มีดังนี้

- เพื่อให้แน่ใจว่าธรรมชาติของประเทศไอซ์แลนด์และพื้นที่ธรรมชาติจะยังไม่ถูกบุกรุก ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดเหนือกว่าสิ่งอื่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไอซ์แลนด์
- เพื่อให้แน่ใจว่ายังคงรักษาตำแหน่งในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วย
- การกระจายการท่องเที่ยวให้กว้างขวางที่สุดครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อประโยชน์ของผู้อยู่อาศัยโดยไม่เกินขีดความสามารถในการดำเนินการ
- เพื่อเสริมสร้างและรักษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไอซ์แลนด์ในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความพยายามตระหนักถึงเป้าหมายดังต่อไปนี้
 - เจือไนเซการดำเนินงานที่สร้างขึ้นสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยจะต้องสามารถเทียบเคียงได้กับแนวทางการปฏิบัติสากลที่ดีที่สุดของประเทศคู่แข่งหลักของประเทศไอซ์แลนด์
 - ไอซ์แลนด์จะต้องอยู่ในแนวหน้าของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - มีการสร้างสวนสาธารณะแห่งชาติ และทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมกิจกรรมกลางแจ้งและการอนุรักษ์ธรรมชาติไว้ด้วยกัน
 - ความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวและบริษัทท่องเที่ยว ในการช่วยกันปกป้องสิ่งแวดล้อมจะต้องมีมากขึ้น

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยที่มีศักยภาพของประเทศไอซ์แลนด์

- **เรคยาวิก (Reykjavík)**

เป็นเมืองหลวงและเมืองที่ใหญ่ที่สุดของไอซ์แลนด์ ตั้งอยู่ในทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไอซ์แลนด์ พื้นที่ชายฝั่งเรคยาวิกเป็นลักษณะคาบสมุทรอ่าว ช่องแคบและหมู่เกาะ เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมามากที่สุดของประเทศไอซ์แลนด์ ด้วยความที่มีพื้นที่ธรรมชาติอยู่มาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย เช่น การการตกปลา การขี่ม้า การเล่นสกี การเดินป่าและปีนเขา โดยกิจกรรมที่ถือว่ายอดนิยมที่สุดคือ การขี่ม้า ซึ่งขี่ม้าที่ไอซ์แลนด์ถือเป็นประสบการณ์หนึ่งที่ไม่ควรพลาด ตามเส้นทางธรรมชาติ เพื่อชมทัศนียภาพและความสวยงามของเมือง



- **Silfra crack, Thingvellir Lake**

Silfra crack เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในด้านความน่าตื่นตาตื่นใจและภูมิทัศน์ใต้น้ำ ตั้งอยู่ในทะเลสาบ Thingvellir ใน Thingvellir National Park ประเทศไอซ์แลนด์ มีธารน้ำแข็งที่ใหญ่ที่สุด มีรอยแยกที่เป็นส่วนหนึ่งของขอบเขตเปลือกโลกระหว่างอเมริกาเหนือและแผ่นยูเรเชีย รอยแยกดังกล่าวมีความน่าตื่นตาตื่นใจ ประกอบกับการเป็นทะเลสาบจากธารน้ำแข็งละลายผ่านช่องลาวาจึงทำให้เป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์อันสวยงาม ถือเป็นสวรรค์ของนักดำน้ำระดับโลก



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ประเทศไอซ์แลนด์

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีแหล่งศักยภาพทางธรรมชาติเหมาะแก่การพัฒนาเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวและผจญภัยจำนวนมาก 2. มีสถานที่ท่องเที่ยวและผจญภัยใต้น้ำที่โด่งดังทั่วโลก 3. สภาพภูมิประเทศสามารถทำกิจกรรมผจญภัยในแหล่งธรรมชาติได้อย่างหลากหลาย 4. พื้นที่ธรรมชาติส่วนใหญ่ยังไม่ถูกบุกรุก 5. มีมรดกวัฒนธรรมที่น่าสนใจ จึงเป็นอีกปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 6. มีธรรมาภิบาลที่แข็งแกร่งที่สุดในยุโรป 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรที่มีความรู้เพื่อดูแลพื้นที่ป่าและสิ่งแวดล้อมมีจำนวนไม่เพียงพอ 2. โครงสร้างพื้นฐานในสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในบางพื้นที่ยังน้อย เนื่องจากเลือกในการอนุรักษ์ความดั้งเดิมของธรรมชาติ 3. ปัญหามลพิษจากการที่ภูเขาไฟระเบิด ส่งผลต่อการเดินทางทางอากาศ และการคมนาคมบางแห่ง 4. สถานที่ท่องเที่ยวในธรรมชาติถูกทำลายไปหลังจากเกิดการที่ภูเขาไฟระเบิดทำให้สูญเสียแหล่งผจญภัยบางแห่ง และต้องใช้เวลาและเงินในการฟื้นฟู
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเชิงนิเวศและผจญภัยมีการเติบโตในตลาดโลกสูงขึ้น 2. การเร่งฟื้นฟูแหล่งธรรมชาติที่เกิดการสูญเสียหลังจากเกิดภัยธรรมชาติ 3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ถูกบุกรุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ภูเขาไฟระเบิด ส่งผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ การเดินทางทางอากาศ และการตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยว 2. การขาดแคลนพลังงานความร้อนใต้พิภพอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดสภาพความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม 3. สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำ ค่าเงินมีความผันผวน 4. สภาพมลพิษในอากาศที่หลงเหลือจากการที่ภูเขาไฟระเบิด รวมถึงมลพิษที่อาจตกค้างในรูปแบบอื่นๆ

ประเทศสวีเดน

สวีเดนมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสูง ในส่วนของทรัพยากรธรรมชาติ ล้อมรอบด้วยเทือกเขาแอลป์ เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเลที่ตั้งอยู่กลางทวีปยุโรป อยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของฝรั่งเศสและทางตอนเหนือของอิตาลี ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและที่ราบสูง สภาพอากาศขึ้นอยู่กับระดับความสูงของพื้นที่ และมีลักษณะภูมิอากาศตั้งแต่ แบบแอลป์ ไปจนถึงแบบเมดิเตอร์เรเนียน สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ขอชมการผจญภัยให้ไปเยือนสวีเดนคือ สภาพภูมิอากาศของเทือกเขาแอลป์และกิจกรรมที่เป็นจุดขาย เช่น การเล่นสกี และการปีนเขา ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปีสูง

เนื่องจากสวีเดนมีนโยบายการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นประเทศขนาดใหญ่ ทำให้ประเทศสวีเดนมุ่งเน้นไปที่การถ่ายทอดนโยบายการท่องเที่ยว โดยทำการตลาดจากส่วนกลางเพียงที่เดียว เรียกว่า Market Driven Centralization โดยการจัดทำเป็นบรรทัดกลาง คือ สวีเดน เพื่อความง่ายในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศสวิสเซอร์แลนด์

ในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอันดับต้นของการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งในปี 2005 ทำให้เกิดการขยายตัวของ GDP ถึงร้อยละ 2.9 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.4 จากทั้งหมดของการจ้างงาน (เทียบเท่าเต็มเวลา) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากการสืบค้นข้อมูลสถิติการเดินทางเข้ามายังประเทศสวิสเซอร์แลนด์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระหว่างปี 2005 ถึง 2007 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7-8 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมนีมีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ปี 2005-2007

	Units	2005	2006	2007
Total international arrivals	Thousands	7 229	7 863	8 448
Top 5 markets				
Germany	Thousands	2 007	2 107	2 249
United Kingdom	Thousands	709	785	835
United States	Thousands	657	726	727
France	Thousands	543	586	634
Italy	Thousands	461	499	542
International travel receipts	Million CHF	12 477	13 544	14 623

ที่มา: THE ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2010

นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนการพักแรมและค่าใช้จ่ายในการพักแรมในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยในปี 2008 จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมมีเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากปี 2005 ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 แสดงจำนวนการพักแรมของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2005-2008

	Units	2005	2006	2007	2008
Number of overnight stays ¹	Thousands	13 803	14 811	15 633	15 997
Number of nights spent	Thousands	32 944	34 848	36 365	37 334

ที่มา: THE ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2010

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของรัฐบาลในประเทศสวิสเซอร์แลนด์

เป้าหมายหลักของนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลกลาง คือ การสร้างและรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งการสร้างเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว การมีโครงสร้างพื้นฐานที่น่าสนใจ ซึ่งนโยบายการท่องเที่ยวนี้ควรมุ่งความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ เป้าหมายต่อมาในอนาคตก็คือ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งยังถือว่ายังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว โดยวางระยะเวลาในการพัฒนาโครงการท่องเที่ยวนี้ไว้ตั้งแต่ปี 2008-2010 (OECD, 2010) โดยมีมาตรการการส่งเสริมระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรมระหว่างภูมิภาคภายใต้การสนับสนุนของ Innotour ซึ่งส่งเสริมนวัตกรรมและความร่วมมือในภาคการท่องเที่ยว 2008-2010 (OECD, 2010) ซึ่งมีที่มาและรายละเอียดดังนี้

จากกฎหมายรัฐบาลกลางเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 1997 ได้มีการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและความร่วมมือในการท่องเที่ยวผ่าน Innotour เพื่อจัดการการท่องเที่ยวในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ให้เกิดเป็นแนวโน้มใหม่ในตลาดโลก ความท้าทายของโลกาภิวัตน์ต้องการการยอมรับของโปรแกรมที่จะนำสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่มาใช้ในทุกวันนี้ Innotour มุ่งมั่นที่จะเพิ่มอัตราของนวัตกรรมและการควบคุมการประสานงาน เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถใช้งานได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ มาตรการที่นำมาใช้มีดังต่อไปนี้

- การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ยังคงคุณภาพ และการมี การส่งเสริมการขาย เพื่อให้สิ่งอำนวยความสะดวกเกิดความน่าสนใจมากขึ้น
- การสร้างโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ สิ่งอำนวยความสะดวก ของทางจัดจำหน่าย ข้อมูลการท่องเที่ยว และการตั้งค่าบริการจอง เป็นต้น
- กลยุทธ์ปลายทาง ต้องมีการร่วมกันดูแลกลยุทธ์ด้านต่างๆ
- การฝึกอบรมและพัฒนาอาชีพ เช่น การสนับสนุนการฝึกอบรมอาชีพ เพื่อสนับสนุน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดทักษะและแนวคิดใหม่ ๆ เป็นต้น
- การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยว โดยการรวบรวมฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและ รายงานมาตรฐานที่ตรวจสอบแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นข้อมูล หาก ต้องมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่จำเป็น
- ประมาณร้อยละ 80 ของเงินทุนใช้ในการจัดสรรพื้นที่เฉพาะของนวัตกรรม เช่น การ จัดการคุณภาพการออกแบบปลายทางระบบข้อมูล และการจองที่พักของนักท่องเที่ยว เป็นต้น
- เลขาธิการรัฐยังคงทำการขยายโครงการ เพื่อวางแผนกลยุทธ์และความรู้ใหม่ในการ จัดการการท่องเที่ยวของประเทศสวิสเซอร์แลนด์



ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ ผลงุภัยในประเทศสวิสเซอร์แลนด์

• Interlaken

เป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มน้ำ ระหว่างทะเลสาบ Thun และทะเลสาบ Brienz อยู่ บริเวณเชิงเขาใหญ่ทั้งสาม Eiger, Mönch และ Jungfrau เป็นจุดศูนย์รวมของนักเดินทาง เนื่องจากมี เส้นทางรถไฟภูเขากว่า 45 สาย รถเคเบิล ลิฟท์สกี และจุดรวมของเส้นทางเดินเขามากมาย มีกิจกรรมให้ ผู้ที่เสาะหาการผจญภัยและความท้าทาย อย่างเช่น การไต่ตัว (canyoning) ล่องแพ ดึงพสุธา และการ กระโดดบันจี้จัม

• Jungfraujoch

ด้วยทิวทัศน์และอากาศอันบริสุทธิ์และสวยงามเกินคำบรรยายจึงเป็นสถานตากอากาศที่ นักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกชื่นชอบมากที่สุด นอกจากนี้ ยังได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกอีกแห่ง หนึ่ง Jungfraujoch หรือที่รู้จักกันว่าเป็นหลังคาแห่งยุโรป มีความสูงถึง 3,454 เมตรเหนือ ระดับน้ำทะเล รวมไปถึงมีความงดงามของทัศนียภาพมากมาย ประกอบไปด้วย วังน้ำแข็ง และหอคอย ชมทัศนียภาพ ที่อยู่เหนือ ธารน้ำแข็ง ALETSCH ที่ยาวที่สุดในเทือกเขา Alps ด้วยความยาวถึง 22 กิโลเมตร กิจกรรมขึ้นชื่อของ Jungfraujoch ก็คงจะไม่พ้น การเล่นสกี สโนบอร์ด ปีนเขา และนั่ง กระดานเลื่อนที่ลากโดยสุนัขพันธุ์ Husky



• **Luzern**



Source: redbubble.com & swiss-holidays-lakes-mountains.co.uk

เมืองตากอากาศชื่อดังของสวิสเซอร์แลนด์ เป็นประตูสู่ภาคกลางของสวิสเซอร์แลนด์ โดยตั้งอยู่ฝั่งด้านตะวันตกเฉียงเหนือของทะเลสาบลูเซิร์น สำหรับการท่องเที่ยวในเมืองลูเซิร์นนั้น สิ่งที่เป็นจุดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวก็คือ การไปชมความงดงามของสะพานอันเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 600 ปี อย่างสะพานไม้ชาเปิล (Chapel Bridge) สะพานที่สร้างขึ้น เพื่อทอดตัวข้ามแม่น้ำรอยส์ เรียกได้ว่าเป็นเมืองที่มีสถาปัตยกรรมและประติมากรรมเก่าแก่มากมาย

เขตทะเลสาบลูเซิร์นมีทุกสิ่งให้นักท่องเที่ยวต้องการ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการผจญภัยหรือการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การเดินป่า ปีนเขา ขี่จักรยาน ขี่จักรยานภูเขา กีฬาทางหิมะต่างๆ และวินเชิร์ฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นเพียงบางส่วนของกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้เข้าชมสามารถเพลิดเพลินได้จากเมือง Luzern

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 2. ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศเหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 3. การเดินทางส่วนใหญ่ใช้ระบบรถไฟที่ครอบคลุมไปทั้งเมือง ไม่ว่าจะเป็นบนภูเขา ในชุมชน และวิ่งระหว่างเมือง จึงสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ 4. เป็นเมืองที่มีอากาศบริสุทธิ์ อากาศดีตลอดทั้งปี 5. มีภูมิประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวจึงสามารถทำกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจหรือกิจกรรมผจญภัยได้หลากหลาย 6. มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่ชัดเจน 7. ชื่อเสียงของทรัพยากรธรรมชาติ ของประเทศสวิสเซอร์แลนด์เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากแรงงานในประเทศสวิสเซอร์แลนด์มีปริมาณไม่เพียงพอ ถึงแม้ว่าแรงงานของสวิสเซอร์แลนด์ถือว่า มี Productivity สูงมาก แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมอื่น มีค่าจ้างแรงงานสูงกว่าทำให้แรงงานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขาดแคลนเป็นอย่างมาก 2. การใช้แรงงานจากต่างประเทศ เนื่องจากขาดแคลนแรงงาน ทำให้ควบคุมคุณภาพค่อนข้างยาก และผู้ประกอบการรายเล็ก ยังประสบปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย ในช่วง Low Season 3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ยังทำได้ช้า หากเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยทั่วโลกที่เติบโตและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว 2. ความร่วมมือขององค์กรในประเทศในการส่งเสริมพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมของการท่องเที่ยว 3. มีพื้นที่ธรรมชาติที่ยังไม่ถูกบุกรุก ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ได้ 4. ประเทศใกล้เคียงในยุโรปเกิดปัญหาจากภัยธรรมชาติ ส่งผลให้การตัดสินใจเข้ามายังประเทศสวิสเซอร์แลนด์เพิ่มขึ้น 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เกิดปัญหาการทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม 2. การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมประเทศจำนวนมาก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งกลายเป็นจุดที่ไม่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมอีกต่อไป 3. ปัญหาภาวะเศรษฐกิจ และโรคระบาดที่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่งผลต่อการตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ประเทศนิวซีแลนด์

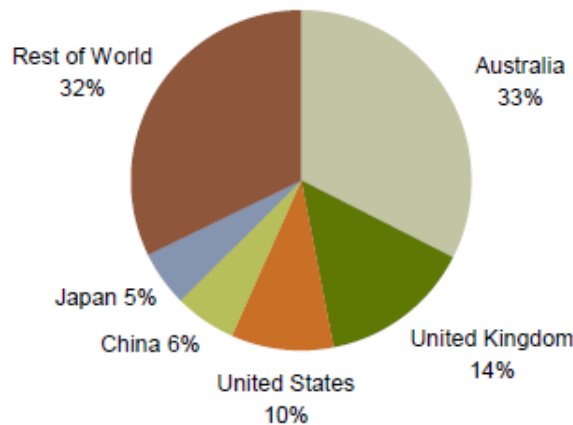
นิวซีแลนด์ ดินแดนแห่งความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของมหาสมุทรแปซิฟิกระหว่างเส้นศูนย์สูตรและขั้วโลกใต้ เป็นประเทศที่ประกอบไปด้วยการรวมตัวของเกาะใหญ่ 2 เกาะ คือ เกาะเหนือ และเกาะใต้ โดยมีช่องแคบค็อกเป็นจุดแบ่งเขตระหว่างพื้นที่ของทั้ง 2 เกาะ จัดเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ราวกับว่าได้รวบรวมสภาพพื้นที่ และบรรยากาศของนานาประเทศทั่วโลกไว้อย่างครบถ้วน นิวซีแลนด์มีชายหาดที่ทอดยาว กว่า 1,700 กิโลเมตร ขนานไปกับมหาสมุทรสีครามที่สวยงาม รวมทั้งบริเวณที่เป็นบ่อน้ำร้อน ภูเขาไฟ บ่อโคลนเดือด



สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศนิวซีแลนด์

จากสถิติในปี 2008 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศนิวซีแลนด์มากที่สุดคือ ประเทศออสเตรเลีย คิดเป็น ร้อยละ 33 รองลงมา คือ สหราชอาณาจักร ร้อยละ 14 อเมริกา จีน ร้อยละ 6 และญี่ปุ่น ร้อยละ 5 ซึ่งถือเป็น 5 อันดับแรกของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังประเทศนิวซีแลนด์ โดยส่วนมากมีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา คือ การพบปะครอบครัวหรือเพื่อน ทำธุรกิจ การศึกษา และอื่นๆ ตามลำดับ

ภาพที่ 2.5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศนิวซีแลนด์ ปี 2008



ที่มา: The Ministry of Tourism, NEW ZEALAND(2009)

นอกจากนี้ ยังพบว่ากิจกรรมที่ได้รับความนิยม 30 อันดับแรก จากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม คือ การไปเที่ยวชายหาด รองลงมาเป็นการชมทิวทัศน์การเดินป่าและกิจกรรมเชิงผจญภัยต่างๆ แต่ในกิจกรรมบางชนิดจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า เช่น การล่องเรือชมทิวทัศน์การบินเพื่อชมทิวทัศน์ทางอากาศและการชมธารน้ำแข็ง

โดยแนวโน้มของการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติของประเทศนิวซีแลนด์ในปี 2004-2008 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นทุกปี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มปรับตัวลดลงเล็กน้อย ทั้งนี้ อาจเกิดจากผลกระทบทางภาวะเศรษฐกิจ และโรคระบาดที่เกิดขึ้นในทั่วโลก จึงส่งผลต่อการตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงข้อมูลดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 แสดงแนวโน้มของการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติของประเทศนิวซีแลนด์ในปี 2004-2008

KEY INDICATORS	2004	2005	2006	2007	2008
Nature-based tourists					
Total	10,277,200	10,805,700	10,867,100	11,219,000	11,113,900
International	1,590,200	1,635,900	1,599,100	1,679,800	1,559,700
Domestic	8,687,000	9,169,700	9,268,000	9,539,200	9,554,200
Propensity to participate in nature-based activities					
International	74.0%	74.7%	72.7%	74.9%	70.3%
Domestic	19.7%	20.0%	21.0%	22.6%	22.0%

ที่มา: The Ministry of Tourism, NEW ZEALAND(2009)

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศนิวซีแลนด์

ภายในปี 2015 นิวซีแลนด์ได้มีการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาและจัดการเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยให้มั่นคงมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับนักท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ภาพลักษณ์ของประเทศ การตลาดที่ดีเป็นสิ่งแรกที่จำเป็นต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยว ตามมาด้วยเรื่องคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทุกอย่างจะต้องถูกจัดเตรียมให้อยู่ในคุณภาพที่ดีที่สุด เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐาน และประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องที่ เป็นต้น โดยมีโครงสร้างกลยุทธ์ที่กำหนดเป้าหมายไว้ 4 อย่าง พร้อมทั้งแนวทางในการทำให้บรรลุผลดังนี้

1. ภาคการท่องเที่ยวที่มั่นคงและมีโอกาสในการดึงดูดการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะการจัดการที่ดี ได้รับความช่วยเหลือทางธุรกิจมากขึ้น และมีกลยุทธ์ทางการเงินใหม่ ๆ นอกจากนี้ ยังต้องกำหนดเป้าหมายที่จะให้นักท่องเที่ยวเพิ่มอัตราการใช้จ่ายระหว่างที่อยู่ในประเทศและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากขึ้น รวมทั้งยังจำเป็นต้องรักษาจำนวนแรงงานที่มีทักษะอย่างเหมาะสมและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เส้นทางของอาชีพและรายได้ที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม แผนที่วางไว้นี้จะต้องได้รับการวิจัยและค้นคว้าอย่างเหมาะสม และสามารถให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าถึงข้อมูล และนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ภาคการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการปกป้องและเสริมสร้างสภาพแวดล้อมของนิวซีแลนด์ โดยภาคการท่องเที่ยวจะต้องปกป้องและเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ เพื่อที่จะสามารถคงไว้ให้คนในรุ่นหลังต่อไปและนักท่องเที่ยวในอนาคต การที่จะบรรลุเป้าหมายนี้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การลดใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน ลดของเสีย และการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น อีกทั้งยังต้องทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์และให้ความร่วมมือ

3. ภาคการท่องเที่ยวและชุมชนควรจะร่วมมือกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มชุมชนมีความสำคัญมาก เนื่องจากพวกเขา คือ กลุ่มที่จะต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาจากเมืองด้วยการต้อนรับที่อบอุ่น ภาคการท่องเที่ยวจะต้องทำงานร่วมกับชุมชน ในขณะที่ต้องมีการวางแผนสำหรับการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดผลกระทบเชิงลบ

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศนิวซีแลนด์

• Rotorua

ด้วยเอกลักษณ์ของภูมิประเทศที่เป็นภูเขาไฟ รวมถึงวัฒนธรรมเมารีที่ยังคงอยู่ น้ำร้อนธรรมชาติจากใต้ดิน และกิจกรรมผจญภัยหลากหลาย จึงทำให้โรโตรัวเป็นอีกเมืองหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมมาก จากทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองแห่งบ่อน้ำร้อนอันมีชื่อเสียงบนเกาะเหนือของนิวซีแลนด์ และยังมีรู้จักกันในอีกชื่อหนึ่ง คือ เมืองกำมะถัน เพราะไม่ว่าจะเดินไปยังจุดไหนของเมือง ก็จะได้ของกลิ่นกำมะถันไฮโดรเจนซัลไฟด์ (Hydrogen sulphide) ที่คล้ายกับกลิ่นของไข่เน่า ซึ่งจะปะปนอยู่กับไอน้ำที่ผุดออกมาจากหลุมและรอยแยกที่มีอยู่มายมาย มีกิจกรรมหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนคลายด้วยการแช่บ่อน้ำร้อน หรือไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมอันน่าท้าทายและตื่นเต้น เช่น ล่องแก่ง พายเรือคายัค แข่งรถเลื่อน กระโดดบันจี้จัม และการนั่งเรือเร็วเจ็ทโบ๊ท เป็นต้น



• Queenstown

ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะใต้เป็นเมืองที่ตั้งอยู่ท่ามกลางเทือกเขาขนาดใหญ่ที่ชื่อ The Remarkables ซึ่งอุดมไปด้วยธรรมชาติอันสวยงามบนชายฝั่งของทะเลสาบวาคาติปู (Wakatipu) จึงทำให้ทิวทัศน์และบรรยากาศเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมาก Queenstown ไม่ได้มีเพียงแค่วิวทิวทัศน์อันสวยงามเท่านั้น แต่ยังสามารถเล่นสกีเป็นเมืองหลวงแห่งการผจญภัยอีกด้วย เป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความท้าทายจากการผจญภัยนานาชนิด ไม่ว่าจะเป็นกีฬาที่เป็นจุดเด่น และขึ้นชื่อที่สุดของที่นี่อย่างการกระโดดบันจี้จัม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ อีกมายมาย เช่น การตั้งพลั่ว นั่งเรือเร็วเจ็ทโบ๊ท ล่องแก่ง รมร้อน สกีและสโนว์บอร์ด เป็นต้น



• Taupo

ตั้งอยู่ใจกลางของเกาะเหนือ และเป็นเมืองบนชายฝั่งของทะเลสาบ Taupo ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในทวีป มีความหลากหลายของภูมิทัศน์และทัศนียภาพ ดมบ้จกท่ยของนักท่องเท่ยวได้ย่กยงดี ไม่ว่กจะเป็นการผ่อนคลายด้วยการแช่น้ำร้อนและสปา เดินเล่นชมทัศนียภาพอันสวยงามและสงบ



หรือ เล่นกอล์ฟในสนามที่ได้มาตรฐานระดับโลก สำหรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความท้าทายและตื่นเต้น taupo ก็มีกิจกรรมมากมายเอาไว้รองรับ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางน้ำอันเป็นที่ขึ้นชื่อของ Taupo เช่น ล่องแก่ง พายเรือคายัค เล่นเรือใบ parasailing และยังเป็นแหล่งตกปลาเทราท์ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในโลก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและมีศักยภาพ
2. มีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมผจญภัย สามารถปรับกิจกรรมได้ตามฤดูกาล
3. เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ แร่ธาตุที่สำคัญและอุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลก
4. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรอย่างเข้มข้น
5. มีมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญ

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. การขาดเส้นทางการเดินทาง เพื่อเข้าถึงแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวและผจญภัยในหลายแห่ง
2. การขาดการส่งเสริมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น
3. การขาดการจัดการในด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ การจัดการขยะในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวตามภูเขา
4. การแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากธรรมชาติ ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม
5. การเดินทางหลัก คือ การเดินทางทางเครื่องบิน ดังนั้น จึงมีการใช้น้ำมันปริมาณสูงมากในแต่ละปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จะให้ความสำคัญกับพลังงานทางเลือก

โอกาส (Opportunities)

1. การเพิ่มขึ้นของจำนวนการบริการด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. กระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในทั่วโลก
3. ความต้องการในการจัดการพื้นที่อนุรักษ์ในธรรมชาติและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในธรรมชาติที่มีความยั่งยืน
4. การเร่งฟื้นฟูธรรมชาติและระบบนิเวศในการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากธรรมชาติ เช่น การทำเหมืองแร่ เป็นต้น

อุปสรรค (Threats)

1. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ
2. สภาวะเศรษฐกิจโลก การเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์จะขึ้นอยู่กับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ด้วย
3. การแข่งขันของการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งมีผลต่ออัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในขณะที่อยู่ในประเทศ

ประเทศออสเตรเลีย

เป็นประเทศซึ่งประกอบด้วยแผ่นดินหลักของทวีปออสเตรเลีย เกาะแทสเมเนีย และเกาะอื่นๆ ในมหาสมุทรอินเดีย แปซิฟิก ภูมิประเทศโดยทั่วไปร้อยละ 65 เป็นที่ราบสูง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทะเลทรายที่แห้งแล้งและทุรกันดาร และมีขนาดทะเลทรายรวมกันใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากทะเลทรายซาฮาราในทวีปแอฟริกา เนื่องจากออสเตรเลียมีภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะทำให้มีสิ่งมีชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง และสิ่งมีชีวิตพวกนี้ได้มีวิวัฒนาการเป็นอิสระจากสิ่งมีชีวิตบนแผ่นดินใหญ่ โดยเฉพาะสัตว์ที่มีกระเป๋าหน้าท้อง เช่น จิงโจ้ เป็นต้น ประเทศออสเตรเลียได้รับการพิจารณาและยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับความนิยมแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากอุดมไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสภาพแวดล้อมจากทะเลทราย ป่าฝน จนไปถึงแนวปะการังริมชายฝั่ง นอกจากนี้ ออสเตรเลียยังมีพื้นที่ที่ถือว่าเป็นมรดกของโลกอยู่มากมาย อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติ Kakadu อุทยานแห่งชาติ Uluru ป่าดิบชื้นทางฝั่งตะวันออก ทะเลสาบ Willandra และเกาะ Fraser เป็นต้น

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศออสเตรเลีย

จากสถิติในปี 2010 มีนักท่องเที่ยวที่เข้าไปยังประเทศออสเตรเลีย 3 อันดับแรก คือ นิวซีแลนด์ ร้อยละ 19 รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร ร้อยละ 11 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 8 ตามลำดับ โดยส่วนมากผู้ที่เดินทางไปยังออสเตรเลียมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46 และพบปะครอบครัวหรือเพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 24

ส่วนในปี 2009 ออสเตรเลียมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ 3.3 ล้านคน ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3 โดยที่ร้อยละ 64 เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางธรรมชาติ ซึ่งมีปริมาณสูงกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศแบบพักผ่อนและแบบไปเช้าเย็นกลับ แสดงดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางธรรมชาติ

	Total visitors							Average annual change
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
International								
Number of visitors (million)	2.79	3.02	3.46	3.43	3.45	3.36	3.31	3%
Share of total (%)	64%	63%	69%	67%	66%	65%	64%	
Domestic overnight								
Number of visitors (million)	12.59	12.62	12.27	13.15	14.83	12.94	12.46	0%
Share of total (%)	17%	17%	18%	18%	20%	18%	19%	
Domestic day								
Number of visitors (million)	12.65	11.01	12.57	12.44	14.55	12.37	12.55	0%
Share of total (%)	9%	8%	10%	9%	10%	9%	9%	

ที่มา: Australia Government, Department of Resource, Energy and Tourism (2009)

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเที่ยวชมอุทยานแห่งชาติถือเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาเป็นการเข้าชมสวนพฤกษศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 38 และในส่วนของกิจกรรมที่นิยมของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ การเดินทางไปท่องเที่ยวแบบมีการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา คือ เดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับคิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 2.9แสดงจำนวนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามประเภทกิจกรรม

Type of nature activities	International	Domestic overnight	Domestic day %
Bushwalking/rainforest walks	38	48	36
Visit national parks/state parks	66	47	43
Visit botanical or other public gardens	56	19	24
Visit wildlife parks/zoos/aquariums	57	17	14
Whale or dolphin watching	12	4	2
Snorkelling	17	5	2
Scuba diving	8	1	1
Total nature visitors (million)	3.30	12.46	12.55

ที่มา: Australia Government, Department of Resource, Energy and Tourism (2009)

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศออสเตรเลีย

วัตถุประสงค์ของการบริหารการท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลีย คือ เพื่อเพิ่มคุณภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งภาครัฐและเอกชนต้องมีความร่วมมือกัน นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวออสเตรเลียได้แต่งตั้งธนาคารเพื่อการพัฒนาออสเตรเลียด้านการท่องเที่ยว โดยให้สถาบันการศึกษาเอกชนจัดการโปรแกรมเงินทุนสำหรับการท่องเที่ยว SMEs รวมถึงในส่วนของมาตรการทางการเงินของสหภาพยุโรป วัตถุประสงค์ของการสนับสนุนเงินทุน เพื่อการปรับปรุงคุณภาพและขนาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงยกระดับคุณภาพของซอฟต์แวร์และการฝึกอบรม เพื่อร่วมส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างทางการเงินรัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมสุขภาพการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และดึงดูดความสนใจของแหล่งเงินทุนเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว

นอกจากการสร้างกิจกรรมพิเศษ เพื่อเป็นตัวเลือกลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างการปฏิบัติที่ดีที่สุดแก่นักท่องเที่ยวและความรู้กระจายในสถานที่อื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างการแข่งขันระหว่างประเทศของสถานที่ท่องเที่ยวของออสเตรเลียและภูมิภาคในวันหยุด และมีการเข้าร่วมในสหภาพยุโรป เพื่อก้าวสู่การแข่งขันกันในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและการตลาดร่วมกับความยั่งยืนทางสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยกระทรวงได้สนับสนุนและริเริ่มโครงการสำหรับการจัดตั้งเงื่อนไขและผลักดันส่งเสริมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและสันนาการสำหรับนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยในประเทศออสเตรเลีย

- **Great Barrier Reef**



เกรท แบรีเออร์ รีฟ หรือที่เรียกว่า แนวปะการังยักษ์ เป็นกลุ่มของสิ่งมีชีวิต ขนาดใหญ่ที่สุดในโลก เป็นที่รวมปะการังที่สวยงามกระจายอยู่ในประเทศออสเตรเลียทางฝั่งตะวันออกครอบคลุมประมาณ 300,000 ตารางกิโลเมตร แบรีเออร์ รีฟ นี้ประกอบไปด้วยสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กจำพวกปะการังแข็งและปะการังอ่อน นับเป็นพันล้านหน่วย ทั้งยังเป็นแหล่งอนุบาลตัวอ่อนของสัตว์น้ำที่สำคัญยิ่งของบริเวณนั้นและยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตทางทะเลทั้งหลายอีกด้วย

กิจกรรมในส่วนของกิจกรรมเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นชมทิวทัศน์รอบบริเวณชายฝั่ง ดำน้ำหรือ snorkeling เพื่อสำรวจแนวปะการังในช่วงน้ำลงต่ำสุดหรือใต้น้ำ โดยอยู่ในความดูแลและฝึกหัดของผู้ฝึกสอนที่มีทักษะและความชำนาญ หรือถ้าต้องการที่จะได้สัมผัสรสชาติของประสบการณ์ใต้น้ำโดยไม่ต้องดำน้ำการเรียนรู้และชมภาพทิวทัศน์ใต้น้ำโดยการ“นั่งเรือท่องเที่ยวชม” ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง

• Shark Bay

หนึ่งในมรดกโลกอยู่ทางตะวันตกของออสเตรเลีย เป็นชายฝั่งและหมู่เกาะที่มีทิวทัศน์โดดเด่น ครอบคลุมพื้นที่กว่า 13,000 ตารางกิโลเมตร โดยมีความลึกเฉลี่ยประมาณ 10 เมตร เป็นสถานที่ที่มีสิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่หลากหลายและยังมีมรดกทางวัฒนธรรมกว่าพันปีของชาวพื้นเมือง Malgana, Nhandu และ Yingkarta ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของ Shark Bay คือ อ่าวทั้งสองเกิดขึ้นจากคาบสมุทรที่เป็นแนวขนานกันโดยเหตุที่เป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์ของ Shark Bay ทำให้มีลักษณะทางธรรมชาติที่หลากหลายพืชพันธุ์ธรรมชาติจะมีสีส้มที่ตัดกันหรือแม้แต่สัตว์บกและสัตว์น้ำก็จะมีสีส้มตัดกัน ทำให้ Shark Bay ได้กลายเป็นแหล่งรวมของสัตว์ป่านานาชนิดพืชพันธุ์ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และทิวทัศน์ที่สวยงามไม่เหมือนที่อื่นใดในโลก มีกิจกรรมหลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ขี่ลู่หรือม้าชมทิวทัศน์เลียบชายหาด, kayaking, scuba diving, snorkeling, kite surfing, โต้คลื่น, ให้อาหารโลมา และอื่นๆ อีกมากมาย



Source: australiascoralcoast.com

• Kakadu



Source: nicetravelling.com

นับเป็นเมืองหนึ่งในไม่กี่แห่งของโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลกทั้งในด้านคุณค่าทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ค้นพบอุทยานแห่งชาติที่ใหญ่ที่สุดของออสเตรเลีย นักท่องเที่ยวจะได้พบหน้าผาอันสูงชันป่าฝนที่อุดมสมบูรณ์สัตว์นานาชนิดที่สามารถหาดูได้เฉพาะถิ่น และแกลเลอรีศิลปะบนหินที่มีอายุถึง 50,000 ปี การเยี่ยมชมอุทยานนั้น นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสสำรวจและสัมผัสกับศิลปะประเพณีของชาวอะบอริจิน และล่องเรือบนลำน้ำที่งดงามผ่านฝูงจระเข้ ปลาและนกที่บิน

อพยพย้ายถิ่น

• **Gold Coast**

เมืองชายฝั่งตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของรัฐ Queensland มีประชากรมากเป็นอันดับที่หกของประเทศ เมื่อก้าวถึง Gold Coast



ชายหาดอันสวยงามจะเป็นสิ่งแรกที่ทุกคนนึกถึง เรียกได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยขึ้นชื่อที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศออสเตรเลีย มีกิจกรรมเชิงผจญภัยหลากหลายชนิดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการโต้คลื่น การกระโดดบันจี้จัม การล่องแก่ง และการตั้งพลูตา ยิ่งไปกว่านั้นที่ Gold Coast ยังเป็นศูนย์รวมแห่งสวนสนุกและสวนน้ำที่ใหญ่ที่สุดของออสเตรเลียอีกด้วย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ คุณสมบัติและลักษณะเฉพาะทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น มีจำนวนสัตว์ที่เสี่ยงสูญพันธุ์เฉพาะถิ่นมากที่สุดในโลก และพันธุ์พืชเฉพาะถิ่นที่มากกว่า 13,000 ชนิด ด้วยลักษณะเฉพาะและความน่าดึงดูดใจของทรัพยากรธรรมชาติของออสเตรเลีย รวมถึงสัตว์ป่าที่น่าสนใจ เช่น หมิวโคอาลา และจิงโจ้ คุณลักษณะธรรมชาติ เช่น Great Barrier Reef และอุทยานแห่งชาติ Kakadu สิ่งเหล่านี้ทำให้ออสเตรเลีย เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างกว้างขวาง มีอัตราสวนที่มากของพื้นที่ประเภทที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ (wilderness) หรือพื้นที่กึ่งธรรมชาติ (semi-wilderness) รวมไปถึงพื้นที่คุ้มครอง การเข้าถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีคุณค่าในเมืองใหญ่ๆ ของออสเตรเลียทำได้ง่าย เนื่องจากอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่น ซิดนีย์ / Blue Mountains โกลด์โคสต์ 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> มีความเสี่ยงต่อการถูกทำลายของสถานที่และทรัพยากรธรรมชาติสูงชัน เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น มุมมองในแง่ลบของผู้จัดการทรัพยากรพื้นที่คุ้มครองและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อกัน ทั้งสองกลุ่มมีแนวคิดที่ขัดแย้ง คือ การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเห็นผู้จัดการทรัพยากรมีความเข้มงวดเกินควร และในทางกลับกันผู้จัดการทรัพยากรก็มักจะเห็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นพวกที่ทำตามอำเภอใจอย่างไม่เหมาะสมและไม่ยั้งคิด ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการกับทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย เพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีองค์กรที่มาดูแลภาพรวมในทุกๆ ด้านของการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ทำให้ขาดศักยภาพที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นๆ
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่แต่ยังคงไม่เป็นที่รู้จักให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โอกาสที่จะพัฒนาพื้นที่และบุคลากรที่เชี่ยวชาญเมืองที่ห่างไกล การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น การทำให้แหล่งท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่ธรรมชาติเป็นอีกตัวเลือกทางเศรษฐกิจ ยังมีทรัพยากรอยู่อีกมากที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> การเจริญเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวส่งผลในแง่การคุกคามทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว ป่า น้ำ ทะเลและทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ ได้รับความกระทบจากอุตสาหกรรมที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติอาจจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ เช่น ภาวะโลกร้อน การแข่งขันของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สูงขึ้น ถูกมองว่า ขาดความท้าทายใหม่ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการท่องเที่ยวผจญภัยมานาน

ประเทศสหราชอาณาจักร (United Kingdom)

เกาะบริเตนใหญ่ ซึ่งได้แก่ อังกฤษ สกอตแลนด์ เวลส์ รวมกับไอร์แลนด์เหนือบนเกาะไอร์แลนด์เข้าด้วยกัน นอกจากดินแดนทั้ง 4 แล้ว สหราชอาณาจักรยังมีดินแดนโพ้นทะเลและดินแดนใต้การปกครองอื่นๆ กระจายอยู่ทั่วโลก สหราชอาณาจักรจึงได้ชื่อว่า ดินแดนพระอาทิตย์ไม่เคยตกดิน สหราชอาณาจักรมีพรมแดนทางทิศใต้จรดช่องแคบอังกฤษ ซึ่งคั่นระหว่างสหราชอาณาจักรกับภาคพื้นทวีปยุโรป โดยทางทิศเหนือจรดกับทะเลเหนือ ทางทิศตะวันตกกับทะเลไอร์แลนด์และมหาสมุทรแอตแลนติก สหราชอาณาจักรมีพรมแดนทางบกกับรัฐอื่นเพียงแห่งเดียว คือ ระหว่างไอร์แลนด์เหนือและสาธารณรัฐไอร์แลนด์

สภาพภูมิประเทศของประเทศอังกฤษนั้นส่วนมากจะเป็นแผ่นดินนูนที่ต่ำ มีภูเขาทางตอนเหนือ และตะวันตกเป็นเส้นแนวแบ่งเขตแดน มีเขตเมืองที่ใหญ่ที่สุด คือ เขตปริมณฑลลอนดอน ไม่มีภูเขาที่สูงกว่า 1000 เมตรในแคว้นอังกฤษ

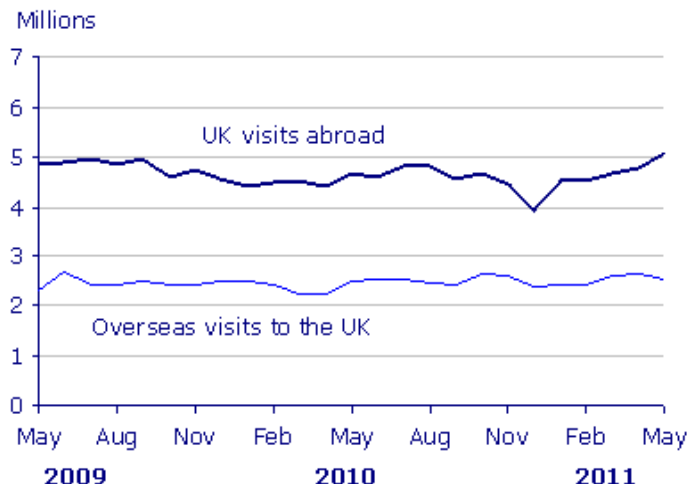
สกอตแลนด์นั้นมีความหลากหลาย มีที่ต่ำทางตอนใต้ และที่สูงทางตอนเหนือ ตะวันออก และตะวันตก มีภูเขาเบนเนวิส สูง 1,344 เมตร เป็นภูเขาที่สูงที่สุดในหมู่เกาะอังกฤษ มีทะเลสาบ ช่องแคบที่ยาวและลึกเป็นจำนวนมาก และมีเกาะถึงกว่า 800 เกาะ เมืองหลวง คือ เมืองเอดินบะระ ซึ่งเป็นเมืองที่มีศูนย์กลางเมืองเป็นมรดกโลก แต่เมืองที่ใหญ่ที่สุดนั้น คือ เมืองกลาสโกว์

ภูมิประเทศของเวลส์ส่วนมากจะเป็นภูเขา มีภูเขาสโนว์ดอน สูง 1,085 เมตร เป็นภูเขาที่สูงที่สุดในแคว้น มีเมืองคาร์ดิฟฟ์เป็นเมืองหลวง ส่วนแคว้นไอร์แลนด์เหนือ นั้น ตั้งอยู่บนเกาะไอร์แลนด์ และส่วนมากจะเป็นเทือกเขา

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในสหราชอาณาจักร

จากการสืบค้นสถิตินักท่องเที่ยวของสหราชอาณาจักร พบว่า ในช่วงเดือนล่าสุดมีแนวโน้มเติบโตในการเดินทางทั้งออกนอกประเทศและเข้ามาในสหราชอาณาจักร มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม ปี 2011 สูงขึ้นร้อยละ 8 และมีการเดินทางออกถึงร้อยละ 11 ปัจจัยที่ทำให้ช่วงสามเดือนดังกล่าว มีการปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงปลายอีสเตอร์และเป็นช่วงงานแต่งงานของเจ้าชายวิลเลียม และมีช่วงวันหยุดยาว ส่วนก่อนหน้านั้นจะเห็นว่าตัวเลขหยุดชะงักลง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพอากาศที่เลวร้าย และในช่วง 12 เดือนก่อนถึงเดือนพฤษภาคมของปี 2011 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นถึง 0.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 3 โดยเพิ่มขึ้นจาก 29.5 ล้านคนเป็น 30.2 ล้านคน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2010 ดังภาพที่ 3.4

โดยประเทศที่มีการเดินทางมากที่สุด คือ ประเทศทางยุโรป เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จาก 21.8 เป็น 22.3 ล้านคน รองลงมา คือ ทวีปอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้น 3.5 ล้านคน และที่อื่นๆ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7 จาก 4.2 เป็น 4.5 ล้านคน นอกจากนี้ ยังพบว่าการเดินทางเพื่อธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ส่วนการเดินทางเพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติยังคงสถิตินิ่ง



ภาพที่ 2.6 แสดงการเติบโตของการเดินทางและการท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร ปี 2009-2011
ที่มา : Office for National Statistics (2010)

จากการศึกษาข้อมูลที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในหมู่นักท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการทำกิจกรรมในการเดินชมเพื่อสัมผัสกับชนบทและสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ถึงร้อยละ 65 รองลงมา คือ การดูสัตว์ป่า ร้อยละ 62 การชมธรรมชาติ ร้อยละ 49 แสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 2.10 แสดงการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเชิงนิเวศในสหราชอาณาจักร ปี 2006

กิจกรรม	จำนวน (%)
Activities participated in on last holiday	
Saw wildlife in its natural surroundings	39%
Visited National Parks	28%
Stayed in the wilderness	10%
Visited a rainforest/jungle	10%
Activities looked for in a long haul holiday	
Walk in untouched countryside and natural environments	65%
See wildlife in natural surroundings	62%
Environmental/ecological sites to visit	49%
Activities that holidays are sometimes planned around	
Walking/Hiking/Bushwalking/Rainforest Walk/Rambling	21%
Nature/ecological/environmental activities/wilderness	22%
Bird or animal watching	11%
Camping	11%
Activities participated in on last holiday	

ที่มา: Tourism Queensland (2006)

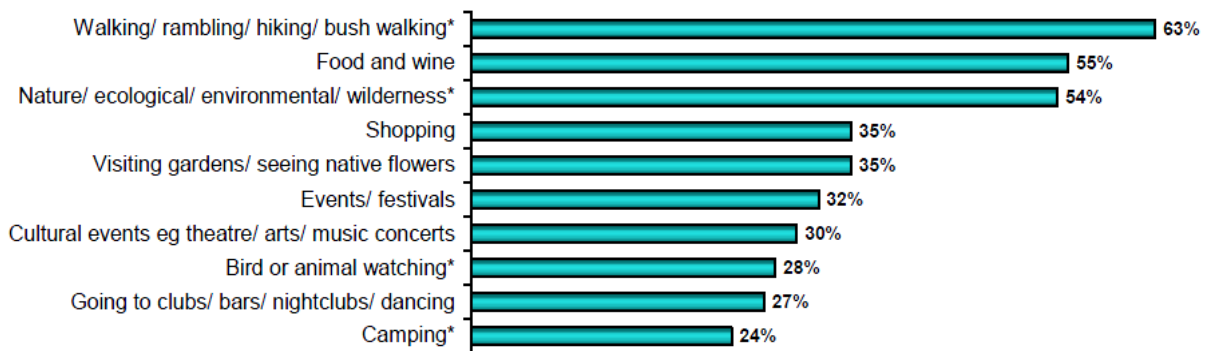
นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในสหราชอาณาจักร

กระทรวงการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและการกีฬาของสหราชอาณาจักร ได้คาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีทิศทางในการเติบโตสูงขึ้น ทั้งทางด้านการแข่งขันและรายได้จากการท่องเที่ยวที่มากกว่าในปัจจุบัน ซึ่งคาดว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าโอกาสในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้จะเติบโตอย่างมาก เริ่มตั้งแต่ที่มีพระราชพิธีอภิเษกสมรสของเจ้าชายแห่งอังกฤษ และการเป็นเจ้าภาพกีฬาโอลิมปิกในปี 2012 ซึ่งทางรัฐบาลจึงต้องวางนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยว โดยการสร้างจุดแข็งของส่วนที่ยังมีจุดอ่อนอยู่ ซึ่งในเดือนมีนาคม 2011 รัฐบาลแห่งสหราชอาณาจักรได้ประกาศนโยบายการท่องเที่ยวแห่ง Department for Culture, Media and Sport (2011) โดยมีเป้าหมายสำคัญดังนี้คือ

- สนับสนุนการจัดแคมเปญทางการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังสหราชอาณาจักรในปี 2012 โดยมีแคมเปญ E100 ซึ่งได้รับการสนับสนุนทั้งจากทางรัฐบาลและเอกชน มีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นจากเดิมกว่า 4 ล้านคน ในอีก 4 ปีข้างหน้า
- การเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวภายในประเทศโดยจัดวันหยุดพักผ่อนให้ตรงกับวันหยุดการเดินทางของคนเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศในแต่ละปี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวพักผ่อนในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากวันหยุดพักผ่อนในการท่องเที่ยวเดิม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อวัน
- พัฒนาประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กลายเป็นหนึ่งใน 5 อันดับของโลก ที่มีศักยภาพและการแข่งขันทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผลงุภัยในสหราชอาณาจักร

ในการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนโดยทั่วไปจะต้องมีการวางแผนการท่องเที่ยว ซึ่งจากการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสหราชอาณาจักรในปี 2006 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนไปเดินป่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 แสดงดังภาพที่ 2.7



* Ecotourism defining variable.

ภาพที่ 2.7 แสดงกิจกรรมวางแผนท่องเที่ยวที่นิยม 10 อันดับ ในสหราชอาณาจักร

ที่มา: Tourism Queensland (2006)

• Roe Valley Country Park

Roe Valley Country Park อยู่ในเขตชานเมืองของ Londonderry ของประเทศ Northern Ireland ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เจียบสงบสวยงามสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำ plunges ผ่านช่องเขาที่งดงาม อีกทั้งยังมีความหลากหลายของเส้นทางตามแนวริมแม่น้ำและป่าซึ่งเหมาะสำหรับการเดินทางชมทิวทัศน์อันงดงาม ในฤดูใบไม้ผลิที่พื้นป่าที่ปกคลุมไปด้วยพืชพันธุ์ของดอกไม้ป่าที่น่าสนใจ สวนเป็นที่อยู่อาศัยของค้างคาวแม่ไก่และสัตว์ชนิดอื่นๆมากมาย และนกเก็นหกสิบชนิดที่ให้เห็นในสวนสาธารณะ จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมเดินป่า นอกจากนี้เนื่องจากภูมิทัศน์ที่มีแม่น้ำขนาบด้วยธรรมชาติอันสวยงามกิจกรรมที่นิยมอีกชนิด คือ การพายเรือแคนู



• Dartmouth

Dartmouth ตั้งอยู่ที่เมือง Devon ในประเทศอังกฤษ เป็นเมืองที่มีเสน่ห์ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ Dart บริเวณชายฝั่งที่ล้อมรอบด้วยหมู่บ้านเล็กๆ จำนวนมาก ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นที่ธรรมชาติอันงดงามโดดเด่นของภูเขา สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาทำกิจกรรม ตกปลา ดูนก หรือเล่นเรือใบซึ่งเป็นกิจกรรมที่ขึ้นชื่อที่สุดของเมืองนี้ โดยเล่นในแม่น้ำชายฝั่ง เพื่อสำรวจล้าธารและแม่น้ำ นอกจากนี้ ยังมีการพายเรือแคนูในแม่น้ำอันเจียบสงบที่ล้อมรอบด้วยป่าไม้และสัตว์ป่า



• Anglesey

Anglesey ตั้งอยู่หลังเทือกเขา Snowdonia และแยกออกจากแผ่นดินใหญ่เวลส์ โดย Menai มีระยะทางกว่า 125 กิโลเมตร จากชายฝั่งทะเลที่งดงาม วิวทิวทัศน์ชายทะเลเป็นเกาะ จึงเป็นที่น่าสนใจ และมีความหลากหลาย กระจายตามหมู่บ้านชายทะเลที่มีขนาดเล็ก ที่มีทั้งหาดหินและหาดทรายกว้างเป็นแนวยาว นอกจากนี้ ยังมีเส้นทางที่เต็มไปด้วยร่องรอยประวัติศาสตร์ โบราณสถานโรมันหลายแห่ง ซึ่งตั้งอยู่บนเส้นทางชายทะเลที่ตั้งอยู่ในความงามตามธรรมชาติที่โดดเด่น



สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวของชายฝั่ง Anglesey ที่เป็นที่ยอดนิยมที่สุด คือ Coasteering ถือเป็นกีฬาการผจญภัยใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมและเติบโตเร็วที่สุดในกลุ่มคนรักการผจญภัยและเติบโตเร็วที่สุดในสหราชอาณาจักร โดยกิจกรรม Coasteering เป็นทำกิจกรรมที่กระตุ้นให้อะดรีนาลีนได้สูบฉีดอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการปีนหน้าผา ไรยตัวลงจากหน้าผา และการว่ายน้ำในบริเวณที่เต็มไปด้วยหินแถบชายฝั่ง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

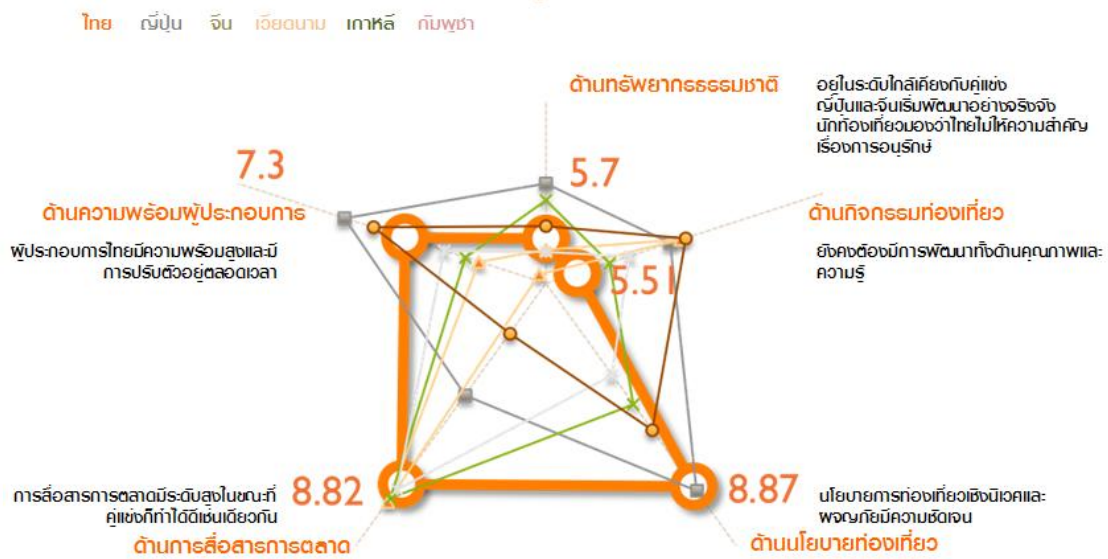
<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> มีแหล่งพื้นที่ธรรมชาติ และภูมิทัศน์ที่สวยงามตามแนวชายฝั่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับเป็นมรดกโลกหลายแห่ง มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีภูมิประเทศที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ กีฬาผจญภัยหรือการส่องสัตว์ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย เหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อน มีการจัดการข้อมูลสำหรับการวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ดี 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ห่างไกล ความกังวลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีความเสี่ยงต่อการถูกทำลายของสถานที่ และทรัพยากรธรรมชาติสูงขึ้น เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> กระแสการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น รัฐบาลมีการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของภาพโอลิมปิกเกมส์ในปี 2012 การเดินทางเข้ามาประชุมหรือติดต่อธุรกิจของต่างชาติ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> ภาวะเศรษฐกิจโลกซึ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวได้ ภาษีทางด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ต้นทุนของการท่องเที่ยวสูงขึ้น อัตราการขยายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อภูมิประเทศที่เปลี่ยนไป โครงสร้างพื้นฐานอาจไม่เพียงพอสำหรับการรับมือในการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

● **ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย**

จากการจัดลำดับประเทศที่มีความพร้อมด้านนิเวศและผจญภัยของภูมิภาคเอเชียพบว่า ประเทศที่มีศักยภาพหลักได้แก่ ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน กัมพูชา และ เกาหลีใต้ ทั้งนี้ประเทศในภูมิภาคนี้ ถือเป็นคู่แข่งชั้นโดยตรงของประเทศไทย เนื่องจากอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งนี้ประเทศในภูมิภาคเอเชียมีอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสูง อีกทั้งประเทศส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวจากยุโรป และเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ นิยมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้กันมากขึ้น ทำให้ประเทศต่างๆ มีการปรับตัวอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ประเทศในภูมิภาคเอเชีย

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียพบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ประเทศไทยยังไม่มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาทรัพยากรของประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง และยังไม่สามารถสร้างจุดแข็งที่ชัดเจนได้ รวมถึงในปัจจุบันยังขาดการอนุรักษ์ของชุมชนในท้องถิ่น ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนมีการกำหนดมาตรฐานและฟื้นฟูทรัพยากร ธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ส่วนประเทศไทยยังไม่มีความพร้อมของเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ทั้งนี้ เนื่องจากขาดการควบคุมมาตรฐาน และผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกองค์ความรู้ ทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในภูมิภาคด้านการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างทำได้ดี และผู้ประกอบการค่อนข้างมีความพร้อม และมีศักยภาพในการปรับตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน



ภาพที่ 2.8 ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย

ประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นประเทศหมู่เกาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 377,837 ตารางกิโลเมตร ประกอบไปด้วยการรวมตัวของเกาะน้อยใหญ่กว่า 6,800 เกาะ เกาะที่สำคัญ ได้แก่ ฮอกไกโด-ฮอนชู ชิโกกุ และคีวชู เกาะของญี่ปุ่นส่วนมากจะเป็นหมู่เกาะภูเขา ซึ่งมีจำนวนหนึ่งเป็นภูเขาไฟ เช่น ภูเขาไฟฟูจิ ภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงกว่าร้อยละ 61 เป็นที่ราบสูงร้อยละ 11 ที่ลุ่ม 13.8 และอื่นๆ อีกร้อยละ 24 ด้วยพื้นที่ส่วนมากเป็นภูเขาซึ่งไม่สามารถใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือทำการเพาะปลูกได้ เพราะมีลักษณะสูงชันและมีโอกาสที่จะเกิดดินถล่มจากแผ่นดินไหวหรือฝนที่ตกหนัก

ประชากรญี่ปุ่นส่วนใหญ่จึงต้องอาศัยอยู่บริเวณชายฝั่งอย่างหนาแน่น และทำให้เมืองสำคัญในญี่ปุ่นนับเป็นเมืองที่มีประชากรหนาแน่นมากแห่งหนึ่งของโลก และด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์และเส้นทางธรรมชาติอันงดงาม ส่งผลให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีกิจกรรมมากมายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและชื่นชมในทุกฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็นการชมอุทยานแห่งชาติที่มีอยู่หลายแห่งทั่วประเทศ แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติสำหรับการพักผ่อนหย่อนคลาย ริมทะเลตลอดจนในแหล่งเล่นสกี

กฎหมายใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาโดยการจัดตั้งองค์กรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแต่ละเขตปกครองร่วมกัน กำหนดแผนปฏิบัติการด้วยการอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในญี่ปุ่นได้รับความสนใจเพราะมีสมาคมในท้องถิ่นเพื่อทำหน้าที่ในการอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น เป็นผู้กำหนดความสมดุลของตลาดท่องเที่ยวและมีส่วนสนับสนุนให้รัฐบาลใส่ใจกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยิ่งขึ้น อาทิ โครงการ Treasure Hunting ที่ทำให้สังคมท้องถิ่นแลกเปลี่ยนการเยือนแหล่งท่องเที่ยวระหว่างกัน ซึ่งทำให้มีผู้สนใจในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและเพิ่มความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยิ่งขึ้น

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศญี่ปุ่น

ระหว่างปี 2001 และ 2007 จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทางอากาศและทางทะเลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการเดินทางทางอากาศมีจำนวนมากถึง 8.49 ล้านคน เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยว 666,000 คน ที่เดินทางไปยังประเทศญี่ปุ่นทางทะเล จากการสำรวจพบว่าผู้ที่เดินทางมายังประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนมากกว่าเดินทางไปเพื่อทำธุรกิจ (4.4 และ 1.4 ล้านคน ตามลำดับ) และจากการสืบค้นสถิติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด คือ เกาหลีใต้ รองลงมาคือ ไต้หวัน จีน สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ซึ่งแนวโน้มของการท่องเที่ยวนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในทุกปี ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศญี่ปุ่น ปี 2005-2008

	Units	2004	2005	2006	2007	2008
Total international arrivals	Thousands	6 138	6 728	7 334	8 347	8 351
Top 5 markets						
Korea	Thousands	1 588	1 747	2 117	2 601	2 382
Taiwan	Thousands	1 081	1 275	1 309	1 385	1 390
China	Thousands	616	653	812	942	1 000
United States	Thousands	760	822	817	816	768
Hong Kong (China)	Thousands	300	299	352	432	550
International travel receipts	100 billion JPY	12.2	13.7	9.8	11.0	11.2
International passenger transport receipts	100 billion JPY	3.3	3.4	3.5	3.6	3.1

ที่มา: THE ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2010

กระบวนการของการสร้างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะเขตร้อนของญี่ปุ่น โดยปกติมีสองมุมมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มุมมองแรก คือ การให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์ป่า วัฒนธรรม และอื่นๆ ในท้องถิ่น รวมถึงใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการอนุรักษ์ ส่วนอีกมุมมองหนึ่งคือ เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรที่มีให้ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะได้สามารถรักษาสภาพที่น่าสนใจและความบริสุทธิ์ของปลายทางเอาไว้ได้

กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำเป็นต้องมีกรอบความคิดที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปรวมถึงความร่วมมือของนักวิจัย, หน่วยงานรัฐบาล, นักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการ และคนในท้องถิ่น ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีบทบาทและความสำคัญแตกต่างกันออกไป สำหรับคนในท้องถิ่นที่ใช้ชีวิตประจำวันอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ถือว่ามีบทบาทอย่างมากต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากพวกเขาไม่เพียงเป็นผู้ดูแลทรัพยากรเหล่านี้ แต่ยังเป็นกลุ่มที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอีกด้วย ส่วนบทบาทของนักวิจัย คือ การดูแลทรัพยากรในท้องถิ่นจากมุมมองทางวิทยาศาสตร์และให้คำปรึกษา โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้ทางวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของพวกเขาอย่างละเอียดถี่ถ้วน

การทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แทนที่จะเป็นแค่คนที่มาท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากร ถือเป็นหลักสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านทักษะการแนะนำของไกด์ทัวร์ โปรแกรมการท่องเที่ยว ควรจะวางแผนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง ถึงวิธีการที่จะชื่นชมและเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติในเชิงอนุรักษ์และมีบทบาทในการสนับสนุนการอนุรักษ์สัตว์ป่าในพื้นที่ป่า และทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้วย

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศญี่ปุ่น

กฎหมายส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติขั้นพื้นฐานมีผลบังคับใช้ในเดือนมกราคม 2007 กฎหมายใหม่นี้ถือว่าการท่องเที่ยวเป็นหลักสำคัญของความพยายามในการสร้างชาติในศตวรรษที่ 21 ในเดือนมิถุนายน 2007 รัฐบาลได้วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติขั้นพื้นฐาน ซึ่งรวมถึงเป้าหมายที่จะบรรลุนโยบายขั้นพื้นฐานสำหรับการทำประเทศญี่ปุ่นให้เป็นประเทศท่องเที่ยว โดยดำเนินการในลักษณะที่ครอบคลุมและเป็นระบบ ซึ่งระบุโดยรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ รัฐบาลจะส่งเสริมมาตรการการท่องเที่ยวของประเทศตามแผนขั้นพื้นฐาน โดยมีเป้าหมายดังนี้

- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ถึง 10 ล้านคน โดยมีเป้าหมายระยะยาวเท่ากับจำนวนของการเดินทางในต่างประเทศของคนญี่ปุ่น
- เพิ่มจำนวนของการประชมนานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นกว่าร้อยละ 50 ในปี 2011 โดยมีจุดมุ่งหมายของการเป็นประเทศเจ้าภาพในขั้นของการประชุมระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย
- เพิ่มระยะเวลาของการเดินทางในประเทศญี่ปุ่นโดย 1 คืนต่อคนเป็นที่ 4 คืนเป็นประจำทุกปี
- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศของญี่ปุ่นถึง 20 ล้านคน ที่มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยในประเทศญี่ปุ่น

- **ภูเขาไฟฟูจิ**



ภูเขาไฟฟูจิอาจเรียกได้ว่าเป็นทิวทัศน์ที่ดีที่สุดของประเทศญี่ปุ่น ภูเขาไฟฟูจิที่อยู่เหนือตัวเมืองและป่าอันเขียวชะอุ่ม กว่า 3,700 เมตร มีรูปร่างเป็นทรงกรวยอย่างสมบูรณ์แบบ การปีนภูเขาไฟฟูจิถือเป็นประเพณีของชาวญี่ปุ่นทุกเพศทุกวัย เพื่อให้ได้ขึ้นไปชมวิทิวทัศน์อันสวยงาม ส่วนใหญ่ ผู้จะเริ่มปีนในช่วงบ่ายก่อนที่พระอาทิตย์ตกดินหรือไม่ก็ปีนตลอดทั้งคืน เพื่อที่จะได้ขึ้นไปชมพระอาทิตย์ขึ้นที่ยอดเขา นักท่องเที่ยวสามารถพักแรมได้ที่เมือง Shizuoka ซึ่งบริเวณใกล้ภูเขาไฟฟูจิ นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมในการเดินทางไปยังญี่ปุ่นด้วย น้ำพุร้อนกลางแจ้งที่มีมุมมองที่งดงามของภูเขา และยังได้ลิ้มรสอาหารทะเลที่ได้รับการยอมรับว่าดีที่สุดในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย นอกจากภูเขาไฟฟูจิแล้ว ยังมีอีกหลายแห่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปปีนเขาได้ เช่น ภูเขา Takao, Nikko National Park, และ Kiso Valley เป็นต้น

- **Hokkaido**

ฮอกไกโด ตั้งอยู่ทางทิศเหนือสุดในหมู่เกาะทั้งสี่เกาะหลักของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีความแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ของญี่ปุ่นด้วยภูมิศาสตร์ที่กว้างขวาง ธรรมชาติที่สวยงาม และสกีรีสอร์ทที่มีคุณภาพชั้นนำระดับโลก หลังจากโอลิมปิกฤดูหนาวในปี 1972 ที่ซัปโปโร ฮอกไกโดกลายเป็นสกีรีสอร์ทที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก และกลายเป็นลานสกีชั้นนำสำหรับนักสกีจากทั่วทุกมุมโลก



- **Kagoshima: Amami-Oshima Island**

เกาะ Amami - Oshima อยู่บริเวณทะเลใต้ของ Kagoshima ตั้งอยู่ใจกลางของหมู่เกาะ Amami ซึ่งประกอบด้วยเกาะ 8 เกาะ และเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสองในประเทศญี่ปุ่นรองจากเกาะ Sado-ga-shima น้ำทะเลรอบเกาะมีสีฟ้าใส เช่นเดียวกับปะการังที่มีสีสันสดใส และมีปลาเขตร้อนหลากหลายชนิด จึงเป็นที่รู้จักกันว่าเป็นจุดดำน้ำที่ยอดเยี่ยมอีกแห่งหนึ่ง



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลายกระจายอยู่ตามภูมิภาค ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม ศาสนา กีฬา และสุขภาพ ซึ่งมีส่วนช่วยผลักดันความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว 2. มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ทั้งการคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกแก่นักท่องเที่ยว 3. มีภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัยสูง 4. มีเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นปัจจัยสนับสนุนในด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยที่เน้น ปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากนักท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายตัวไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม 2. แผ่นดินไหวที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยว 3. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากปัญหาทางด้านภาษาที่แตกต่างกัน
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น มีกำลังซื้อมากขึ้น 2. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือก 3. การเข้าไปให้ความช่วยเหลือของต่างชาติจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิครั้งใหญ่ในการช่วยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและธรรมชาติ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การแข่งขันและแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น 2. ภัยธรรมชาติจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 3. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง

ประเทศเวียดนาม

ชื่อเรียกอย่างเป็นทางการคือ "สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม" เป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกสุดของคาบสมุทรอินโดจีน มีพรมแดนติดกับประเทศจีนทางทิศเหนือ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา ทางทิศตะวันตก และอ่าวตังเกี๋ย ทะเลจีนใต้ ทางทิศตะวันออก หรือในภาษาเวียดนาม เรียกว่า ทะเลตะวันออก ลักษณะภูมิประเทศมีที่ราบลุ่มแม่น้ำขนาดใหญ่ 2 ตอน คือ ตอนเหนือ เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแดง และตอนใต้เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง และมีที่ราบสูงตอนเหนือของประเทศ และยังเป็นภูมิภาคที่มีเขาฟาน ซี บัง (Phan Xi Pang) ซึ่งเป็นภูเขาที่สูง 3,143 เมตร ตั้งอยู่ในจังหวัดเล้าไค เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในอินโดจีน

เวียดนามมีพื้นที่ป่าทั้งสิ้น 107 แห่ง รวมเป็นพื้นที่ 2,381,791 ไร่ โดยเป็นพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ 11 แห่ง เขตพื้นที่อนุรักษ์ 61 แห่ง และป่าประวัติศาสตร์ 34 แห่ง มีปะการังทั้งหมด 350 ชนิด รวมทั้งอีก 95 ชนิด ในทะเลทางตอนเหนือ และ 225 ชนิดในทางตอนใต้ นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านี้แล้ว เรื่องของศาสนา โบราณคดี มรดกวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ยังถือเป็นปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเวียดนามอีกด้วย

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศเวียดนาม

ในปี 2010 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเวียดนามมี 5,049,855 คน มีการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34.8 ส่วนใหญ่เดินทางทางอากาศมากที่สุดถึง 4,061,712 คน รองลงมาคือ ทางถนน และทางทะเล โดยมีจุดประสงค์เข้ามาเพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ การเดินทาง

มาเพื่อติดต่อธุรกิจ และเยี่ยมญาติหรือคนรู้จัก ตามลำดับ และเมื่อจำแนกประเทศที่มีการเดินทางเข้ามาในประเทศเวียดนาม พบว่า ประเทศที่มีการเดินทางเข้ามามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศจีน จำนวน 905,360 คน รองมา คือ ประเทศเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น จำนวน 495,902 คน และ 442,089 คน ตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเวียดนามในปี 2010

	Dec. 2010 (estimate)	Accrued for 12 months of 2010	Dec. 2010 vs. Nov. 2010 (%)	Dec. 2010 vs. Dec. 2009 (%)	12 months 2010 vs. 12 months 2009 (%)
Total	449,570	5,049,855	105.0	119.0	134.8
By means of transportation					
By air	365,070	4,061,712	104.8	119.1	134.2
By sea	4,500	50,500	112.5	104.7	76.6
By road	80,000	937,643	105.3	119.5	143.0
By purposes of trips					
Tourism	258,689	3,110,415	105.1	109.3	138.8
Business	91,129	1,023,615	102.7	125.5	137.9
Visiting relatives	53,841	574,082	108.2	112.7	110.9
Others	45,911	341,743	105.0	221.5	138.6
By countries and territories					
China	72,279	905,360	117.9	152.5	174.5
South Korea	45,529	495,902	99.4	134.9	137.7
Japan	43,517	442,089	100.9	135.9	124.0
USA	35,585	430,993	95.3	98.2	106.9
Taiwan	27,455	334,007	100.5	110.9	123.7
Australia	26,803	278,155	118.2	106.1	128.1
Cambodia	20,839	254,553	127.7	1,517.8	215.2
Thailand	21,459	222,839	105.9	117.2	139.7
Malaysia	23,818	211,337	117.2	116.6	127.6
France	17,058	199,351	78.5	113.1	115.3
Others	115,228	1,275,269	102.8	93.5	126.9

ที่มา : Vietnam National Administration of Tourism (2010)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวความคิดใหม่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนาม โดยเริ่มมีการพัฒนามาตั้งแต่ 20 ปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม ศักยภาพทางด้านวัฒนธรรมและทางธรรมชาติก็ยิ่งถือว่าดีกว่าในประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ทำให้เป็นข้อได้เปรียบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีพันธุ์ไม้กว่า 13,000 ชนิด และพันธุ์สัตว์กว่า 15,000 ชนิด ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงการค้นพบใหม่ 3 สายพันธุ์ โดยเมื่อเทียบอัตราส่วนต่อโลกแล้วคิดเป็นร้อยละ 6.3 และเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเวียดนามได้รับการส่งเสริมจากทางรัฐบาลจึงทำให้ได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และมีอัตราการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี (Tran Ha Mai Ly and Do Quynh Anh, 2011)

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศเวียดนาม

แผนแม่บทการพัฒนากลยุทธ์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามปี 2010 ได้รับความอนุมัติจากนายกรัฐมนตรีในเดือนพฤษภาคม 1995 โดยเน้นกลยุทธ์ของการรักษาฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจะต้องมีการรักษาความงามของธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรทางชีวภาพนั้นด้วย (Tran Dinh Lam, 2010) ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวของเวียดนามมีดังนี้

- ภูมิประเทศทางธรรมชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงในเชิงลบ เนื่องจากการก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยวของโรงแรมและการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ การท่องเที่ยวจึงได้รับความเสียหาย รวมถึงการบุกรุกในสถานที่ที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม

- ของเสีย ทั้งของเหลวและของแข็งก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมในเมืองอย่างรวดเร็ว ผิดกับความทันสมัยที่เข้ามา และการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในการสร้างเมืองในพื้นที่ชายฝั่งทะเล มีส่วนทำให้ปริมาณและประเภทของสารมลพิษในสิ่งแวดล้อมทางทะเลมากขึ้น ส่งผลทำลายทรัพยากรทางทะเลโดยเฉพาะในพื้นที่ชายฝั่งทะเลของภาคเหนือ และภาคใต้ของเวียดนาม ความเข้มข้นของสารมลพิษที่เพิ่มขึ้นถูกตรวจพบในทะเล แนวปะการังหลายแห่งมีการถูกทำลาย นอกจากนี้ ยังมีการเสื่อมสภาพอย่างรุนแรงในผลผลิตการประมงของพื้นที่ชายฝั่งทะเล

- ป่าในเขตร้อน พื้นที่เกาะในทะเล ถ้า แนวปะการัง ถูกทำลายจากกิจกรรมของนักท่องเที่ยว
- การใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จากแร่ในการทำเหมือง ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมากกับสภาพแวดล้อม ที่ดินป่าไม้ถูกทำลาย เกิดน้ำเสียและสภาพแวดล้อมทางอากาศ การใช้ประโยชน์ถ่านหินใน Quang Ninh ได้ทำลายป่าไม้ไปอย่างมาก รวมทั้งมลพิษของแม่น้ำลำธาร และน้ำทะเลในฮาลองเบย์

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวยังนำผลประโยชน์ต่างๆ สู่ประเทศเวียดนาม ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ และสังคมวัฒนธรรม การท่องเที่ยวสามารถนำไปสร้างเงื่อนไขในการสร้างรายได้จากทั้งในส่วนของสถานประกอบการของบริการ ชุมชนท้องถิ่นก็ได้รับประโยชน์จากระบบถนนที่ทันสมัย การระบายน้ำและไฟฟ้าซึ่งอาจไม่ถูกสร้างขึ้นในกรณีที่ไม่มีการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน (รัฐบาล ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว) จะต้องเคารพต่อคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติ มีความรับผิดชอบในการรักษาพื้นที่ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การเก็บรักษาวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งคืนผลประโยชน์ที่แท้จริงเพื่อคนในท้องถิ่นนั้นด้วย

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศเวียดนาม

พื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศเวียดนาม ได้แก่ ระบบนิเวศแถบชายฝั่ง (แนวปะการัง ทะเลกึ่งปิดหรือลากูน หาดทราย และป่าชายเลน) ภูเขาหินปูน อุทยานแห่งชาติ และเขตอนุรักษ์ต่างๆ ไปจนถึงสวนผลไม้ สถานที่ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ นอกจากจะมีภูมิทัศน์น่าสนใจแล้ว ยังเป็นแหล่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันมีค่าของเวียดนามอีกด้วย



- **Ha Long**

ฮาลองเบย์ตั้งอยู่ในอ่าวตังเกี๋ย เป็นอ่าวแห่งหนึ่งในพื้นที่ของอ่าวตังเกี๋ย ทางตอนเหนือของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ใกล้ชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาชนจีน มีพื้นที่ทั้งหมด 1,500 ตารางกิโลเมตร และมีชายฝั่งยาว 120 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงฮานอยไปทางตะวันออกเฉียง 170 กิโลเมตร ชื่อ

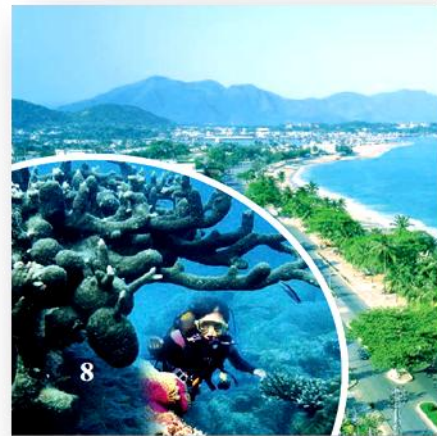
ตามการออกเสียงในภาษาเวียดนามเขียนได้ว่า "Vinh Ha Long" หมายถึง อ่าวแห่งมังกรผู้ดำดิ่ง" ในอ่าวฮาลองมีเกาะหินปูนจำนวน 1,969 เกาะ โผล่พ้นขึ้นมาจากผิวทะเล บนยอดของแต่ละเกาะ



มีต้นไม้ขึ้นอยู่อย่างหนาแน่น หลายเกาะมีถ้ำขนาดใหญ่ภายในมีหินงอกและหินย้อยขนาดใหญ่อยู่จำนวนมาก เกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในบริเวณอ่าว 2 เกาะ คือ เกาะกัตบา และเกาะ Tuan Chau ทั้งสองเกาะนี้มีคนตั้งถิ่นฐานอยู่อย่างถาวร บนเกาะมีโรงแรมและชายหาดจำนวนมากคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนเกาะขนาดเล็กอื่นๆ บางเกาะก็มีชายหาดที่สวยงามที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชม บางเกาะเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านชาวประมง และบางเกาะยังเป็นถิ่นอาศัยของสัตว์หลายชนิด เช่น ไก่ป่า ละมั่ง ลิง และกิ้งก่าหลายชนิด เนื่องจากมีทัศนียภาพที่เป็นธรรมชาติอย่างมากและการเป็นเขาวงกตของเกาะแห่งนี้ ทำให้เหมาะแก่การทำกิจกรรมพายเรือคายัค โดยพายข้ามทะเลเปิดระหว่างเกาะแก่งที่สามารถเข้าถึงได้และถ้าเรือที่มีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่นิยมอีกอย่าง คือ การนั่งเรือชมหมู่บ้านลอยน้ำ และชมธรรมชาติอันสวยงาม

- **Nha Trang**

ญาจางเป็นหนึ่งในเมืองชายฝั่งทะเลที่สวยงามที่สุดในเวียดนาม มีส่วนของชายหาดที่สวยงามที่สุด น้ำทะเลสีฟ้าครามที่สะอาดและใส มีสัตว์ทะเล ปลาสวยงาม และปะการังกว่า 350 ชนิด ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของสายพันธุ์ปะการังทั่วโลก โดยนักท่องเที่ยวที่ไปในญาจางสามารถไปเยือนหมู่เกาะที่มีชื่อเสียงเช่น Hon Tre, Hon Tam และ Hon Mun ซึ่งมีกีฬาหลายชนิดทั้งทางน้ำ เช่น เจ็ทสกี พายเรือ วินเซิร์ฟ ร่มชูชีพ การดำน้ำผจญภัยหรือการปีนเขา นักท่องเที่ยวยังสามารถไปเล่นน้ำทะเลที่ชายหาด และการสำรวจภูมิทัศน์ธรรมชาติที่ยอดเยี่ยมของ Van Phong Bay ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือ 30 กิโลเมตรจากเมืองญาจาง



- **The Pu Luong**

อุทยานแห่งชาติ The Pu Luong เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่คงความงามที่โดดเด่นน่าสนใจทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ มีป่าไม้ที่อุดมไปด้วยภูเขาและวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม H'mong มีบ้านอยู่ในหมู่บ้านแบบดั้งเดิมที่งดงาม เส้นทางครอบคลุม Mai Chau และบริเวณใกล้เคียง Pu Luong เป็นหนึ่งป่าที่สวยงามที่สุดในเวียดนาม จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปเดินป่า สำรวจสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และวิถีชีวิตคนในชุมชนท้องถิ่น



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความหลากหลายทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ในระบบนิเวศมีมาก มีพันธุ์ไม้ 13,000 ชนิด และพันธุ์สัตว์กว่า 15,000 ชนิด 2. พื้นที่ธรรมชาติส่วนใหญ่ยังคงความสมบูรณ์และมีศักยภาพพร้อมที่จะนำมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 3. มีแม่น้ำจำนวนมาก ทำให้สามารถพัฒนาเพื่อทำกิจกรรมผจญภัย เช่น เรือคายัค การล่องแก่งได้มาก 4. มีมรดกวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการท่องเที่ยวอย่างมาก 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงสร้างพื้นฐานของเวียดนามยังคงอ่อนแอ ทางหลวงทางรถไฟและสถานีไม่เพียงพอ เพื่อรับมือกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศ 2. ยังขาดทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยว อาทิ มัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในด้านสิ่งแวดล้อม 3. การขยายตัวความเป็นเมืองของสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่ง ก่อให้เกิดมลพิษต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ 4. การจัดการและนโยบายด้านการท่องเที่ยวยังขาดการประสานงานกัน ระหว่างหน่วยงานรัฐระดับต่างๆ
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่างประเทศ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2. การเข้าไปลงทุนของต่างชาติ เช่น จีน และเกาหลีใต้ ทำให้เกิดการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม เป็นต้น 3. สมาชิกองค์การการค้าโลกได้ให้เวียดนามสามารถเข้าถึงตลาดทั้งในต่างประเทศและเงินทุนมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเวียดนามที่แข็งแกร่ง ผ่านการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น 4. กระแสนักท่องเที่ยวโลกที่สนใจการเข้าถึงธรรมชาติที่มากขึ้น 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ที่ดินที่มีศักยภาพสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ถูกใช้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดแผนการดูแลและการจัดการ 2. การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติ ทั้งแร่และถ่านหิน การตัดไม้ทำลายป่า เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมขึ้น ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ 3. สภาวะเศรษฐกิจโลก และโรคระบาดส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ประเทศจีน

ประเทศจีนตั้งอยู่ทางตะวันออกของทวีปเอเชีย มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ถึง 14 ประเทศ และมีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 4 ของโลก (9.6 ตารางกิโลเมตร) รองจากรัสเซีย แคนาดา และสหรัฐอเมริกา นับได้ว่าเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกถึงกว่า 1.3 พันล้านคน ลักษณะภูมิประเทศของจีนมีความหลากหลายทางทัศนียภาพมาก และมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งสวยงามไม่แพ้ที่ใด ตั้งแต่ป่าสตัปปีและทะเลทรายในพื้นที่แห้งแล้งทางตอนเหนือ ไปถึงป่าฝนกึ่งโซนร้อนในพื้นที่ชื้นทางใต้ นอกจากนี้ด้วยวัฒนธรรมและอารยธรรมโบราณอันเก่าแก่ ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในอารยธรรมยุคแรกเริ่มของโลกที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ สู่ลูกหลานที่สะท้อนให้เห็นปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวของประเทศจีนมีการเติบโตชัดเจนและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แม้กระทั่งก่อนการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ในปี 2008 ด้วยเป็นประเทศที่มีความหลากหลาย จีนเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับภูมิศาสตร์และการผสมผสานที่ดีของความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ส่งผลให้จีนเป็นหนึ่งในได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศจีน

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทสำคัญในการขยายตัวของอุปสงค์ในประเทศ และในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ในปี 2007 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศจีน มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 1.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และส่วนแบ่งจากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการส่งออกของสินค้าคิดเป็นร้อยละ 3.4 และส่วนแบ่งของค่าใช้จ่ายในการส่งออกการท่องเที่ยวของด้านการบริการเป็นร้อยละ 33.7

ในปี 2008 ประเทศจีนมีผู้เดินทางขาเข้าในประเทศถึง 130 ล้านคน ซึ่งมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยประเทศที่นิยมเดินทางเข้ามาในประเทศจีนมากที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น รองลงมา คือ ประเทศเกาหลีใต้ รัสเซีย สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย ดังตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.13 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศจีนปี 2005-2008

	Units	2004	2005	2006	2007	2008
Total international arrivals	Thousands	109 038	120 292	124 942	131 873	130 027
Top 5 markets						
Japan	Thousands	3 334	3 390	3 746	3 977	3 446
Korea	Thousands	2 845	3 545	3 924	4 777	3 960
Russian Federation	Thousands	1 792	2 224	2 405	3 004	3 123
United States	Thousands	1 309	1 555	1 710	1 901	1 786
Malaysia	Thousands	742	900	910	1 062	1 040
International travel receipts	Million USD	25 739	29 296	33 949	37 233	40 843
International passenger transport receipts	Million USD	2 016	2 546	3 183	3 893	3 287

ที่มา: THE ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2010

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศจีน

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และหน้าที่ความรับผิดชอบหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศจีน มีดังนี้

- การวางแผนและประสานการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- การจัดตั้งและจัดการดำเนินงานของกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาด
- การจัดระเบียบในการสำรวจการวางแผนการพัฒนาและการปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยว
- การส่งเสริมการสื่อสารระหว่างประเทศที่ให้ความร่วมมือ
- กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเดินทางไปยังฮ่องกง (จีน) มาเก๊า และจีนไทเป
- การจัดระเบียบและการดำเนินการศึกษาการท่องเที่ยว และโปรแกรมการฝึกอบรม

ปี 2009 การท่องเที่ยวแห่งประเทศจีนได้ดำเนินการจัดทำกฎระเบียบใหม่ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

- ระเบียบในหน่วยงานการท่องเที่ยว
- ระเบียบเกี่ยวกับทัวร์
- มาตรการสำหรับการบริหารงานของการท่องเที่ยวต่างประเทศโดยชาวจีน

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศประเทศจีน

- จางเจี๋ยเจี๋ย

อุทยานแห่งชาติจางเจี๋ยเจี๋ย เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติแห่งแรกของจีนมาตั้งแต่ปี 1992 เนื้อที่กว่า 9,500 ตารางกิโลเมตรของอุทยาน เต็มไปด้วยแท่งภูเขาหินทราย สูงชันฟ้ามากกว่า 3,000 ยอด สะพานหินตามธรรมชาติ น้ำตก ถ้ำใหญ่น้อยกว่า 40 แห่ง นอกจากภูเขา สายน้ำและพันธุ์พืชพันธุ์สัตว์แล้ว ถ้ำในบริเวณจางเจี๋ยเจี๋ยมีจำนวนมาก และขนาดใหญ่ ต่างมีเอกลักษณ์และชื่อเรียกต่างกัน เช่น ถ้ำหวงหลงหรือถ้ำมังกรเหลือง ถ้ำกวนอิม ถ้ำเสียงสย เป็นต้น ในบรรดาถ้ำเหล่านี้ ถ้ำหวงหลงหรือถ้ำมังกรเหลืองในหุบเขาสั่วซีมีความยาว 7.5 กิโลเมตร โดยแบ่งเป็น 4 ชั้น ภายในถ้ำมีอ่างเก็บน้ำแห่งหนึ่ง ธารน้ำสองสาย น้ำตกสามแห่ง สระน้ำ 4 แห่ง ห้องโถง 13 แห่งและมีระเบียง 96 สาย



ด้วยยอดเขาสูงเสียดฟ้า 3,000 กว่ายอด ทั้งที่เป็นผาสูงชัน ยอดเขาสูง บางยอดเป็นที่ราบเรียบ กระจายอยู่ทั่วอาณาบริเวณกว่า 360 ตารางกิโลเมตร หมู่เสาหินและยอดเขาหินทรายแหลมเล็กสูง 200 เมตรขึ้นไป ตั้งตระหง่านสลับซับซ้อน แผ่กระจายตั้งท้องทุ่งเสาหินกว้างไกลสุดสายตาทางตอนเหนือของเมืองจางเจี๋ยเจี๋ย ในมณฑลหูหนาน คือ ทัศนียภาพแปลกตาที่สุดเป็นเอกลักษณ์ของเขตทิวทัศน์ธรรมชาติอู่หลิงหยวน ท่ามกลางดงยอดเขายังมีลำธารน้ำเขา สายน้ำตก สระน้ำชุกชอนอยู่เบื้องล่าง กอปรกับหุบเขาและชะงอกผาที่วางตัวสลับกันไปมา ก่อเกิดถ้ำหินกว่า 40 แห่ง และสะพานหินธรรมชาติขนาดใหญ่อีก 2 สะพาน ลึกลงไปในทัศนียภาพที่แปลกตานามหัตศวรรษเหล่านี้ เขตทิวทัศน์อู่หลิงหยวน ยังเป็นแหล่งอนุรักษ์พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ที่หายาก และใกล้สูญพันธุ์ที่น่าสนใจอีกด้วย



- กุ้ยหลิน

กุ้ยหลินเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ในเขตปกครองตนเองกวางสี ตอนใต้ของประเทศจีน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาว "จ้วง" ซึ่งถือเป็นชนกลุ่มน้อยที่มีจำนวนมากที่สุดของชนกลุ่มน้อยทั้งหมด



ชื่อกู่หลินมาจากที่อดีตดินแดนนี้มีป่า (หลิน) ต้น "กู่ฮวย" เยอะ (ต้นกู่ฮวย ในภาษาจีน แปลเป็นไทย คือ ต้นซีเหล็ก) คนกู่หลินได้นำดอกของต้นกู่ฮวยมาตากแห้งอบพร้อมใบชา กลายเป็น "ชากู่หลิน"

กู่หลินถือเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงเป็นสถานที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศจีน คนจีนยกให้เป็น "เมืองสวรรค์บนพิภพ" หรือ "ชื่อไหว้เถาหยวน" มีคำกล่าวที่ว่าจิตรกรใดที่ยังไม่เคยมาเมืองกู่หลิน จะไม่สามารถวาดรูปขุนเขาให้สวยงามได้เลย กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้าไปทำ คือ การศึกษาและชื่นชมความงามของธรรมชาติ ดูนก เดินป่า เป็นต้น

- **เกาะกู่ลิ่งอวี่ (Gulangyu Island)**

เกาะกู่ลิ่งอวี่ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามของเมืองเซี่ยเหมิน มีพื้นที่เพียง 1.78 ตารางกิโลเมตร ซึ่งสามารถเดินทางโดยทางเรือภายในเวลา 5 นาที บนเกาะจะไม่อนุญาตให้มียานพาหนะใดๆ ทั้งสิ้น ดังนั้น การเดินทางบนเกาะ จึงต้องใช้การเดินทางเท้าเท่านั้น เกาะนี้ ถือได้ว่าเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจยอดนิยมของแถบนี้ สำหรับจุดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงบนเกาะก็ได้แก่ Sunlight Rock ซึ่งเป็นจุดที่สูงที่สุดของเกาะ ตั้งอยู่บนเขาหัวมังกร (Tiger Head Hill) ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันออกของหาด และเมื่อพระอาทิตย์ขึ้นทางทิศตะวันออก แสงอาทิตย์จะตกกระทบที่ก้อนหินดังกล่าว จึงเป็นที่มาของชื่อ Sunlight Rock และเมื่อเย็นอยู่ ณ จุดนี้จะมองเห็นทัศนียภาพที่สวยงามที่สุดของเกาะ



กู่ลิ่งอวี่ วัดหนานผู่เตา (Nanputuo) ตั้งอยู่ทางขานเมืองทิศใต้ของ เซี่ยเหมิน เป็นวัดพุทธที่สร้างขึ้นในช่วงราชวงศ์ถัง ตั้งอยู่บนพื้นที่ 30,000 ตารางเมตร เป็นวัดที่อุทิศให้กวนหยี่ เทพเจ้าแห่งความเมตตา

- **เขาหวงชัน**



เป็นเทือกเขาที่ทอดตัวอยู่ทางตอนใต้ของมณฑลอันฮุย ทางตะวันออกของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เขาหวงชันมีชื่อเก่าว่า อี้ชัน คำว่า อี้ หมายความว่า สีดํา การที่ภูเขาหวงชันได้ชื่อนี้ก็เพราะว่า หินบนภูเขาเป็นสีดํา ภายหลังในสมัยราชวงศ์ถัง เปลี่ยนชื่อเป็น 'หวงชัน' ซึ่งแปลว่า 'ภูเขาเหลือง' เทือกเขาหวงชัน อยู่ในเขตอากาศโซนร้อนแถบเอเชีย ยอดเขาที่มีความสูงเหนือระดับน้ำทะเล 1,864 เมตร เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศเป็นเขาสูงหุบลึก สภาพอากาศที่ ดินเขาและบนยอดเขามีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างกัน ประกอบกับรังสีการส่องของ

แสงอาทิตย์มายังเนินเขาทางทิศเหนือและใต้ก็แตกต่างกันอย่างมาก ทำให้เกิดทัศนียภาพทะเลเมฆและหมอก ความชื้นสูง ปริมาณน้ำฝนสูง ซึ่งกลายเป็นลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ของเขาหวงชัน ภายในอาณาบริเวณรวม 1,200 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่กว่า 154 ตารางกิโลเมตร ได้ชื่อว่าเป็น 'หวงชัน 500 ลี้' เป็นดินแดนสุดยอดของเขาหวงชัน อุดมด้วยความงามทั้ง 4 ประการ ได้แก่ 'สนประหลาด (สนหวงชาน) หินพิสดาร มหัศจรรย์ทะเลเมฆ และแหล่งน้ำพุร้อน' ที่ถือเป็นชื่อเสียงของเขาหวงชันแห่งนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น โดยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ประเทศจีนได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับที่จะใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศจีน โดยเกิดจากความร่วมมือของทั้งรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น การเพิ่มเที่ยวบินในประเทศ และรถไฟที่มีความเร็วมากขึ้น 2. ความได้เปรียบของขนาดพื้นที่และภูมิศาสตร์ด้วยพื้นที่กว้างใหญ่ของภูมิภาคทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ 3. ทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ และเป็นเอกลักษณ์ ประเทศจีนมี 38 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์ธรรมชาติที่ถือว่าเป็นมรดกโลก 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างเกินความจำเป็นและไม่เป็นเหตุเป็นผลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างรีบเร่งเพื่อที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ได้ตรวจสอบอย่างละเอียดและวิจัยหรือประเมินผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น 2. ขาดแรงงานที่มีคุณภาพในภาคการท่องเที่ยว ด้วยอัตราการเติบโตที่รวดเร็วส่งผลกระทบการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ 3. มาตรฐานการคิดราคาที่สูงกว่าสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การคิดราคาแบบสองมาตรฐานในระบบการคมนาคม ที่พัก และร้านค้าต่างๆ
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดกิจกรรมระดับประเทศเป็นโอกาสที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปประเทศจีน เช่น Shanghai Expo และ Olympic games 2. การปรับเปลี่ยนนโยบายการท่องเที่ยว - นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงโดยลด การแทรกแซง และยังสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากมีนโยบายการเปิดเสรีธุรกิจระหว่างประเทศ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในภาคการท่องเที่ยว 2. การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติอาจจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงนี้ เช่น ภาวะโลกร้อน 3. การแข่งขันของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สูงขึ้น หลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังประเทศของตน 4. ผลกระทบของการเข้าร่วมองค์การการค้าโลก คือ การที่ประเทศจีนต้องเปิดตลาดให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นภาคท่องเที่ยวก็จะได้รับผลกระทบตามไปด้วย เนื่องจากความพร้อมที่น้อยกว่าทางเทคโนโลยี บุคลากร เงินทุน คุณภาพของบริการ

ประเทศกัมพูชา

กัมพูชา หรือชื่อทางการ คือ ราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนทางทิศใต้จรดกับอ่าวไทย ทางทิศตะวันตกติดกับประเทศไทย ทางทิศเหนือติดกับประเทศไทยและลาว ทางทิศตะวันออกติดกับเวียดนาม ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปมีทั้ง ที่ราบลุ่มที่ราบสูง และภูเขา พื้นที่ภูมิประเทศมีลักษณะคล้ายอ่างเก็บน้ำ กล่าวคือ พื้นที่ตอนกลางของประเทศเป็นที่ราบลุ่มระหว่างแม่น้ำโขงกับแม่น้ำบาสัค (Bassac) และมีทะเลสาบขนาดใหญ่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนรอบๆ ประเทศมีเทือกเขาสลับซับซ้อน ติดต่อกันเป็นแนวยาวสูงประมาณ 1,500 เมตร อยู่ติดกับประเทศไทย ตั้งแต่จังหวัดจันทบุรีทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ตลอดไปทางด้านทิศเหนือ ส่วนภูเขาที่เป็นหย่อมๆ มีอยู่บริเวณเกาะกง กำปงโสม และกำปงสะบือ ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศ

นอกจากนี้ประเทศกัมพูชายังเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยแม่น้ำสาธาร ห้วยหนอง คลองบึง และมีทะเลสาบใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ บริเวณลุ่มน้ำสำคัญ ๆ มีอยู่สามแห่งด้วยกัน คือ แม่น้ำโขง ทะเลสาบและแม่น้ำทะเลสาบ ติดต่อกับแม่น้ำบาสแซค (Bassac) กับแม่น้ำทางฝั่งทะเล โดยแม่น้ำโขง มีต้นน้ำจากประเทศทิเบต ไหลผ่านประเทศจีน พม่า ไทย ลาว เข้าสู่เขตแดนกัมพูชาที่หมู่บ้านอินนัง ทางภาคเหนือของกัมพูชา แล้วไหลผ่านจังหวัดสตึงแตรง กระแจะ กัมปงจาม และพนมเปญ และไหลเข้าเขตแดนเวียดนามที่หมู่บ้านรินฮือ แม่น้ำโขงมีความยาวทั้งหมดประมาณ 4,500 กิโลเมตร ในส่วนที่ ไหลผ่านกัมพูชายาวประมาณ 500 กิโลเมตร กว้างประมาณ 1-2 กิโลเมตร ความลึกเป็นไปตามฤดูกาล ในฤดูน้ำบางตอนลึกถึง 30 เมตร น้ำในแม่น้ำโขงจะไหลเชี่ยวในฤดูฝน

สถิติและภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศกัมพูชา

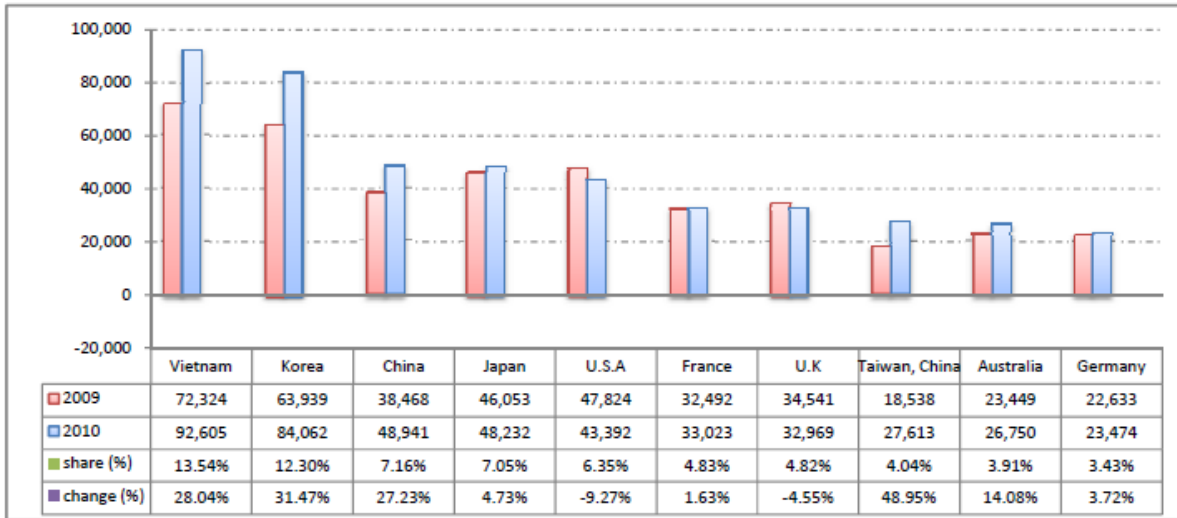
นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ายังประเทศกัมพูชามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 21 จากปี 2005 ถึงปี 2010 จำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2.14

ตารางที่ 2.14 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศกัมพูชา

Destination	Months	2005	2006	2007	2008	2009	2010	change(%) 2009*/08
Cambodia	Q1	388,670	457,305	550,813	644,205	622,288	683,692	9.87%
Visitor arrivals by all means of transportation, include day visitors	January	138,718	163,047	194,932	223,581	218,691	232,590	6.36%
	February	125,326	151,821	177,130	214,902	200,789	222,354	10.74%
	March	124,626	142,437	178,751	205,722	202,808	228,748	12.79%
	Q2	293,761	356,087	424,536	454,031	464,230	0	
	April	116,219	143,069	165,347	173,903	177,955		
	May	90,314	107,720	132,512	149,275	145,564		
	June	87,228	105,298	126,677	130,853	140,711		
	Q3	323,217	370,620	431,815	449,693	487,422	0	
	July	112,116	123,047	143,310	148,449	163,817		
	August	117,943	132,792	151,478	156,098	171,668		
	September	93,158	114,781	137,027	145,146	151,937		
	Q4	415,967	516,029	607,964	577,536	587,637	0	
	October	116,382	138,296	160,235	156,718	157,105		
	November	138,293	163,068	194,646	191,549	195,570		
	December	161,292	214,665	253,083	229,269	234,962		
	Total	1,421,615	1,700,041	2,015,128	2,125,465	2,161,577	683,692	9.87%

ที่มา: Statistics and Tourism Information Department (2010)

เนื่องด้วยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงได้ กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นิยมมากขึ้นในการตัดสินใจเดินทางมายังประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลายถือเป็นอีกปัจจัยที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาของการท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยววัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีการเติบโตขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดูแล รับผิดชอบให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามายังประเทศกัมพูชาเป็น ส่วนใหญ่มาจากประเทศในเอเชีย โดยประเทศเกาหลีใต้ มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากที่สุด รองลงมา คือ จีนและญี่ปุ่น แต่นอกเหนือจากประเทศในเอเชียแล้ว ประเทศที่มีการเดินทางมามากที่สุด ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา แสดงในภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แสดง 10 ประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศกัมพูชาสูงสุดในปี 2009-2010
ที่มา: Statistics and Tourism Information Department (2010)

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศกัมพูชา

กลยุทธ์ที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศกัมพูชา (Chhay Bora) มีดังนี้

- เสริมองค์การผ่านกระบวนการของสินค้าคงคลัง โดยจะต้องมีการประเมินผล และการระบุพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ พื้นที่เหล่านี้จะต้องศึกษาอย่างรอบคอบและมีการวางแผนการจัดการดำเนินการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่แผนเหล่านี้ต้องมี คือ กฎระเบียบที่จริงจังและบังคับใช้เพื่อการป้องกันสภาพแวดล้อม
- ขึ้นอยู่กับแผนการจัดการการพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินการของแต่ละพื้นที่ ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ในการดำเนินการ มีผลบังคับใช้เพื่อป้องกันความสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ รวมทั้งให้แน่ใจว่ามีบทบาทอย่างต่อเนื่องในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว
- การพัฒนาแนวทางสำหรับการออกแบบและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ธรรมชาติเพื่อการควบคุมและส่งเสริมให้มีการออกแบบ โดยส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบจะต้องให้การสนับสนุนทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการออกแบบ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้แน่ใจว่าส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติน้อยที่สุด
- พัฒนาแนวทางสำหรับการออกแบบที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ธรรมชาติ กระบวนการการออกแบบจะต้องมีการรวมตัวกันของเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่าเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ
- พื้นฐานที่จำเป็นของการวางแผนพื้นที่และการจัดการธรรมชาติ คือ คุณภาพของข้อมูลที่มีอยู่ตามความเป็นจริง ทรัพยากรทางการเงินในประเทศกัมพูชา จะต้องมีการประเมินวิธีการที่ใช้ใหม่อย่างรวดเร็วในการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ส่วนที่จำเป็น
- ลักษณะการท่องเที่ยวที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีความพอดี ระหว่างการวางแผนสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและแผนของชุมชนขนาดใหญ่ รวมถึงมีการวางแผนพื้นที่ธรรมชาติซึ่งต้องรวมอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ
- การจัดการกลยุทธ์จำเป็นต้องพัฒนาในแต่ละพื้นที่ของแหล่งธรรมชาติ จะต้องมีการฝึกอบรมและสร้างขีดความสามารถในการลำดับความสำคัญในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการใช้สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศกัมพูชา

• The Chambok

Chambok เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีน้ำตกที่สวยงามท่ามกลางความเขียวชอุ่มของพื้นที่ของป่าธรรมชาติ Chambok ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่โดดเด่นที่ตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติคีร์รรมณ์ ถือเป็นสถานที่ที่สามารถสัมผัสชีวิตชนบทในประเทศกัมพูชา น้ำตกมีความสูง 40 เมตร เป็นสถานที่หลักสำหรับนักท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงได้โดยผ่านเส้นทางธรรมชาติ ระยะทาง 3.5 กิโลเมตร ใกล้เคียงทางถนนสามารถติดตามผู้เข้าชมตามเส้นทางและสามารถแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติได้ นอกจากนี้ ยังมีศูนย์ผู้เข้าชมกับร้านอาหารท้องถิ่นให้บริการอาหารแบบดั้งเดิมของกัมพูชา นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการเดินป่า ดูนก ส่องสัตว์ ชิม้ำ และเยี่ยมชมถ้ำค้างคาว



• Virachey national park

อุทยานแห่งชาติ Virachey ครอบคลุมพื้นที่ 3,325 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดรัตนคีร์และสตึงแตรง มีเขตชายแดนที่ติดกับลาวและเวียดนาม เป็นอุทยานแห่งชาติที่ใหญ่ที่สุดในเจ็ดอุทยานแห่งชาติอื่นๆ ในประเทศกัมพูชา ลักษณะภูมิประเทศเป็นป่าดิบชื้น มีความหลากหลายของสัตว์ป่า มีต้นไม้พันธุ์ พืชหายาก สัตว์ป่าชนิด รวมทั้งนกเงือกและนกหัวขวานสีแดง และอื่นๆ สัตว์ป่าที่มีความหลากหลาย



นอกจากนี้ ยังมีทุ่งหญ้าภูเขาและหุบเขา ส่วนใหญ่ที่ยังคงมิได้มีการเข้าไปสำรวจ และไม่ถูกรบกวน โดยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ และอาจมีสัตว์ป่าชนิดใหม่ที่ยังไม่ถูกพบ ซึ่งอุทยานแห่งชาติ Virachey นี้ได้ถูกกำหนดให้เป็นอุทยานมรดกอาเซียนในปี 2003 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปทำกิจกรรมในการเดินป่า การตั้งแคมป์ พายเรือแคนู รวมถึงการทำกิจกรรมกลางแจ้งอื่นๆ ในธรรมชาติอย่างหลากหลาย

• โตนเลสาบ

กัมพูชามีทะเลสาบน้ำจืดซึ่งเกิดจากแม่น้ำโขงขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียชื่อว่า "โตนเลสาบ" (Tonle Sap) มีแม่น้ำโขงไหลผ่านยาว 500 กิโลเมตร จากนั้นไหลเข้าสู่เวียดนามลงสู่ทะเลจีนใต้ นับว่าเป็นแม่น้ำนานาชาติ และเชื่อกันว่าปลาบึกซึ่งเป็นปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในโลก ว่ายทวนน้ำจากโตนเลสาบขึ้นสู่ประเทศไทย-ลาว ก่อนไปผสมพันธุ์ที่จีนซึ่งเป็นต้นแม่น้ำโขง

โดนเลสาบ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 100 กิโลเมตร ฤดูน้ำหลากน้ำท่วมถึง 7,500 ตารางกิโลเมตร ลึกถึง 10 เมตร ครอบคลุม พื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กำปงธม กำปงชะนัง โปธิสตัดร์ พระตะบอง และเสียมเรียบ ในโดนเลสาบมีปลาชุกชุม กว่า 300 ชนิด วิถีชีวิตภายในโดนเลสาบ จะมีเรือนแพของชาวประมงพื้นบ้าน ที่ดำรงชีวิตอยู่กับการหาปลาจากโดนเลสาบมาขาย มีบ้านพัก ร้านอาหาร และร้านของฝากนักท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมที่นิยม คือ การนั่งเรือท่องเที่ยวชมบรรยากาศของโดนเลสาบ ก็แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงเช้าชมพระอาทิตย์ขึ้น และบรรยากาศยามเช้า หรือช่วงเย็นชมบรรยากาศก่อนตะวันตกดิน



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นครวัดเป็นที่รู้จักกันมากและสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัยหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ โดยเฉพาะในจังหวัดเสียมราฐ ซึ่งล้อมรอบด้วยป่าเขตร้อนและทะเลสาบที่อยู่ใกล้ และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้ 2. มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ จึงมีศักยภาพสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เช่น การดูสัตว์ป่า ช้างกระยา นันทนาการดอกไม้ป่า/พืช การดูนก และปลาโลมาน้ำจืดในแม่น้ำโขง 3. มีความหลากหลายทางชีวภาพของป่าฝนเขตร้อน 4. รัฐบาลกัมพูชาจัดการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในความสำคัญอันดับต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจและการสนับสนุนในภาคนี้ 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงสร้างพื้นฐานนั้นได้รับการพัฒนาในบางพื้นที่ แต่ยังไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธรรมชาติ 2. ขาดการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศผจญภัย ซึ่งกัมพูชาจะเน้นเฉพาะในวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับฤดูกาลเท่านั้น 3. ไม่มีกระบวนการที่เป็นระบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนยังมีการพัฒนาด้วยตัวเอง 4. ไม่มีการดำเนินการอย่างยั่งยืนในการพัฒนาโครงการ บางโครงการสามารถพัฒนาและดำเนินการเพียงครั้งเดียวแล้วก็ขาดการดูแล
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้นักลงทุนภาคการท่องเที่ยวเข้ามาลงทุนในประเทศกัมพูชา 2. การให้การสนับสนุนทางการท่องเที่ยวขององค์กรต่างประเทศในด้านการท่องเที่ยว 3. ความร่วมมือการจัดเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อาทิต ไทย เวียดนาม และลาว 4. กระแสแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผจญภัยและการเข้าถึงธรรมชาติมากขึ้น 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาความไม่สงบของเขตชายแดน ที่ยังมีการสู้รบระหว่างประเทศอยู่ ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว 2. เงื่อนไขทางการเมืองที่ไม่แน่นอนในบางประเทศส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3. การเข้าไปบุกรุกทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการตัดไม้ทำลายป่าของชาวบ้าน เพื่อใช้ที่ดินทำกิน และกลุ่มผู้แสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

ประเทศเกาหลีใต้ (Korea, Rep)

คาบสมุทรเกาหลีทอดตัวไปทางทิศใต้ และทางด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีความยาว 1,020 กิโลเมตร (612 ไมล์) และกว้าง 175 กิโลเมตร (105 ไมล์) ณ จุดที่แคบที่สุดของคาบสมุทร พื้นที่ร้อยละ 70 ของประเทศเป็นเทือกเขา จึงจัดเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศเป็นเทือกเขามากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของแผ่นดินที่เป็นหินแกรนิตและหินปูนทำให้เกิดภูมิประเทศที่สวยงามอย่างมหัศจรรย์ ประกอบด้วยเทือกเขาและหุบเขา เทือกเขา ตลอดจนชายฝั่งด้านตะวันออกสูงชันและทอดตัวลงสู่ทะเลตะวันออก ในขณะที่ชายฝั่งทางด้านใต้ และตะวันตก เทือกเขาค่อยๆ ลาดลงต่ำสู่ที่ราบชายฝั่งซึ่งเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเกาหลีใต้โดยเฉพาะในด้านการผลิตข้าว



สถิติ และภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในประเทศเกาหลีใต้

จากการสืบค้นสถิติข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวเกาหลีใต้พบว่า ในปี 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามายังประเทศเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นจากปี 2008 ถึงร้อยละ 13.4 โดยประเทศที่เดินทางเข้ามากที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น จีน และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ โดยอัตราการขยายตัวประเทศที่มาท่องเที่ยวสูงสุด คือ ประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมา คือ ไต้หวันและจีน คิดเป็น ร้อยละ 18.9 และ 14.9 ตามลำดับ โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางส่วนใหญ่ คือ เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 72.5 แสดงดังภาพที่ 2.10

International Visitor Arrivals (2009)			
International arrivals 7,817,533 up 926,692 or 13.4% on the previous year			
Key Markets		Annual Growth(%)	
Japan	3,053,111	Japan	28.4
China	1,342,317	China	14.9
U. S. A	611,327	U. S. A.	0.2
Taiwan	380,628	Taiwan	18.9
Philippine	271,962	Philippine	-1.7
Purpose of Visit(%)		Annual Growth(%)	
Holiday	72.5	Holiday	22.5
Business	3.9	Business	-19.3

ภาพที่ 2.10แสดงข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศเกาหลีใต้ ปี 2009
ที่มา : Korea Tourism Organization, International Tourist Surveys 2009

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศเกาหลีใต้นั้นมีการเติบโตอย่างน่าสนใจ แต่ก็ยังคงมีปัญหาสำคัญที่พบอยู่ ประการแรก คือ การขาดการปรับปรุงข้อมูลประจำปีเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยว และภัยคุกคามที่เข้าไปยังพื้นที่ธรรมชาติ ประการที่สอง คือ ต้องมีการปรับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการปฏิสัมพันธ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว ประการที่สาม คือ ขาดการเสริมสร้างศักยภาพท้องถิ่นในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

สำหรับวิธีการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศเกาหลีใต้ คือ การจัดการแพ็คเกจการท่องเที่ยวในประเทศ โดยการปรับเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลายแห่งให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า โดยการทำให้เป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจทัวร์ รวมไปถึงเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อนุสรณ์สถาน อุทยานธรรมชาติ ทางด้านประวัติศาสตร์ ดังเช่น สถานที่ท่องเที่ยวในเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียงทั่วโลก ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์จะส่งเสริมความต้องการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการเชื่อมต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความน่าสนใจ Chang-Gi Yi (2000)

นโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลในประเทศเกาหลีใต้

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมากระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้มีการวางแผน เพื่อส่งเสริมการวางแผนเชิงกลยุทธ์และดำเนินการเกี่ยวกับกลยุทธ์ต่างๆ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจุดมุ่งหมายหลัก คือ เพื่อดึงดูด จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และประสบความสำเร็จในการเปิดตัว 8 โครงการ Kwang Nam (2001) ดังต่อไปนี้

1. ขยายทรัพยากรการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ออกสู่ระดับนานาชาติ
2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกาหลีใต้
3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวในการแข่งขันในระดับสากล
4. ขยายกิจกรรมการโฆษณาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
5. ระบบทันสมัยสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การจัดงานการท่องเที่ยว
7. ดระหนักถึงการท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศเกาหลีใต้
8. ความร่วมมือระหว่างประเทศและการขยายการแลกเปลี่ยนโปรแกรมการท่องเที่ยว ระหว่างทางทิศใต้และตะวันออกเฉียงเหนือของคาบสมุทรเกาหลี

กระทรวงวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยว และกระทรวงสิ่งแวดล้อม ได้วางแผนการจัดทำโครงการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยวางแผนระยะพัฒนาที่ 4 ปี ตั้งแต่ปี 2010-2013 โดยวางแผนโครงการด้วยกัน 10 โครงการ โดยมีเงินสนับสนุนแต่ละโครงการที่ 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2010 จะดำเนินการเกี่ยวกับ แผนแม่บทสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการให้คำปรึกษาและประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ส่วนในปี 2011-2013 จะเป็นการดำเนินการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ Mihee KANG (2010)

สำหรับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมนั้น ในปี 2008 นโยบายของการท่องเที่ยวเกาหลีใต้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยแบ่งการดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน นโยบายขั้นที่ 1 เพื่อการลดภาษีและการวางข้อกำหนดให้สูงขึ้น นโยบายขั้นที่ 2 เพื่อเสริมสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งได้ประกาศในเดือนธันวาคม 2008

ส่วนหนึ่งของนโยบายที่จะเสริมสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโครงการรวม มีดังต่อไปนี้

- นำเสนอแผนการลดภาษีและกฎระเบียบที่เข้มงวดน้อยลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- เพิ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทรัพยากรการท่องเที่ยวสีเขียว
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนและการบริการที่ดีที่สุดที่แสดงเอกลักษณ์ของเกาหลีใต้
- การสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นมิตร ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย

นอกจากนี้ ยังมีการประกาศอย่างเป็นทางการของแคมเปญ "2010-2012 Visit Korea Year" ซึ่ง MCST คาดว่าจะเพิ่มความตระหนักของการสร้างความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ ระหว่างภาครัฐและเอกชน ที่ตั้งใจในการดำเนินงานในการเน้นภาพบวกของการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ เช่นเดียวกับที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งแคมเปญนี้คาดว่าจะมีส่วนร่วมที่ทำให้บรรลุเป้าหมายของการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสิบล้านคนในปี 2013

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศเกาหลีใต้

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งทางธรรมชาติ ทางมรดกและวัฒนธรรม นั้นได้มีอยู่มากมาย โดยประเทศเกาหลีใต้นั้นได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถท่องเที่ยวได้ทั้ง 4 ฤดู ซึ่งทำให้ดึงดูดชาวต่างชาติเข้าไปท่องเที่ยวอย่างมาก ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น เกาะเชจู อุทยานแห่งชาติโซรัคซาน เป็นต้น ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในเกาหลีใต้ได้มีการขยายตัวมากขึ้น โดยตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่

- **เกาะเชจู หรือเชจูโด (Jeju Island Chejudo)**

มีพื้นที่ 182 กิโลเมตร มีถนนชายทะเลพร้อมเชื่อมต่อถนนจากชายหาดไปยังพื้นที่ภาคกลางและถนนที่ตัดขวางการเชื่อมต่อจากเหนือไปทางใต้ เกาะเชจูมีสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทะเล ซึ่งในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 31 เมื่อปี พ.ศ.2550 ที่เมืองไครสต์เชิร์ช ประเทศนิวซีแลนด์ พิจารณาให้เกาะเชจูเป็นมรดกโลก เนื่องจากเป็นตัวอย่างที่เด่นชัดของการเป็น ตัวแทนในวิวัฒนาการสำคัญต่างๆ ในอดีตของโลก เช่น ยุคสัตว์เลื้อยคลาน ยุคน้ำแข็ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาความหลากหลายทาง



ธรรมชาติบนพื้นโลก และเป็นตัวอย่างที่เด่นชัดในการเป็นตัวแทนของขบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทางธรณีวิทยาหรือวิวัฒนาการทางชีววิทยา และปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่กำลังเกิดอยู่ เช่น ภูเขาไฟ เกษตรกรรมขั้นบันได ซึ่งได้รับการจดทะเบียนให้เป็นมรดกโลกภายใต้ชื่อ "เกาะเชจูและถ้ำลาวา" กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม คือ การเล่นเรือใบ พายเรือคายัค การเข้าไปเดินป่าชมธรรมชาติ และการสำรวจถ้ำ เป็นต้น

- อุทยานแห่งชาติโซรัคซาน (Seoraksan National Park)



อุทยานแห่งชาติโซรัคซาน หรือสวิสเซอร์แลนด์ของเกาหลีใต้ เป็นอุทยานแห่งชาติขนาดใหญ่มีเนื้อที่ถึง 354ตารางกิโลเมตร อุทยานแห่งชาติโซรัคซาน มีบรรยากาศที่เต็มไปด้วยหุบเขาล้ำธาร และพันธุ์ไม้อันสวยงาม อุทยานแห่งชาติโซรัคซาน จัดได้ว่าเป็นแนวเขาที่สวยงามมากที่สุดแห่งหนึ่งในเกาหลีใต้ ประกอบด้วย โอซอรัค เนซอรัค และนัมซอรัค เทือกเขาแนวอนอกแนวในและแนวใต้ มีหุบเขาที่มีดอกไม้บานสะพรั่งทั้งฤดูใบไม้ผลิและใบไม้ร่วง มีชื่อเสียงเรื่องเนินเขียวยวชุ่ม ยอดเขาคินแกรนิต น้ำตกสูงตระหง่าน วัดหลายแห่ง และน้ำพุร้อนสองแห่ง บริเวณที่ยื่นมาทางตะวันออกของอุทยานแห่งชาติโซรัคซาน นำพาไปสู่ หมู่บ้านซอรัค-ดงริสอรัค มีทั้งโรงแรมขนาดเล็กและใหญ่ ลานสำหรับกางเต็นท์ ร้านค้าที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีบริการ CABLE CAR ความยาวกว่า 1,100 เมตร ขึ้นชมทิวทัศน์ เชื่อมทางเข้าสวนสาธารณะ ซอรัค-ดง กับ ดวันกิมซง ซึ่งเป็นป้อมปราการอยู่เหนือยอดเขา และสร้างขึ้นในสมัยราชอาณาจักรซิลลา และที่อุทยานแห่งชาติโซรัคซานเป็นจุดชมใบไม้เปลี่ยนสีที่สวยงามที่สุด ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและทั่วทุกสารทิศไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวของเกาหลีใต้เอง และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังเป็นที่นิยมโดยสำหรับนักท่องเที่ยวผจญภัยที่ชอบการปีนผา และการไต่จากหน้าผาอีกด้วย



- Inje

Inje ตั้งอยู่ในพื้นที่ภูเขาทางตอนเหนือของจังหวัด Ganwondo มีภูมิประเทศที่ล้อมรอบด้วยแม่น้ำและภูเขา ถือเป็นจุดชมวิวยอดนิยมเพราะมีธรรมชาติที่สวยงาม มีพื้นที่ในอุทยานโซรัคซานถึงร้อยละ 60 อุทยานซอรัคซานร้อยละ 10.5 จึงถูกกำหนดว่าเป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ที่สุดจากการตรวจวัดมลพิษทางอากาศของกระทรวงสิ่งแวดล้อมในปี 1994



เนื่องจาก Inje มีแม่น้ำล้อมรอบ โดยมีแม่น้ำ Naerincheon ซึ่งมีความยาวกว่า 70 กิโลเมตร ที่โอบล้อมด้วยธรรมชาติอันสวยงามของหุบเขาและมีความใสสะอาด จึงทำให้เหมาะสำหรับการล่องแพ นอกจากนี้ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปทำกิจกรรมก็คือการเล่นบันจี้จัม ที่ Inje-eup Hapgang-ri Hapgangjeong-Park ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นและท้าทายท่ามกลางธรรมชาติที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งใน Inje

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เกาหลีใต้มีแหล่งธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ทิวทัศน์สวยงามและอากาศดีตั้งอยู่ในทำเลที่เอื้อประโยชน์ 2. มีระบบการขนส่งและโครงสร้างด้านการสื่อสารที่ทันสมัย 3. รัฐบาลสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยลดค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางให้ต่ำลง เช่น สายการบินราคาต่ำ เป็นต้น 4. มีมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม จากปัญหาทรายเหลืองที่พัดมาจากทะเลทรายทางตอนเหนือของประเทศจีน 2. ยังขาดมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอโดยเฉพาะที่พักแรม และขาดการอบรมเพิ่มทักษะระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษในพื้นที่ชนบทของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น 3. สภาพมลพิษทางอากาศ อันเนื่องมาจากปัญหาการจราจรที่ติดขัด และอุตสาหกรรม
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวหน้าขึ้น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการเรียนรู้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น 2. เนื่องจากการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและที่พักเพิ่มขึ้น 3. รัฐบาลมีการจัดทำนโยบายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทำให้ มีการปรับปรุงพื้นที่หลายแห่ง เกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเผชิญหน้าการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศจีน ทั้งทางด้านสารสนเทศและการท่องเที่ยว 2. ความเข้มงวดของด่านตรวจคนเข้าเมือง และศุลกากร ประเทศที่ได้รับการยกเว้นวีซ่ายังน้อย 3. ภาวะผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกทำให้นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเดินทางยากขึ้น 4. สภาพภูมิอากาศที่มีอากาศหนาวเย็นมาก ทำให้พื้นที่ธรรมชาติบางแห่งไม่สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี

2.2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยในประเทศไทย

หลังจากที่รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะจุดที่เป็นธรรมชาติ ทำให้ไม่สามารถรองรับกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นได้ จนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ช่วงนั้นจึงเกิดนักอนุรักษ์มีอุดมคติและมีวัตถุประสงค์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้แพร่กระจายความคิดออกไปอย่างกว้างขวาง และบางประเทศรวมกลุ่มกันเป็นองค์กรอนุรักษ์ระดับชาติ ถึงระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก ถือได้ว่าอยู่ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นการศึกษา การชื่นชม การเรียนรู้ ได้สัมผัสธรรมชาติ และมีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง อันเป็นทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาอย่างต่อเนื่อง และต่อมาในช่วงหลังได้มีความพยายามในการแบ่งกลุ่มย่อยของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทั้งนี้โดยภาพรวม การพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยสามารถจำแนกออกเป็นพัฒนาการ 3 ยุค ดังนี้

2.2.2.1 ยุคต้นของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ในยุคต้น ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผสมผสานกิจกรรมที่มีความผจญภัยเข้าไปเกี่ยวข้องมากนัก โดยแนวความคิดดังกล่าวเริ่มขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2519 มีการเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนแรก เนื้อหาส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้น้ำหนักสำคัญไปทางมิติเศรษฐกิจเป็นหลัก และได้มีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้อย่างลอยๆ ไม่ได้ระบุรายละเอียดและแนวทางที่ชัดเจน ถึงแม้ว่ากิจกรรมหลายชนิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เช่น การเดินป่า ดูนก แต่ก็มักเรียกกันว่า กลุ่มผู้สนใจพิเศษเฉพาะด้านเท่านั้น ทั้งนี้ยุคบุกเบิกนี้ยังเป็นการเริ่มต้นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ มีการดำเนินกิจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.2.2.2 ยุคกลางของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ยุคกลางนี้อยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2519–2535 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ เมื่อมองการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม จึงเป็นการเล็งผลเลิศในเชิงเศรษฐกิจ จะพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากมายทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงประเทศไทยเผชิญปัญหาวิกฤตด้านเศรษฐกิจ รัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้ประกาศลดค่าเงินบาทและมุ่งหวังรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยไปทั่วโลก ส่งผลให้ช่วงปี 2530–2535 มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นอัตราเฉลี่ยร้อยละ 13.02 ต่อปี ในช่วงดังกล่าวนี้ประสบความสำเร็จด้านรายได้ก่อให้เกิดผลดีในเชิงเศรษฐกิจ เช่น ความต้องการแรงงานภาคบริการ โรงแรมและที่พัก มัคคุเทศก์นำเที่ยว รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และรถเช่า เป็นต้น อีกทั้งมีการขยายตัวของภาคธุรกิจ ภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกันท่องเที่ยว เป็นต้นว่าการผลิตสินค้าหัตถกรรม เครื่องประดับตกแต่งบ้าน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวได้ก่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง อาทิ กรุงเทพฯ พัทยา หาดใหญ่ ภูเก็ต เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ฯลฯ กิจกรรมด้านผจญภัยส่วนใหญ่ เป็นกิจกรรมผจญภัยที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมค่อนข้างน้อย ปะการังถูกทำลายเป็นอย่างมาก รวมถึงขาดการควบคุม หรือการกำหนดกฎระเบียบของกิจกรรม ทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปโดยเสรีแต่ขาดการควบคุม และการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ

2.2.2.3 ยุคหลังของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ช่วงระหว่างปี 2539–2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นนโยบายระดับชาติ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมป่าไม้ สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน ฯลฯ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง สอดรับกับแผนการพัฒนาประเทศ ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2535–2540 ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน และประชาชน ในการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึก และให้ความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การปรับทิศทางทางการท่องเที่ยวของไทย ให้ก้าวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นความพยายามในระดับนโยบายหรือโครงสร้างระดับบน โดยมุ่งเน้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก เท่านั้นในส่วนของกิจกรรมผจญภัย ยังไม่ได้มีการศึกษาและให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ชุมชนท้องถิ่นยังไม่มี การเปลี่ยนแปลงผลไปสู่เชิงปฏิบัติการในระดับรากหญ้าอย่างจริงจัง ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วม และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างแท้จริง หากแต่ประโยชน์ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียว ที่สำคัญ คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว นำทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรสินธรรมชาติมาตอบสนองความต้องการของกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยม โดยไม่คำนึงถึงความยั่งยืนของธรรมชาติ และความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเท่าที่ควร

เมื่อปี 2544 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวระยะกลาง คือ มุ่งพัฒนาและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพพระยะยาว คือ มุ่งพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานระดับสากล อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และได้วางแผนการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2545 กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวและพยายามรักษาวันพักเฉลี่ยมากกว่าการมุ่งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure tourism) มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งออกเป็นการผจญภัย 2 ระดับ คือ ระดับผจญภัยน้อย (Soft Adventure) และระดับสูง (Hard Adventure) โดยทำกิจกรรมในพื้นที่ทางธรรมชาติ ทั้งเดินป่า ล่องแพ ปีนป่ายภูเขา และดำน้ำ ฯลฯ

ข้อแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ คือ กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย มีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านความสนุกสนาน การผจญภัยและความเพลิดเพลินเป็นหลัก ขาดการวางแผนร่วมงานกับชาวบ้าน การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว และการให้การศึกษาที่เกี่ยวกับระบบนิเวศพื้นที่

สำหรับแนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยวปรากฏชัดในระยะ 7-8 ปีที่ผ่านมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีแนวโน้มว่าต้องการการท่องเที่ยวแบบผจญภัยเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังอยากศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ไปเยือนตั้งแต่เรื่องระบบนิเวศจนถึงชนิดพันธุ์พืชหรือสัตว์ที่หายากหรือกำลังสูญพันธุ์ และประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ เช่น การสูญเสียทรัพยากรป่าไม้การลักลอบล่าสัตว์ป่า เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติที่เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ มีสาเหตุสำคัญมาจากการตื่นตัวและให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550–2554 มีหลายส่วนที่ส่งเสริมแนวทางด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย อาทิ การมุ่งเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ถือเป็นกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้นโยบายยังมุ่งเน้นด้านการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ได้ให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

2.2.3 นโยบายและแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

สถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมในอนาคต เป็นการคาดหวังเป้าหมายสูงสุดหรือผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งระบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองกระแสความต้องการด้านการอนุรักษ์ กระแสความต้องการของตลาด และกระแสของการพัฒนาดน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ในระยะ 10 ปี) คือ การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการจัดการสิ่งแวดล้อม ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสืบไป จุดมุ่งหมายสูงสุด (Super Goal) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550)

ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงประกอบด้วย

1. มีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชัดเจนจัดระดับความเข้มข้นของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพ และความต้องการการพัฒนาของท้องถิ่นภายใต้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งระบบ โดยพิจารณาจากลักษณะและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยววิถีกรรมการท่องเที่ยวและวิธีการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ภายใน 3 ปี

2. ยกระดับทักษะอบรมให้ความรู้ที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการแรงงาน และประชาชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นด้านคุณภาพการให้บริการที่ถูกต้อง เช่น การบริการที่พัก การบริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์/ มัคคุเทศก์เฉพาะ เป็นต้น โดยจัดให้มีการให้การศึกษา ฝึกอบรมทุกกลุ่มทุกด้านไม่น้อยกว่า 50 ครั้งต่อปี

3. จัดให้มีการประสานเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับชาติภาค และจังหวัด เป้าหมายให้ครบถ้วนใน 5 ปี และขยายครบทุกจังหวัด รวมทั้งท้องถิ่นเป้าหมายให้มากที่สุดภายในระยะ 10 ปี

4. เพิ่มองค์การพัฒนาเอกชนและกลุ่มประชาชนระดับท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมหรือกำกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ให้มีทุกจังหวัดใน 10 ปี

5. มีหลักเกณฑ์การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากร สิ่งแวดล้อมการศึกษา การบริหารและการมีส่วนร่วมอย่างมีมาตรฐาน และตัวชี้วัดที่ชัดเจน ภายใน 3 ปี

6. เพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากนานาชาติให้มีการขยายตัวไม่ต่ำกว่าการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยรวม (คือ เพิ่มส่วนแบ่งจากปัจจุบันร้อยละ 30) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปีโดยให้มีนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ และมีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลักไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่ง

7. เพิ่มจำนวนและสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางในประเทศร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ต่ำกว่าการขยายตัวโดยรวม คือ มีส่วนร่วมไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมด ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพและมีการปฏิบัติที่ถูกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

8. เพิ่มรายจ่ายของการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น ร้อยละ 5 ต่อปี และให้มีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นในสัดส่วนมากขึ้น

9. ขยายงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับการอุดหนุนจากรัฐบาลให้มีปริมาณมากขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี รวมทั้งระดมการอุดหนุนจากภาคเอกชนและองค์กรระหว่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้นด้วย และเพิ่มขีดความสามารถในการจัดหารายได้ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น

10. มีการใช้กฎหมายที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ มีกฎหมายและมาตรการเฉพาะสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ทั่วถึงภายใน 5 ปี

11. มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอาเซียนและอินโดจีน โดยให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการเดินทาง การตลาด การฝึกอบรม และด้านข้อมูลสารสนเทศภายใน 5 ปี

ในการกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวหลักที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการการพัฒนาที่ยั่งยืน และเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ จึงเห็นควรกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการที่เกี่ยวข้อง ทั้งสิ้น 6 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การให้การศึกษา และสร้างจิตสำนึก กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ และกลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุน

สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่าในช่วงที่ผ่านมานักท่องเที่ยวมีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ มีสาเหตุสำคัญมาจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

2.2.4 สถิติที่น่าสนใจของตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

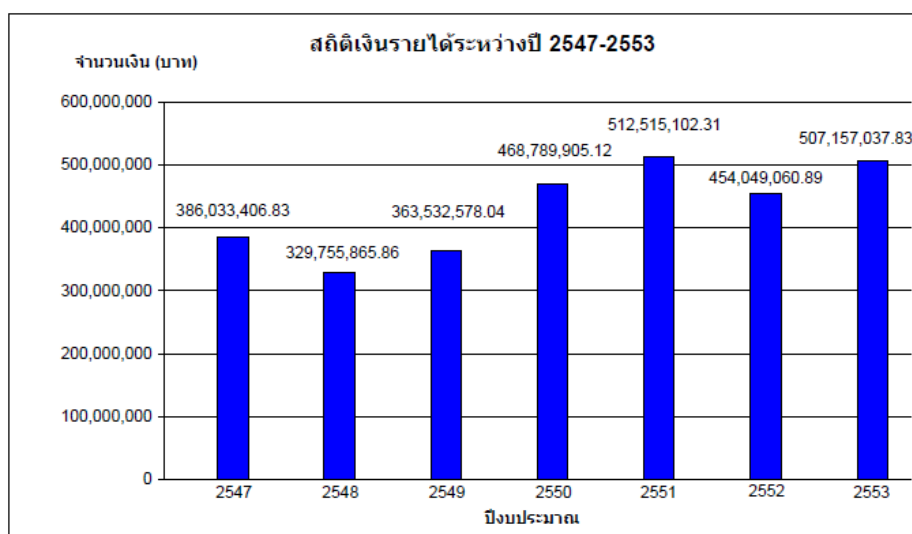
● ประเมินการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

ประมาณการขนาดตลาดจากรายได้ของอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ และเขตพื้นที่วนอุทยาน จัดได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ดังนี้

1. ประมาณการขนาดตลาดจากรายได้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

จากข้อมูลรายได้ของอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช ปีงบประมาณ 2547–2553 พบว่า รายได้มีทิศทางแนวโน้มที่สูงขึ้นในทุกปี แต่ในปี 2552 จะเห็นว่า รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงจากปี 2551 จาก 512.5 ล้านบาท เหลือเพียง 454.0 ล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องมาจากปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจโลก และโรคระบาดที่เกิดขึ้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวลดลง และส่งผลต่อรายได้ของการท่องเที่ยว แต่ในปี 2553 สถานการณ์ต่างๆ ได้ปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น จึงส่งผลให้รายได้สูงขึ้นจากปี 2552 เป็นอย่างมาก โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 507.2 ล้านบาท แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 2.11

ภาพที่ 2.11 รายได้ของอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ปีงบประมาณ 2547 - 2553

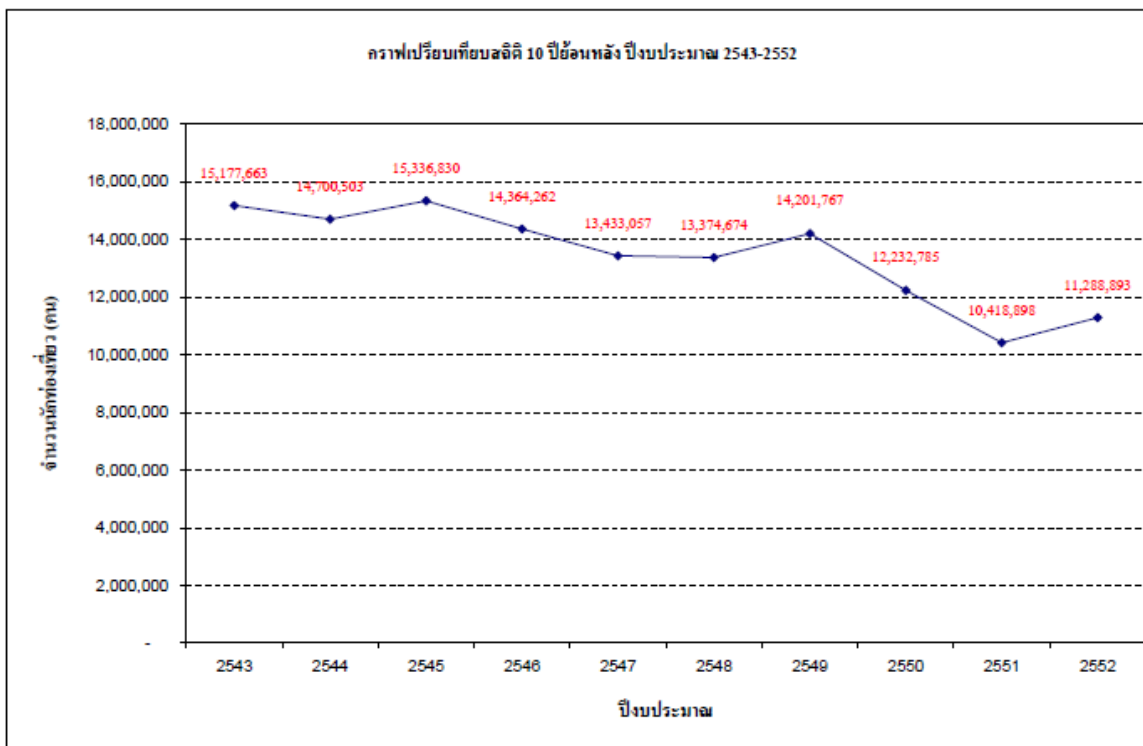


ที่มา: สำนักงานอุทยานแห่งชาติ (2553)

● ประเมินการตลาดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ เขตพื้นที่วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์และเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ซึ่งเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจเกิดมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศ และสถานการณ์โรคระบาดในพื้นที่ทั่วโลก ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจโลกที่ลดลง ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้เงิน เพื่อการท่องเที่ยวลดลงทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังภาพที่ 2.12

ภาพที่ 2.12 แสดงการเปรียบเทียบสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตอุทยาน ปี 2543-2552



ที่มา: สำนักงานอุทยานแห่งชาติ (2552)

- สถิตินักท่องเที่ยวและจำนวนผู้ประกอบการเชิงนิเวศและผจญภัยในแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.15 แสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทย ปี 2548

ภาค	อุทยานแห่งชาติ		วนอุทยาน		เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า		เขตห้ามล่าสัตว์ป่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลาง	17	11.7	10	13.9	6	10.5	8	23.5
ตะวันออก	6	4.1	2	2.8	3	5.3	-	-
ตะวันออกเฉียงเหนือ	24	16.6	24	33.3	11	10.3	7	20.6
ใต้	39	26.9	7	9.7	15	26.3	12	35.3
เหนือ	59	40.7	29	40.3	22	38.6	7	20.6
รวม	145	100	72	100	57	100	34	100

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

จากตารางที่ 2.15 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือถึง 117 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ ภาคใต้ 73 แห่ง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 66 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.7 และ 21.4 ตามลำดับ โดยสถานที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่อุทยานแห่งชาติ 145 แห่ง รองลงมา คือ วนอุทยานแห่งชาติ 72 แห่ง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 57 แห่ง

จากตารางที่ 2.16 พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้มากถึง 726 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ ภาคกลาง 348 แห่ง และภาคเหนือ 337 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ 19.1 ตามลำดับ โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่จะให้บริการในกิจกรรมดำน้ำเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ การเดินป่า/ส่องสัตว์/ดูนก และขี่จักรยานเสือภูเขาตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทยนั้น สามารถแยกเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น อุทยานแห่งชาติ ทั้งสิ้น 2,579 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 1,385 แห่ง แหล่งวัฒนธรรม 1194 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่ อยู่ในภาคใต้ จำนวน 513 แห่ง รองลงมา คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 302, 302 และ 250 แห่ง ตามลำดับ ในขณะที่แหล่งวัฒนธรรมส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง จำนวน 479 รองลงมา คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จำนวน 284, 261 และ 170 แห่ง

ตารางที่ 2.16 จำนวนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทย ปี 2548

ภาค	เดินป่า/ส่องสัตว์/ดูนก/ดูดาว/ชม		ปางช้าง		ปีนเขา/ปีนเขา/ไรยด์		ขี่จักรยานเสือภูเขา		ล่องแก่ง		พายเรือคายัค/แคนู		เที่ยวถ้ำ		ดำน้ำ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลาง	59	16.2	12	16.9	30	54.5	112	39.9	62	41.1	31	11.3	4	10.0	38	7.2	348	19.8
ตะวันออกเฉียงเหนือ	7	1.9	10	14.1	1	1.8	38	13.5	2	1.3	50	18.3	2	5.0	116	22.1	226	12.8
ตะวันออกเฉียงเหนือ	47	12.9	3	4.2	4	7.3	47	16.7	4	2.7	10	3.6	10	25.0	-	-	125	7.1
ใต้	94	25.8	25	35.2	14	25.5	23	8.2	15	9.9	168	61.3	15	37.5	372	70.7	726	41.2
เหนือ	157	43.2	21	29.6	6	10.9	61	21.7	68	45.0	15	5.5	9	22.5	-	-	337	19.1
รวม	364	100.0	71	100.0	55	100.0	281	100.0	151	100.0	274	100.0	40	100.0	526	100.0	1,762	100.0

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

● **สถานประกอบการที่พักการท่องเที่ยวในประเทศไทย**

จากการสืบค้นข้อมูลสถานประกอบการที่พักในประเทศไทย ปี 2553 พบว่า ภาคใต้มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุด รองลงมา คือ ภาคเหนือและภาคตะวันออก นอกจากนี้ ยังพบว่าส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวของที่พักเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการขยายที่พักมากที่สุด ในขณะที่ภาคตะวันออกและภาคใต้กลับมีอัตราการขยายลดลง ดังจะเห็นได้ดังตารางที่ 2.16 สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มาเข้าพัก พบว่า ที่พักในภาคใต้มีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ ภาคกลางเขตกรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออก ดังตารางที่ 2.17

ตารางที่ 2.17 แสดงข้อมูลสถานประกอบการที่พักในประเทศไทยปี 2553

Ministry of Tourism and Sports, Thailand										
Accommodation Establishments at Tourist Attraction (Hotels, Guesthouses, Resorts) in Thailand 2010 (January-December)										
Accommodation Establishments at Tourist Attraction in Thailand	Number of Accomodation			Room			Length of stay (Day)	Occupancy Rate (%)		
	2010	2009	Δ(%)	2010	2009	Δ(%)	2010	2010	2009	Δ(%)
Total	7,334	6,992	+ 4.89	380,693	368,823	+ 3.22	1.86	37.14	38.64	-1.50
North	1,373	1,314	+ 4.49	54,863	53,308	+ 2.92	1.67	30.47	31.16	-0.69
Bangkok	336	336	+ 0.00	63,460	63,823	- 0.57	2.09	49.70	52.68	-2.98
Central	319	261	+ 22.22	18,137	16,135	+ 12.41	1.37	28.62	32.60	-3.98
West	1,009	758	+ 33.11	31,084	26,301	+ 18.19	1.99	36.06	44.11	-8.05
East	1,122	1,228	- 8.63	67,770	69,504	- 2.49	1.65	29.06	32.13	-3.07
North East	887	634	+ 39.91	38,222	32,077	+ 19.16	1.42	37.93	39.28	-1.35
South	2,288	2,461	- 7.03	107,157	107,675	- 0.48	2.31	36.11	38.55	-2.44

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

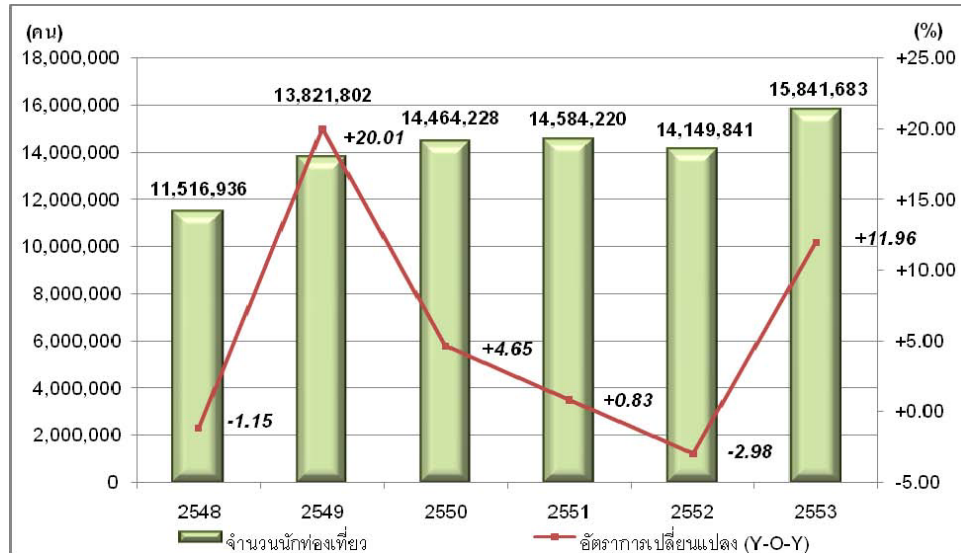
ตารางที่ 2.18 แสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเข้าพักในสถานประกอบการปี 2553

Ministry of Tourism and Sports, Thailand									
Accommodation Establishments at Tourist Attraction (Hotels, Guesthouses, Resorts) in Thailand 2010 (January-December)									
Accommodation Establishments at Tourist Attraction in Thailand	Guest Arrivals at Accommodation								
	Thai			Foreigners			Total		
	2010	2009	Δ(%)	2010	2009	Δ(%)	2010	2009	Δ(%)
Total	33,045,467	33,350,824	- 0.92	18,819,630	19,855,275	- 5.22	51,865,097	53,206,099	- 2.52
North	6,369,654	5,936,576	+ 7.30	1,598,049	1,572,132	+ 1.65	7,967,703	7,508,707	+ 6.11
Bangkok	3,514,594	3,931,830	- 10.61	7,216,577	8,453,586	- 14.63	10,731,171	12,385,416	- 13.36
Central	2,155,566	2,020,632	+ 6.68	513,847	382,433	+ 34.36	2,669,412	2,403,065	+ 11.08
West	3,743,177	3,586,673	+ 4.36	518,631	612,774	- 15.36	4,261,808	4,199,447	+ 1.48
East	4,818,855	5,880,115	- 18.05	3,289,001	3,224,609	+ 2.00	8,107,856	9,104,724	- 10.95
North East	6,905,701	5,941,938	+ 16.22	219,193	241,907	- 9.39	7,124,894	6,183,845	+ 15.22
South	5,537,921	6,053,061	- 8.51	5,464,333	5,367,834	+ 1.80	11,002,253	11,420,895	- 3.67

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

● **จำนวนนักท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.51 ต่อปี จากสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยระหว่างปี 2548 -2553 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11,516,936 คน ในปี 2548 เป็น 15,841,683 คน ในปี 2553 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด ดังภาพที่ 2.13 ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวโลก และความเข้มแข็งของปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของไทย นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมระดับ World Event ที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการที่ประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับโลกหลายรายการเป็นประจำ เช่น รางวัล Best Tourist Country และ Best Country Brand for Value for Money เป็นต้น

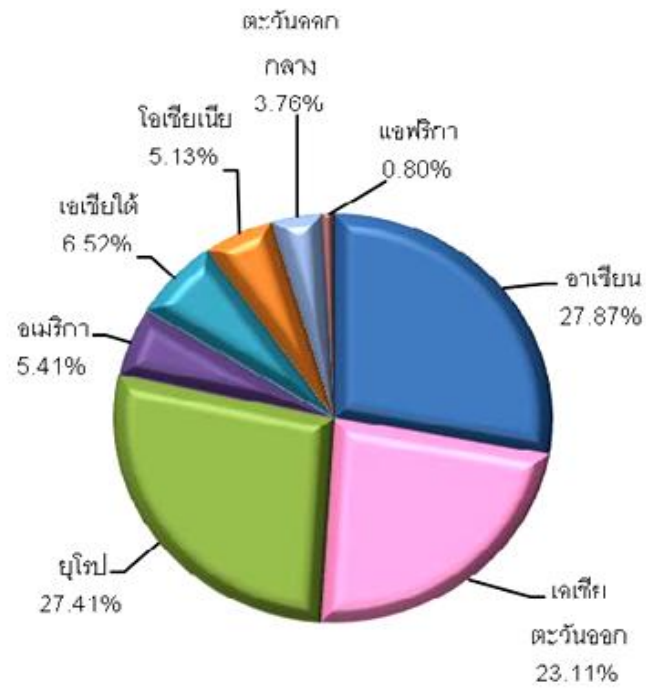


ภาพที่ 2.13 จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548 – 2553

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

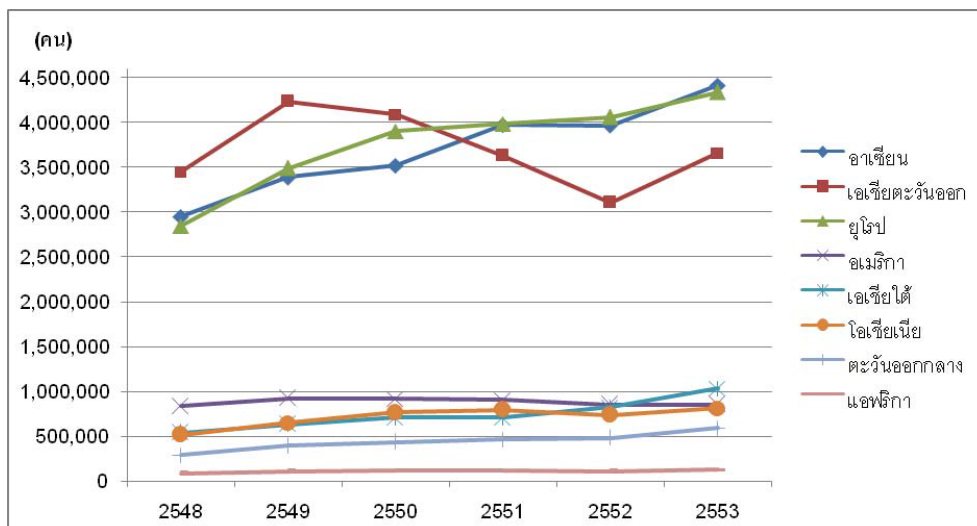
นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความสำคัญต่อประเทศไทยเพิ่มขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสำคัญลดลง การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค สะท้อนให้เห็นถึงลำดับความสำคัญด้านจำนวนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ โดยในปี 2553 นักท่องเที่ยวอาเซียนมีจำนวนมากที่สุดจำนวน 4,415,789 คน คิดเป็นร้อยละ 27.87 ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ

ภาพที่ 2.14 สัดส่วนนักท่องเที่ยวปี 2553 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

ภาพที่ 2.15 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2548-2553 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

นักท่องเที่ยวตลาดหลักมีจำนวน 11,574,347 คน โดยตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มาเลเซีย จีน และญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาตลาดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 15 อันดับแรก พบว่ามีจำนวนรวมกันเท่ากับ 11,574,347 คน คิดเป็นร้อยละ 73.06 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับตลาดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มาเลเซีย จำนวน 1,962,629 คน รองลงมา ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และอื่นๆ ตามลำดับ

สำหรับตลาดหลักที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย รัสเซีย (+81.33%) จีน (+45.05%) และเกาหลี (+31.99%) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.19 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว 15 ตลาดแรก ปี 2553

ภูมิภาค (สัญชาติ)	2553			2552
	จำนวน	2553/52	% Δ (Y-O-Y)	จำนวน
มาเลเซีย	1,962,629	204,816	+11.65	1,757,813
จีน	1,127,803	350,295	+45.05	777,508
ญี่ปุ่น	984,763	-19,690	-1.96	1,004,453
สหราชอาณาจักร	818,303	-23,122	-2.75	841,425
เกาหลี	815,970	197,743	+31.99	618,227
อินเดีย	791,185	176,619	+28.74	614,566
ออสเตรเลีย	715,612	68,907	+10.66	646,705
ลาว	689,673	34,639	+5.29	655,034
สหรัฐอเมริกา	620,496	-6,578	-1.05	627,074
เยอรมนี	612,620	39,147	+6.83	573,473
รัสเซีย	611,019	274,054	+81.33	336,965
สิงคโปร์	579,105	15,530	+2.76	563,575
ฝรั่งเศส	458,292	31,225	+7.31	427,067
เวียดนาม	401,188	38,159	+10.51	363,029
ไต้หวัน	385,689	22,906	+6.31	362,783
รวม	11,574,347	1,404,650	+13.81	10,169,697

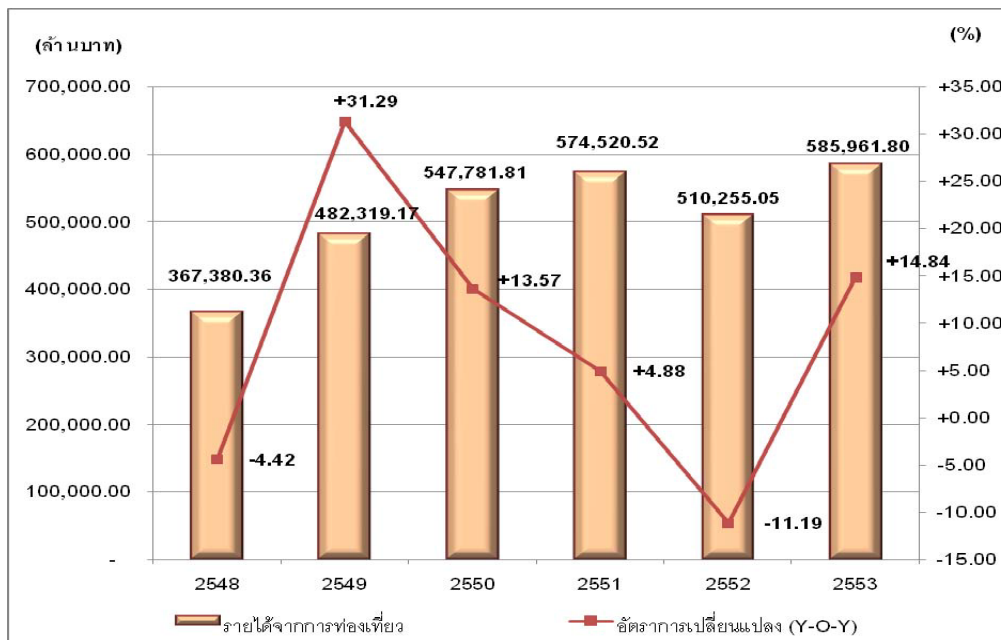
ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

● **จำนวนส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)**

จากสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างปี 2548-2553 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 367,380.36 ล้านบาท ในปี 2548 เป็น 585,961.80 ล้านบาท ในปี 2553 ซึ่งเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวที่สูงที่สุดของไทย หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 11.90 แสดงดังภาพที่ 2.16 สำหรับภูมิภาคที่ก่อให้เกิดรายได้สูงสุด คือ ยุโรป (227,679.09 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 38.86 รองลงมา ได้แก่ เอเชียตะวันออก เอเชีย อเมริกา โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ แสดงดังภาพที่ 2.17 ดังนั้น แมว่่านักท่องเที่ยวยุโรปจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 2 แต่ก่อให้เกิดรายได้สูงสุด ขณะที่เอเชียตะวันออกมีจำนวนน้อยกว่านักท่องเที่ยวอาเซียน แต่ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวสูงกว่า นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวเอเชียใต้ มีอัตราการขยายตัวสูงสุด (+33.96%) รองลงมา ได้แก่ เอเชียตะวันออก แอฟริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เอเชีย ยุโรป และอเมริกา ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.20

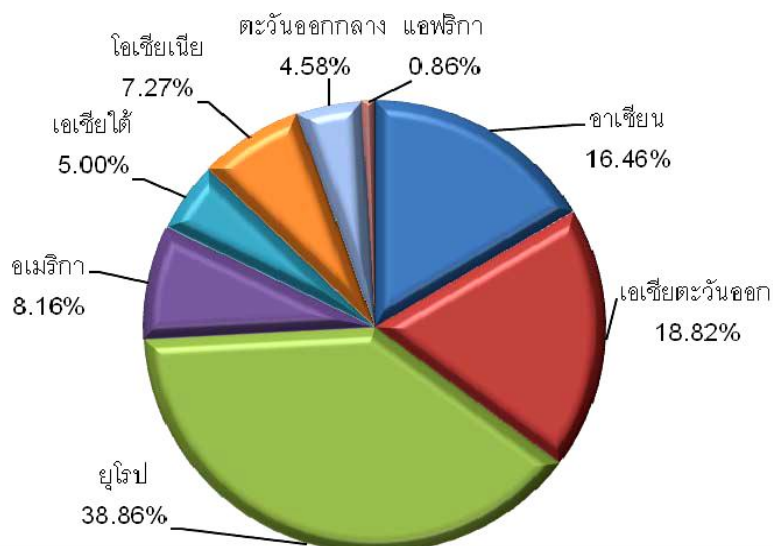
เมื่อวิเคราะห์การขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นดอลลาร์สหรัฐ กับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ในช่วงปี 2548-2553 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว แต่เร่งตัวขึ้นในระดับที่สูงกว่าโดยเฉพาะในช่วง ปี 2550-2553 ที่ขยายตัวสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และชะลอลตัวในปี 2552 จากวิกฤติสถาบันการเงินในอเมริกาและยุโรป สะท้อนให้เห็นถึงระดับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระดับบน (High-end) เช่น นักท่องเที่ยวยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรัสเซียและยุโรปตะวันออก และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เช่น เอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และตะวันออกกลาง เป็นต้น

ภาพที่ 2.16 รายได้จากการท่องเที่ยวและอัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ปี 2548 - 2553



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

ภาพที่ 2.17 แสดงสัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2553 จำแนกตามภูมิภาค (สัญชาติ)



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

ตารางที่ 2.20 แสดงตลาดที่ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรก ตั้งแต่ปี 2548–2553

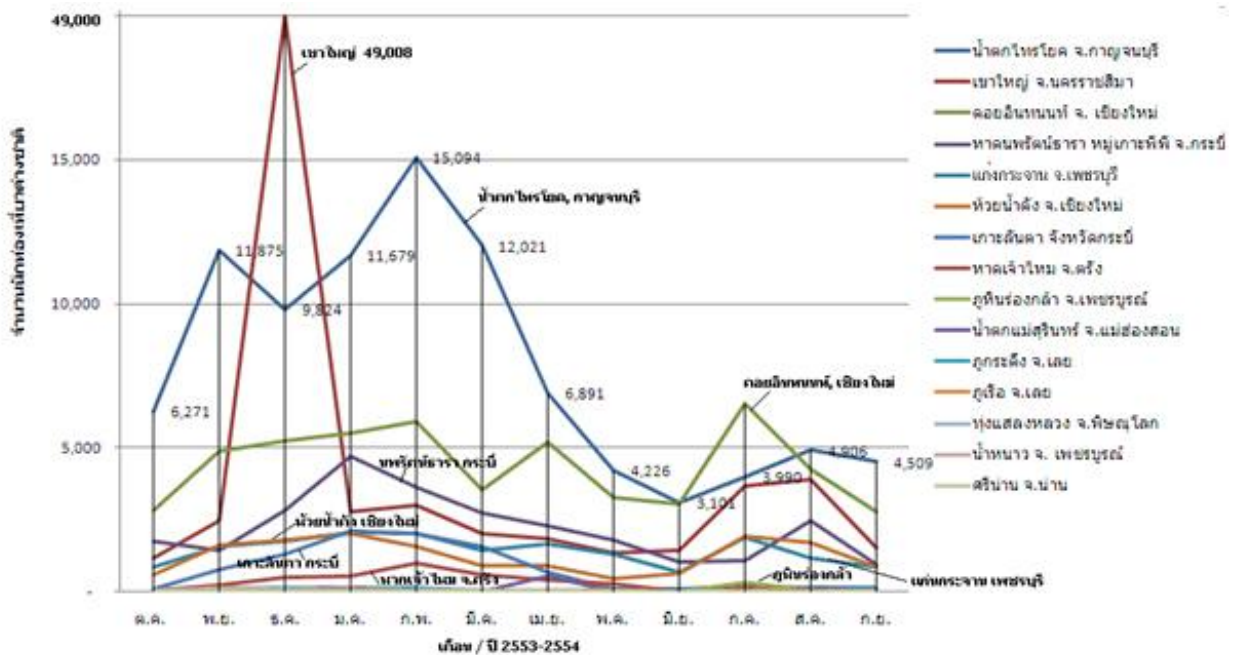
อันดับที่	สัญชาติ ของนักท่องเที่ยว	2553		2553/2552
		รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	Δ %
1	United Kingdom	45,237.87	7.72	+5.36
2	Australia	38,653.32	6.60	+17.53
3	Malaysia	37,608.79	6.42	+19.90
4	USA	36,035.07	6.15	+1.39
5	China	34,007.81	5.80	+46.91
6	Germany	31,691.97	5.41	+6.71
7	Japan	31,015.57	5.29	+7.30
8	Russia	29,832.11	5.09	+84.33
9	Korea	24,904.12	4.25	+36.34
10	France	22,923.16	3.91	+9.35
	Others	254,052.01	43.36	+10.29
รวม		585,961.80	100.00	+14.84

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

● จำนวนนักท่องเที่ยว

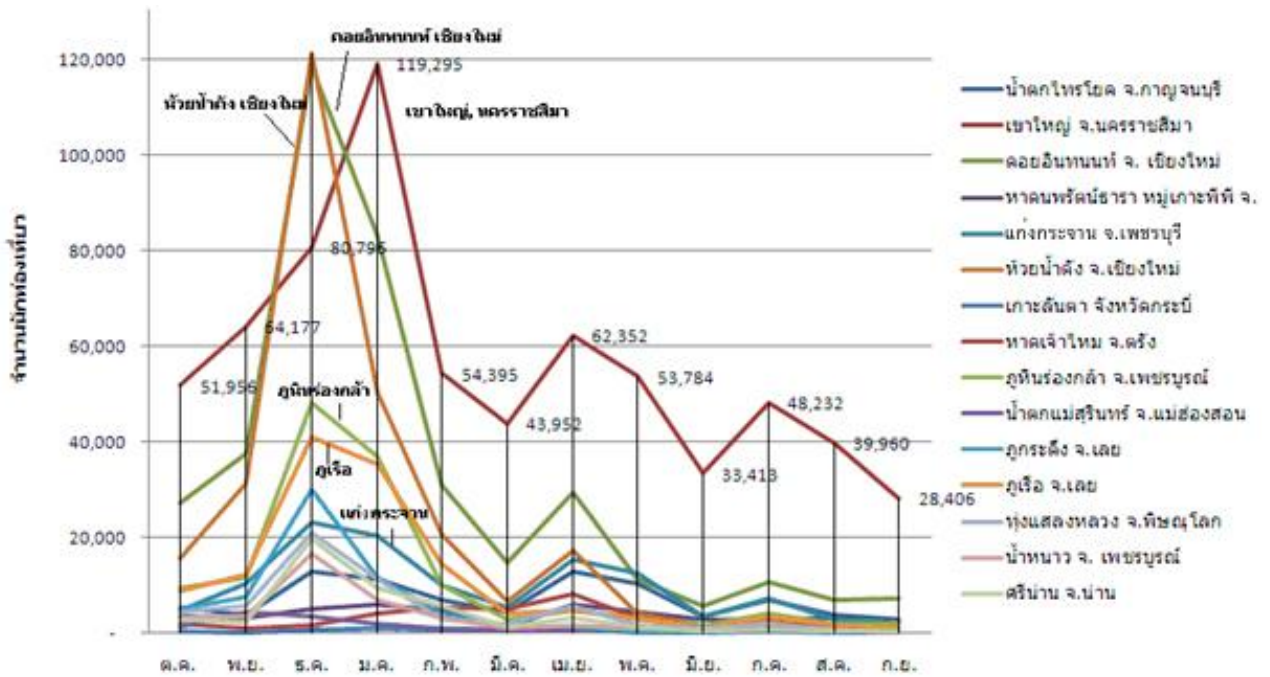
จากการวิเคราะห์พบว่า ถึงแม้ว่าเขาใหญ่จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ในเดือนธันวาคม แต่จะพบว่าช่วงสูงสุดของการท่องเที่ยวเขาใหญ่ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น สั้นมาก เทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในขณะที่น้ำตกไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีสูงถึง 94,388 คน มีการกระจายตัวของปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างดี และยังคงมีความสม่ำเสมอในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ในขณะที่ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จังหวัดที่มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี จะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ภูกระดึง จังหวัดเลย หรือน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในช่วงเดือนต่างๆ

ภาพที่ 2.18 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าชมอุทยานแห่งชาติในพื้นที่ศักยภาพ



ที่มา : สำนักงานอุทยานแห่งชาติ (2554)

ภาพที่ 2.19 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมอุทยานแห่งชาติในพื้นที่ศักยภาพ



ที่มา : สำนักงานอุทยานแห่งชาติ (2554)

3. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นผลการศึกษาจากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำการศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรายจังหวัด (External Analysis) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ และพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย ให้เหมาะสมตามพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านนี้รวมทั้งหมด 6 พื้นที่หลัก โดยมีกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก คือ

1. นักท่องเที่ยว โดยแบ่งตามภูมิภาค/พื้นที่ ซึ่งเคยทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 45 ท่าน
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20 ท่าน

2. ผู้ประกอบการ จำนวน 150 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- บริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
- สถานประกอบการที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

3. คนในชุมชนท้องถิ่น จำนวน 90 ท่าน

4. หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัดและท้องถิ่น จำนวน 30 ท่าน

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผจญภัย จำนวน 15 ท่าน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ 9 ท่าน ได้แก่
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 (ปราจีนบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 (สระบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 3 (เพชรบุรี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 5 (นครศรีธรรมราช)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 7 (นครราชสีมา)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 8 (ขอนแก่น)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 10 (อุดรธานี)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 11 (พิษณุโลก)
 - เจ้าหน้าที่สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16 (เชียงใหม่)
- สัมภาษณ์หน่วยงานหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 6 ท่าน เช่น นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย นายกสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นต้น

โดยทำการสัมภาษณ์ในกลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สระบุรี นครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี เลย หนองคาย กาญจนบุรี เพชรบุรี กระบี่ และตรัง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) จำนวนทั้งหมด 350 คน แบ่งจำนวนการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดการเลือกจำนวนตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
ผู้ประกอบการ	150
นักท่องเที่ยวชาวไทย	45
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	20
หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัด	30
คนในชุมชนท้องถิ่น	90
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	15
รวม	350

3.2 สภาพการตลาดโดยรวม : วิเคราะห์โดยห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

จากการสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเฉพาะ และมีความคาดหวังสูงในหลายด้าน ทั้งด้านการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความรู้เฉพาะ และต้องการกิจกรรมที่ได้มาตรฐานอีกด้วย ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยต้องพัฒนาตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ จะเห็นได้ว่า ท่ามกลางการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงในช่วงศตวรรษที่ 21 ทำให้มุมมองในการบริหารจัดการธุรกิจเปลี่ยนจากการให้ความสนใจเฉพาะองค์กร มาเป็นการบริหารจัดการในภาพรวม ตลอดทั้งธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ X.Zhang et al. (2009) ได้ให้คำนิยามว่า “โซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว” หมายถึง เครือข่ายขององค์กร ด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว การมองกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ จะทำให้พบปัญหาในการส่งต่อบริการจากรูปที่ 3.1 เมื่อพิจารณาห่วงโซ่คุณค่า จะพบว่า

กระบวนการที่ 1 การบริหารแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจะเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

- **การใช้พื้นที่ของผู้ประกอบการ** ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ จะต้องขออนุญาตหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากพิจารณาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะพบว่า แต่ละเส้นทางจะผ่านพื้นที่อุทยาน พื้นที่น้ำตก พื้นที่เขื่อน ซึ่งอาจมีผู้รับผิดชอบที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการพบปัญหาในการขออนุญาตใช้เส้นทาง นอกจากนี้ยังมีปัญหาทางด้านการเมืองท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาเป็นอย่างยิ่ง

- **อุทยานแห่งชาติ** และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการเก็บค่าเข้าใช้บริการ แต่ยังไม่มีการจัดสรรการบูรณะทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้กระบวนการรักษาทรัพยากรธรรมชาติไม่ได้ถูกส่งต่อไปยังผู้เกี่ยวข้องตลอดทั้งกระบวนการโดยผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มองว่าไม่ได้เป็นหน้าที่ของตน
- **ปัญหาการบกรกทรัพยากรธรรมชาติ** รวมถึงการเผาป่า หาของป่า เกิดจากการขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อทรัพยากรที่ถือเป็นสมบัติของชุมชน ซึ่งต้องร่วมกันรักษา
- **การเรียกเก็บค่าเข้าอุทยานแห่งชาติ** พบว่า เมื่อราคาของการเข้าสู่อุทยานแห่งชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีราคาสูงกว่านักท่องเที่ยวไทย ทำให้ผู้ประกอบการนำเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นเอเจนซี มักเลือกเส้นทางอื่น ที่มีค่าใช้จ่ายถูกกว่า ส่งผลให้เกิดการเดินทางไปกระจุกในอุทยานบางแห่งที่มีราคาไม่แพง ขณะที่บางอุทยานฯ ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไป

กระบวนการที่ 2 การจัดเส้นทางท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว: เมื่อผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้รับอนุญาตในการเข้าใช้พื้นที่ จะมีการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยมีดังนี้

- **คุณภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย** ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่ จะใช้อุปกรณ์ที่หาได้ในพื้นที่ เช่น การล่องแพ มีหลายแห่งที่ยังคงใช้ไม้ไผ่ซึ่งใช้งานได้เพียงครั้งเดียว ทำให้มีการตัดไม้ และเกิดเป็นเศษแพที่ปลายน้ำจำนวนมาก ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
- **ผู้ประกอบการขนาดเล็ก** ขาดการสำรวจเส้นทาง และหลอกลวงนักท่องเที่ยว ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ขาดมาตรฐานในการให้บริการ
- **ผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในท้องถิ่นขาดองค์ความรู้** เมื่อมีผู้ประกอบการมากขึ้น ทำให้เอเจนซี มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น ทำให้เกิดการตัดราคา และไม่สามารถนำกำไรมาพัฒนาคุณภาพของกิจกรรมได้
- **ความรู้ของผู้ประกอบการ** และมาตรฐานของกิจกรรม ยังไม่ได้มาตรฐานหากเทียบกับต่างประเทศ

กระบวนการที่ 3 การจัดหาบริการที่เกี่ยวข้อง: ในการจัดทำธุรกิจนำเที่ยวนั้น นอกจากสถานที่ท่องเที่ยว และ กิจกรรมต้องมีความพร้อมแล้ว ยังมีบริการที่เกี่ยวข้องอีกมาก ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีความต้องการที่สูงกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ ยังต้องการความรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้มีข้อสังเกตดังนี้

- **ขาดแคลนมัคคเทศก์ที่มีความรู้** ความชำนาญเฉพาะทาง ทำให้ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการความรู้ และความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมอย่างลึกซึ้ง
- **กิจกรรมหลายประเภทที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง** ต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อให้เกิดความปลอดภัย และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว
- **ผู้ประกอบการขนาดเล็ก** ทำหน้าที่เพียงหาลูกค้าและเป็นผู้ประสานงานกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของบริการได้ เช่น การไม่มีมัคคเทศก์ประจำของบริษัท ทำให้ต้องว่าจ้างเป็นครั้งคราว เป็นต้น
- **สถานที่พักที่ควรมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม** เช่น การออกแบบที่กลมกลืนไปกับธรรมชาติ และการจัดทำระบบบำบัดน้ำเสีย การควบคุมมลพิษ เป็นต้น

กระบวนการที่ 4 การตลาดและการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว: ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประชาสัมพันธ์สถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยไปยังนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการแล้ว หน่วยงานราชการ ยังมีบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยมีข้อสังเกตดังนี้

- ผู้ประกอบการในท้องถิ่นยังขาดความรู้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เสียโอกาสในการทำการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาเอเจนซีในการหาลูกค้า และใช้วิธีการนำแผ่นพับไปฝากตามโรงแรมต่างๆ เป็นหลัก
- บริษัทนำเที่ยวใช้วิธีการสื่อสารไปยังลูกค้าต่างประเทศด้วยการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการขนาดเล็ก ยังขาดความพร้อมในการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ จึงต้องอาศัยหน่วยงานรัฐในการสนับสนุนความพร้อมด้านต่างๆ
- นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถแยกความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากพื้นที่ต่างๆ ยังไม่ได้สร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในจังหวัดใกล้เคียงกัน
- การสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวถือเป็นจุดอ่อนของผู้ประกอบการในท้องถิ่น เนื่องจากปัญหาด้านภาษา และด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องพึ่งพาเอเจนซีนำเที่ยว

กระบวนการที่ 5 การส่งมอบบริการไปยังนักท่องเที่ยว: ถือเป็นกระบวนการที่นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ อยู่ในกระบวนการร่วมกัน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นกระบวนการที่มีบุคลากรอยู่ในกระบวนการจำนวนมาก ทำให้ควบคุมคุณภาพค่อนข้างยาก ทั้งนี้มีข้อสังเกตดังนี้

- ผู้ประกอบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยมีได้นำเสนอองค์ความรู้และใช้บุคลากรที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยผิดหวังกับบริการที่ได้รับ
- อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรม ควรได้รับการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ลงทุนโดยนักลงทุนต่างชาติ มักมีการกำหนดมาตรฐาน และตรวจสอบโดยหน่วยงานกลาง แต่ผู้ประกอบการไทย ยังคงต้องการการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม
- ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนากิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วย เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
- ขาดการจัดทำสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากใช้บริการ
- ควรมีการจัดทำระบบเก็บข้อมูล และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

กระบวนการสนับสนุน

จากแผนภาพห่วงโซ่คุณค่า จะพบว่ามีกระบวนการสนับสนุน ได้แก่ การสนับสนุนด้านการตลาดโดยส่วนกลาง และหน่วยงานราชการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติใหม่ๆ แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการบริหารจัดการองค์ความรู้ ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่า ได้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

- การทำการตลาดโดยส่วนกลาง ควรมีการประเมินผลการสนับสนุนด้านการตลาดว่ามีความเพียงพอ และตรงกับศักยภาพของพื้นที่หรือไม่

- ควรมีการทบทวนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม และต้องได้รับการสนับสนุนให้มีการแก้ไขอย่างจริงจัง
- ในปัจจุบันพบว่า ชุมชนท้องถิ่นยังไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผลงุญภัยอย่างเป็นรูปธรรม
- ควรมีการเชื่อมโยงกับภาคการศึกษา เพื่อสนับสนุนด้านองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

การบริหารแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ	การจัดเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุญภัย	จัดหารบริการที่เกี่ยวข้อง Bundling Service Elements	สื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว Communication & Marketing	การส่งมอบบริการ Service Delivery
หน่วยงานราชการ ภาครัฐะเบียบ ในการเข้าใช้พื้นที่	ผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ และเอเจนซี่	ธุรกิจ ที่เกี่ยวข้อง - มัคคุเทศก์ - รถโดยสาร - ที่พัก	เอเจนซี่ ตัวแทนจำหน่าย	ผู้ประกอบการ
บริหารจัดการด้านการตลาดโดยส่วนกลาง				
บริหารจัดการเชิงนโยบาย ภาครัฐะเบียบ ข้อบังคับ				
บริหารจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น				
บริหารจัดการองค์ความรู้ด้านทรัพยากรธรรมชาติ				

ภาพที่ 3.1 ห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุญภัย

3.3 สภาพการตลาดตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่พบว่า โดยรวมผู้ประกอบการยังไม่เข้าใจหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุญภัย และยังคงมุ่งเน้นด้านความคุ้มค่าด้านราคา และการเน้นเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า ความพร้อมในปัจจุบันของ 6 พื้นที่ อยู่ในระดับปานกลางและระดับค่อนข้างน้อย เนื่องจากพื้นที่หลายแห่งยังไม่มีการบริหารจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติ ขาดการสอดแทรกองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว และจำนวนบุคลากรที่มีความรู้ด้านนิเวศและผลงุญภัยยังมีอยู่อย่างจำกัด อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่พบว่า มีผู้ประกอบการบางรายที่มีศักยภาพ และมีความพร้อมในการเป็นต้นแบบผู้ประกอบการ การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุญภัย ทั้งนี้ตารางที่ 3.2 แสดงให้เห็นว่าหากมีการพัฒนาการบริหารจัดการและการส่งเสริมการตลาดหลายพื้นที่ถือว่ามีศักยภาพสูงในอนาคต

ตารางที่ 3.2 สรุปมุมมองผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
เชียงใหม่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> การผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลายหลายแห่งและความเชื่อมโยงกิจกรรมที่สอดคล้อง ภาพวาดจากฝีมือช่างที่ได้รับการบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ (GULNNESS WORLD RECORDS) ได้รับการบันทึกสถิติภาพวาดจากฝีมือช่างที่มีราคาแพงที่สุดในโลก 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจในการผจญภัย
น่าน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ทางไกล ดังนั้นควรเจาะกิจกรรม และพัฒนากิจกรรมเสริมในพื้นที่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ทำทหายความสามารถตามกิจกรรม เพื่อทะลุขีดจำกัด
แม่ฮ่องสอน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรม Hard Adventure ที่มีชื่อเสียงสามารถพัฒนาให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติได้ เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า (ลีซอ ลัว กะเหรี่ยง มูเซอ ไทใหญ่ ม้ง และจีนฮ่อ) 	<ul style="list-style-type: none"> ทำทหายความสามารถตามกิจกรรม เพื่อทะลุขีดจำกัด Soft Adventure กับวิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า
พิษณุโลก	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกันเชื่อมโยงทางด้านเหนือ คือ คนหมิงของจีน, ทิศตะวันตกคือ เมืองเมาะละแม้งของพม่า ทิศตะวันออกผ่านมุกดาหาร สหวั่นนะเขตของลาว และตานังของเวียดนาม ล่องแก่งเรือยางลำน้ำเข็ก 	<ul style="list-style-type: none"> ผจญภัยสี่แยกอินโดจีน ทำทหายล่องแพพิชิตลำน้ำเข็ก
เพชรบูรณ์	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมจุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีความสมบูรณ์มากและมีทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภูทับเบิก และธรรมชาติแบบทะเลภูเขาที่มีอากาศบริสุทธิ์ สภาพภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้ชีวิตกลมกลืนกับธรรมชาติกับอากาศบริสุทธิ์ และเย็นสบาย

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
กาญจนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เชื่อมโยงการท่องเที่ยวผจญภัยกับประวัติศาสตร์ในพื้นที่ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจผจญภัยเชิงประวัติศาสตร์
เพชรบุรี	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติและมีความน่าสนใจของธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ รวมถึงองค์ความรู้ด้านนิเวศ
กระบี่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ป่าโกงกาง 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ทำทนายศัลยกรรมภาพ
ตรัง	น้อย	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของธรรมชาติยังไม่ได้รับการรบกวนจากนักท่องเที่ยวมากนัก 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล การเรียนรู้เชิงลึก
นครราชสีมา	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เขาใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมรดกโลก แหล่งที่มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติ และสัตว์ป่าเชิงลึก ไอโซนียิตอายุ กระทิงเขาแผงม้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ใกล้สูญพันธุ์)
สระบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> สระบุรี (มวกเหล็ก) มีไอโซนียิตมากเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น พายเรือแคมป์ปิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทนาย ความสนุกของกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ไกลกรุงเทพฯ รอยเท้าบนเขาใหญ่ (จะไม่ทิ้งอะไรไว้นอกจากรอยเท้า)
นครนายก	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่จัดว่าเป็นอุทยานป่าดงดิบ ภูเขา มีน้ำตกที่โดดเด่นที่สุดของโลก มีกิจกรรมเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่หลากหลาย เช่น การปีนเขาและไต่จากหน้าผา จักรยานท่องเที่ยว การล่องแก่งแม่น้ำนครนายก 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทนาย ทำกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำตก ต้องการความปลอดภัยสูง

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
ปราจีนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ชาวต่างชาติจะนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก กิจกรรมล่องแก่ง 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติ ส่งเสริมองค์ความรู้
เลย	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> สภาพธรรมชาติสมบูรณ์ ประกอบด้วย ระบบนิเวศ และภูมิประเทศ หลากหลายทั้งทุ่งหญ้า ป่าสนเขาป่าดิบ น้ำตกและหน้าผาชมทิวทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> พิชิตความท้าทาย เช่น ภูเขา ภูเรือ ภูกระดึง เมืองแห่งขุนเขา ผจญภัยเขาวงกต (สวนหินผางาม อ.หนองหิน)
หนองคาย	น้อย	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> เด่นด้านวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนด้านนิเวศ และผจญภัยยังมีจุดเด่นไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> ประตูสู่ประเทศลาวและเวียดนาม

ทั้งนี้หากวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตามปัจจัยต่างๆ สามารถสรุปได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3.3 ผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตามปัจจัยต่างๆ

• พื้นที่ 1: เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<p>เชียงใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> เชียงใหม่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานสูง ทั้งจำนวนที่พัก และการคมนาคม เชียงใหม่มีสนามบิน ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ง่าย เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวมายาวนาน ทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าเชียงใหม่ขาดความหลากหลาย ทั้งที่เชียงใหม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่หลากหลาย อาทิ ปีนผา ล่องแพ เดินป่า และอื่นๆ อีกมาก ปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางด้วยตัวเองภายในจังหวัดเชียงใหม่ ยังต้องมีการพัฒนา <p>น่าน</p> <ul style="list-style-type: none"> การเดินทางไปจังหวัดน่านค่อนข้างลำบาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน ทำให้มีข้อจำกัดในระยะเวลาสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พักยังต้องมีการพัฒนา เพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ปัญหาเรื่องป้ายบอกทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเองค่อนข้างยาก <p>แม่ฮ่องสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> มีการควบคุมการก่อสร้างที่พักให้เป็นไปตามข้อกำหนด ไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม มีสนามบิน สำหรับเครื่องบินขนาดเล็ก ทำให้เพิ่มช่องทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภูมิประเทศมีความสมบูรณ์มาก หากมีการสำรวจเส้นทาง และมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยมีการบริหารจัดการที่ดีถือเป็นจุดแข็งและมีโอกาสในการพัฒนาเป็นอย่างมาก
ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม มักทำลายทรัพยากรและมีความเสื่อมโทรมไปมาก ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่มีการบริหารจัดการที่ดีตั้งแต่แรก กิจกรรมนิเวศและผจญภัยในภูมิภาคนี้ ถือว่า ความหลากหลาย และกิจกรรมทำต่าง ๆ สามารถร้อยเรียงให้เกิดความต่อเนื่องในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> • ในภาคเหนือมีช่องว่างระหว่างผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และผู้ประกอบการขนาดเล็ก โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จะมีความได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพอุปกรณ์ บุคลากร และกิจกรรม ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กขาดการควบคุมคุณภาพ ทำให้บางกิจกรรมมีความเสี่ยงจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการบางรายให้ความรู้ที่ไม่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดอันตรายได้ง่าย • เมื่อกิจกรรมใดเป็นที่นิยม ก็จะมีผู้ประกอบการใหม่เกิดขึ้น และใช้การตัดราคา แทนที่จะเป็นการเพิ่มคุณภาพกิจกรรม ความเชื่อในการตัดราคานี้ทำให้ในช่วงของ LOW SEASON ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ • กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ส่วนใหญ่ยังขาดการสอดแทรกองค์ความรู้เชิงลึก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรงรู้สึกว่าประเทศไทยยังไม่เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยและยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก
<p>ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในหลายพื้นที่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ และไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังพื้นที่ได้ • นักท่องเที่ยวหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยได้น้อย ข้อมูลภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ ยังไม่แพร่หลาย • การประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ต ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร • ภาพลักษณ์ของภาคเหนือ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านนิเวศและผจญภัยอย่างจริงจัง นอกจากการสื่อสารแบบทั่วไปแล้ว ยังควรเน้นการสื่อสารไปยังกลุ่มเฉพาะ เช่น นิตยสารท่องเที่ยวผจญภัยในต่างประเทศ การเชื่อมโยงกับองค์กรและสมาคมด้านนิเวศและผจญภัย • การจัดทำโปรโมชั่น และกิจกรรมประจำปี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วง LOW SEASON เพราะนักท่องเที่ยวช่วงฤดูหนาวมาท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ค่อนข้างมากอยู่แล้ว ดังนั้น ต้องมีการวางแผน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวครบทั้งปี
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดนโยบายในการควบคุมกิจกรรมให้เกิดความปลอดภัยและการใช้มาตรฐานระดับสากลในการควบคุมกิจกรรม • นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ยังขาดการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ • งบประมาณในการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมยังไม่เพียงพอทำให้บุคลากรขาดแคลน จากการสอบถามพบว่าเจ้าหน้าที่อนุรักษ์ปัจจุบันปฏิบัติหน้าที่กำลังมีเท่านั้น แต่ยังไม่เพียงพอต่อพื้นที่ที่ต้องอนุรักษ์
<p>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ส่วนมากเป็นแรงงานในพื้นที่ เช่น การจ้างงานเพื่อเลี้ยงช้างหรือทำกิจกรรมต่างๆ เช่น คนสวน ดูแลกิจกรรม เป็นต้น • ผู้ให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นคนในพื้นที่ที่มีความชำนาญ แต่ขาดองค์ความรู้ในเชิงวิชาการควรมีการเพิ่มการฝึกอบรมให้กับผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาไฟป่าที่เกิดจากการเผาป่าของชุมชนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าชุมชนยังขาดการมีส่วนร่วมในการรักษาผืนป่า และยังมีการบุกรุกพื้นที่ป่า • การบริหารจัดการการท่องเที่ยวยังไม่สามารถทำให้ชุมชนเกิดรายได้ที่เพียงพอ ทำให้ชุมชนไม่ได้รับผลประโยชน์ และเกิดปัญหาในชุมชน • ปัญหาชุมชนท้องถิ่น ขาดความเป็นเอกลักษณ์และเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตไป จนทำให้ขาดเสน่ห์และการดึงดูดนักท่องเที่ยว
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการอยู่รอดของผู้ประกอบการขนาดเล็กในช่วง Low Season • ปัญหาด้านการตัดราคาในพื้นที่ ทำให้ขาดการพัฒนารูปแบบของกิจกรรม • องค์ความรู้ของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังไม่เพียงพอ • การใช้เทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการยังมีน้อย • ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่ เนื่องจากมีความซับซ้อนในการอนุญาตเข้าใช้ • ผู้ประกอบการพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงไปมาก รวมถึงนักท่องเที่ยวไทยยังไม่มีความนิยมเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทำให้ผู้ประกอบการต้องนำเสนอกิจกรรมหลายๆ อย่างไปพร้อมกัน

• **พื้นที่ 2: พิษณุโลก เพชรบูรณ์**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<p>เพชรบูรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานดีมาก โดยจังหวัดเพชรบูรณ์มีท่าอากาศยานเพชรบูรณ์ ซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอหล่มสักมีสายการบินไทย และสายการบินพีบี แอร์ เป็นผู้ให้บริการเส้นทางบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-เพชรบูรณ์ โดยให้บริการ 2 เที่ยวบิน ต่อ 1 สัปดาห์ • การสื่อสารภายในภูมิภาคถือว่าสมบูรณ์ โดยในจังหวัดเพชรบูรณ์มีจำนวนชุมสายโทรศัพท์ทั้งหมด 44 ชุมสาย ทำให้การสื่อสารไม่เป็นปัญหารวมถึงมีระบบการสื่อสารไร้สาย 3G ที่เริ่มขยายเครือข่ายครอบคลุมในพื้นที่ทำให้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต • มีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอ โดยเฉพาะเพชรบูรณ์ มีโรงพยาบาล 12 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 3 แห่ง สถานีอนามัย 153 แห่ง <p>พิษณุโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> • จังหวัดพิษณุโลก มีบริษัท การบินไทย จำกัด ให้บริการเที่ยวบินไปพิษณุโลกทุกวัน ใช้เวลาเดินทาง 50 นาที นอกจากนี้ ยังมีความสะดวกในการเดินทางโดยรถไฟด้วย • มีระบบโครงสร้างพื้นฐานในระดับดี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
<p>ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผจญภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีการบุกรุกลักลอบตัดไม้ทำลายป่าต้นน้ำลำธารถูกทำลายเป็นจำนวนมาก ทั้งการบุกรุกถางป่า ไร่เลื่อนลอยของชุมชนท้องถิ่น การลักลอบตัดไม้ของกลุ่มนายทุนผู้มีอิทธิพลซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบมากมายต่อประเทศไทยโดยรวมและกระทบโดยตรงต่อความสมดุลทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของประชาชน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นการเข้าชมธรรมชาติเป็นหลัก ดังนั้นควรมีการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านอื่นๆ เสริม เพื่อให้เกิดความหลากหลาย แก่นักท่องเที่ยว ทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งทรุดโทรมไปมาก ขาดการบริหารจัดการ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ควรมีการวางมาตรการในการบริหารจัดการอย่างเร่งด่วน แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีศักยภาพสูงเหมาะแก่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ควรมีการจัดสรรกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
<p>ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวไทยโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 10 เท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มท่องเที่ยวน้อยลง และนักท่องเที่ยวไทยมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาการแข่งขันด้านราคาและขาดความร่วมมือกันของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการยังมองว่า นโยบายการสนับสนุนด้านการตลาดยังไม่ชัดเจน การลงทุนส่วนใหญ่ ไม่ได้เกิดจากคนในพื้นที่ ซึ่งร้อยละ 90 มาจากนักลงทุนในกรุงเทพฯ ทำให้คนในพื้นที่ขาดการมีส่วนร่วม พื้นที่ศักยภาพหลายพื้นที่รองรับได้เฉพาะคนไทย จึงต้องมีการพัฒนาให้มีความเป็นสากลยิ่งขึ้น ทั้งด้านความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การสื่อสาร และการอำนวยความสะดวก
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายจากส่วนกลางยังไม่ได้นำไปปฏิบัติถึงพื้นที่ในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในช่วงที่ผ่านมายังไม่ชัดเจน แผนการความร่วมมือลุ่มน้ำโขงยังไม่สามารถดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติมาในพื้นที่ได้มากนัก การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมการบุกรุกพื้นที่ป่า และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ยังไม่เพียงพอ
<p>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> ในพื้นที่มีชุมชนต้นแบบที่เป็นตัวอย่างใช้กับชุมชนอื่นได้ดี ควรมีงานวิจัย เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ให้กับคนในท้องถิ่น และมีการฝึกอบรม ควรมีการสนับสนุนชุมชนในการสร้างความร่วมมือให้เกิดเป็นเครือข่าย ชุมชนยังขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
<p>ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีจำนวนน้อย กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังไม่มีเอกลักษณ์เพียงพอ

• **พื้นที่ 3: กาญจนบุรี เพชรบุรี**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<p>กาญจนบุรี เพชรบุรี</p> <ul style="list-style-type: none"> • เป็นภูมิภาคที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสูง • เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้มีศักยภาพด้านการเดินทางสูง • สามารถเดินทางโดยทางรถไฟไปยังจังหวัดเพชรบุรี และกาญจนบุรี • แรงงานในจังหวัดเพชรบุรีและกาญจนบุรี มีความพร้อมสูง แต่อาจมี ปัญหาเรื่องแรงงานในพื้นที่ไม่เพียงพอ • ท่งใหญ่ นครสวรรค์มีพื้นที่ติดชายแดนทางตะวันตกกับพม่า ยาว 370 กิโลเมตร มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์ติด 1 ในเอเชีย • มีสนามบิน ที่พร้อมจะพัฒนาเป็นสนามบินพาณิชย์ • พื้นที่กาญจนบุรีมีจุดอ่อนที่ปัญหาที่ดินที่ดินส่วนใหญ่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ • ปัญหาชนกลุ่มน้อยและแรงงานต่างด้าว • ปัญหาการจัดการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ปัจจัยด้าน ทรัพยากรและ กิจกรรมนิเวศ และผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> • มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เช่น มีการควบคุมเส้นทางการเดินป่า การ กำหนดจำนวนรถในการเข้าสู่พื้นที่ และระยะเวลาในการพำนัก เป็นต้น • เนื่องจากมีทรัพยากรที่หลากหลาย ทำให้กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยมีความ หลากหลาย และนักท่องเที่ยวมองว่าคุณภาพของกิจกรรมอยู่ใน ระดับที่ดี และมีการพัฒนามาต่อเนื่องยาวนาน • การรบกวนการท่องเที่ยวแบบนิเวศและผจญภัย ด้วยการท่องเที่ยวแบบ “แพดิสโก้เทค หรือ แพเทค” ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็น แพแบบสองลำพวง สำหรับทำเป็นลานกว้างๆ ท่อนหัว และท่อนท้าย ทำเป็นสองชั้นมีคิ้วและที่สำหรับนอน ล่องไปตามลำน้ำแล้วจอดค้างคืน ตามจุดที่กำหนดไว้ จะมีการเปิดไฟและเพลงเสียงดังๆ ประชันกันจนถึง เทียงคืน • มีการสร้างจิตสำนึกของการอนุรักษ์ เช่น เส้นทางทางน้ำไม่ควรอนุญาต ให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเด็ดขาด เนื่องจากเป็นแหล่งหากินและอยู่ อาศัยของสัตว์ป่าที่สำคัญหลายชนิด • การล่องแพไม้ไผ่ต้องมีการบริหารจัดการขยะที่เกิดจากเศษไม้ไผ่ที่ผ่าน การใช้งานแล้ว
ด้านการตลาด การท่องเที่ยว เชิงนิเวศและ ผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> • การเข้าพักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นการเข้าพักระยะสั้นโดยพัก ประมาณ 2 วัน ดังนั้น หากมีการวางกิจกรรมในการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ จะสามารถยืดระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวไทยให้นานขึ้น • นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักแรมในภูมิภาคนี้ ได้แก่ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ตามลำดับถือว่ายังมี ปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวไทย • นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีแนวโน้มพักนานกว่านักท่องเที่ยวไทย ทำให้ ในช่วง HIGH SEASON ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติในพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างต่อเนื่อง และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย • ผู้ประกอบการยังไม่ได้ทำการตลาดด้วยตนเองเท่าใดนัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ควรได้รับการสนับสนุนด้านการตลาด และการให้ความรู้ เพื่อเข้าถึงลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าในต่างประเทศ • ขาดการทำฐานข้อมูลลูกค้า ทำให้ไม่สามารถให้ข่าวสารกิจกรรมให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยควรสนับสนุนให้มีการสร้าง ONLINE COMMUNITY หรือชุมชนที่สนใจกิจกรรมประเภทเดียวกัน
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ยังไม่บูรณาการกันเท่าที่ควร • การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบ และไม่ส่งผลอย่างมีพลัง • ยุทธศาสตร์หลักด้านการท่องเที่ยว และการสนับสนุนงบประมาณยังไม่ชัดเจน • มีปัญหาเรื่องแนวเขตแดนและชนกลุ่มน้อยของประเทศเพื่อนบ้านทำให้ไม่มีจุดผ่านแดนและตลาดการค้าชายแดนที่เป็นทางการทำให้การท่องเที่ยวเสียประโยชน์ • ปัญหาทางการเมืองทำให้ขาดความต่อเนื่องด้านนโยบาย • มีปัญหาหามลภาวะ • การวางผังเมืองไม่มีประสิทธิภาพ • ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงรุกและต่อเนื่อง • ขาดความร่วมมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
<p>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> • มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับปานกลาง ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์เป็นหลัก จากวารสาร/นิตยสาร 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ • ส่วนใหญ่จะไม่เคยรับรู้ข่าวสารจากเอกสารทางวิชาการ • บทบาทของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการรณรงค์เผยแพร่ การจัดกิจกรรม การอบรม การพัฒนาบุคลากร การติดตามประเมินผลและการบริหารจัดการ • การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับไม่ปฏิบัติเลย สำหรับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีอยู่ในระดับปานกลาง
<p>ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการมีความพร้อมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากมีการจัดการท่องเที่ยวมานาน ขาดเพียงองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ที่ควรสอดแทรกความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว • ผู้ประกอบการรายเล็ก ขาดความใส่ใจ เช่น บางครั้งการล่องแพ มีการปล่อยของเสียลงไปยังแม่น้ำ • ผู้ประกอบการยังขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

• **พื้นที่ 4: ภาคใต้ :กระบี่ และตรัง**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<p>กระบี่</p> <ul style="list-style-type: none"> จังหวัดกระบี่มีสภาพภูมิประเทศทั่วไปเป็นเทือกเขา และมีที่ราบชายฝั่งทะเลที่ติดกับอันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยหมู่เกาะน้อยใหญ่จำนวน 154 เกาะ แต่มีเกาะที่ประชากรอยู่อาศัยเพียง 13 เกาะ ซึ่งเกาะที่สำคัญ คือ เกาะลันตาและเกาะพีพี จังหวัดกระบี่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามติดอันดับของโลก การเดินทางมาจังหวัดกระบี่สามารถมาได้ 3 เส้นทาง คือ ทางรถยนต์โดยใช้ทางหลวงหมายเลข 4 ทางรถไฟโดยสามารถลงที่สถานีรถไฟจังหวัดตรัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดนครศรีธรรมราช และเดินทางต่อโดยรถยนต์เพื่อไปจังหวัดกระบี่ สุดท้ายการเดินทางทางอากาศ จังหวัดกระบี่ มีท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดกระบี่ โดยมีปริมาณการขนส่งผู้โดยสารเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดภูเก็ต ในช่วง High season จะมีเที่ยวบินจากแถบสแกนดิเนเวียมาลงที่ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดกระบี่ เช่น สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ เป็นต้น จังหวัดกระบี่ มีแหล่งท่องเที่ยวถึง 52 แห่ง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด 48 แห่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น unseen ที่น่าสนใจอยู่ 5 แห่งที่สำคัญ คือ ทะเลแหวก สระมรกต น้ำตกร้อนท่าปอม คลอง 2 น้ำ คลองท่าปอม และศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่ เป็นต้น นอกจากนี้ จังหวัดกระบี่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ หาดทราย ถ้ำ ป่าเขา อีกมากมาย <p>ตรัง</p> <ul style="list-style-type: none"> สภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่เลียบชายฝั่งทะเลตะวันตกของมหาสมุทรอินเดีย โดยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเนินสูงๆ ต่ำๆ สลับภูเขา มีพื้นที่ที่เป็นเกาะจำนวน 46 เกาะ จังหวัดตรังอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 828 กิโลเมตร จังหวัดตรังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามหลายแห่ง มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและรักษาวัฒนธรรม มีการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การจัดงานวิวาทใต้สมุทร เป็นต้น การเดินทางไปจังหวัดตรังสามารถเดินทางไปได้ทั้งทางรถยนต์และรถไฟ โดยจะมีรถไฟออกจากสถานีกรุงเทพฯ ไปสถานีตรังวันละ 2 ขบวน และทางรถทัวร์จากขนส่งสายใต้ และทางเครื่องบินซึ่งมีสายการบินนกแอร์ และสายการบิน One-Two-Go โดยให้บริการเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปจังหวัดตรังทุกวัน
ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> ด้านทรัพยากร ถือว่าเป็นภูมิภาคที่สวยงาม คือ มีป่าเขา เกาะต่างๆ ชายหาด น้ำพุร้อน น้ำตก ซึ่งเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก มีกิจกรรมที่สนุกสนานและหลากหลาย เช่น พายเรือแคนู พายคายัค ปีนหน้าผา ดำน้ำ เป็นต้น ช่วงที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว คือ ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
<p>ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีการทำการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในจังหวัดกระบี่ ขาดการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และขาดการพัฒนาไก่อการจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันร่วมกัน จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวยังกระจุกตัวอยู่เพียงจังหวัดเดียว นักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 33.56 จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2552 โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวสวีเดน เยอรมัน และสหราชอาณาจักร ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับ "Green Tourism" หรือ "การท่องเที่ยวสีเขียว" มากขึ้น
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ดี การบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ จะส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้จังหวัด ขาดการเกื้อหนุนกันในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ในเขตฝั่งอันดามัน ขาดการจัดการด้านการท่องเที่ยวภายในกลุ่ม มีความจำเป็นที่ต้องหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการจัดการเชิงบูรณาการร่วมกัน เพื่อเป็นการกระจายผลประโยชน์ให้ทั่วถึง ควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยว สนับสนุนและผลักดันการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
<p>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> ระดับเครือข่ายการท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนาโครงสร้างการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน โดยมีข้อกำหนดทางกฎหมายมารองรับ มีการพัฒนากระบวนการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม มีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง จะทำให้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
<p>ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีความพร้อมมากกว่าจังหวัดตรัง ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาได้อย่างง่ายดาย จากเว็บไซต์ เช่น Agoda, Expedia เป็นต้น ทำให้ต้องหันมาเน้นที่การพัฒนาคุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการหลายราย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก ยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทำให้กิจกรรมที่เสนอต่อนักท่องเที่ยวยังไม่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการมองว่า ภูเก็ตเป็นการท่องเที่ยวทะเลแบบ Mass Market ในขณะที่กระบี่ และตรัง มีโอกาสอย่างมากในการเป็นการท่องเที่ยวทะเลแบบนิเวศและผจญภัย และผู้ประกอบการต้องเริ่มให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะหากผู้ประกอบการยังไม่ให้ความสำคัญ ไม่นานจะประสบปัญหาเดียวกับภูเก็ต สำหรับทะเลตรังยังมีความสมบูรณ์อยู่มาก หากมีการวางกฎระเบียบและให้ความรู้กับผู้ประกอบการ จะถือว่ามีความพร้อมอย่างมากเช่นเดียวกัน

• **พื้นที่ 5: เขาใหญ่ : นครราชสีมา นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<ul style="list-style-type: none"> ปัจจัยพื้นฐานมีความพร้อมสูง การเดินทางไม่ไกลนัก และสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง นักท่องเที่ยวสามารถขับรถไปจากกรุงเทพฯ ได้ โดยใช้เวลาไม่มาก ทำให้สามารถมาเที่ยวได้ในวันหยุดสั้นๆ ถนน ในการเดินทางมายังพื้นที่ ถือว่ามีคุณภาพดี และมีป้ายบอกทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางในพื้นที่ได้ง่าย ไม่สับสน การสื่อสารในพื้นที่มีความพร้อม แม้ในพื้นที่อุทยาน ทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย สามารถติดต่อสื่อสารกับภายนอกได้ เมื่อเกิดสิ่งไม่คาดคิด มีเจ้าหน้าที่อุทยานอำนวยความสะดวกตลอดช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ
ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ดั้งเดิมมีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างดี แต่หลายส่วนถูกทำลายไปมากจากนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นเผาป่า ล่าสัตว์ มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลากหลาย เช่น เดินป่า ดูนก ปั่นจักรยาน เป็นต้น มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น ตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์ทุกครั้งก่อนใช้งาน หมวกกันน็อค เสื้อชูชีพ สนับเข่า สนับแขน เป็นต้น มีการตรวจสอบระดับน้ำทุกครั้งก่อนนำนักท่องเที่ยวไปลองแก่ง และมีอุปกรณ์ในระหว่างการทำกิจกรรม และมีประกันภัยให้กับนักท่องเที่ยว มีการแนะนำ กฎกติกา การใช้อุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัย จะต้องมีสภาวะทางด้านร่างกาย และจิตใจพร้อม ต้องสวมอุปกรณ์ และปฏิบัติตามคำแนะนำอย่างเคร่งครัด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีเรื่องราวและความเป็นมา เช่น เรื่องราวของธรรมชาติ ต้นไม้ สัตว์ป่า ลำธาร อุทยาน น้ำตก เป็นต้น มีปัญหาเรื่องการขับมอเตอร์ไซด์ส่งเสียงดัง รบกวนสัตว์ป่า
ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อพิจารณาจากความนิยมของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 ลำดับ พบว่า ทั้ง 4 พื้นที่ที่มีลักษณะความนิยมคล้ายกัน คือ การท่องเที่ยวเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การโรยตัว การล่องแก่งเรือยาง คายัค ขับรถ ATV ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังไม่ชัดเจนนัก ซึ่งในปัจจุบันการตลาดมุ่งเน้นไปทางการสร้างสีสันความสนุก และการสร้างจุดถ่ายรูป ทำให้พื้นที่มีนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม ช่องทางในการจำหน่ายของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ปัจจุบันดำเนินการขายสินค้าผ่านช่องทางที่สำคัญได้ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าพักในพื้นที่ส่วนใหญ่มาจาก ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้สึกว่าการบังคับใช้กฎหมายและข้อบังคับในพื้นที่เขาใหญ่ยังไม่จริงจังเพียงพอ เช่น มีการอนุญาตให้ให้มีการขับรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในพื้นที่ ทำให้ขัดกับหลักการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ ทั้งนี้จึงต้องมีการกำหนดแนวทางอย่างชัดเจน นอกจากนี้ หลังเวลาที่กำหนด ก็ยังมีการนั่งกินอาหารในแหล่งธรรมชาติ และมีการร้องเพลงของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เจ้าหน้าที่มีจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ในปัจจุบันดำเนินการตามคำสั่งที่มีเท่านั้น เช่น การป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่า และการป้องกันไฟป่า เป็นต้น การควบคุมมลพิษ ชยะ และสิ่งปฏิกูล ยังจัดทำไม่ได้ดีพอ ทำให้สัตว์ป่ามากินขยะของนักท่องเที่ยว ขาดการควบคุมนักท่องเที่ยวโดยยังมีนักท่องเที่ยวที่ให้อาหารสัตว์ ทำให้สัตว์ป่า โดยเฉพาะกวางเข้ามาหากินในเขตชุมชน
<p>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> ยังมีการบุกรุกป่าของชุมชนในท้องถิ่น เนื่องจากชุมชนยังขาดความรู้ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ชุมชนได้รับการจ้างงานในด้านการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการความพร้อมสูง ดังนั้น ชุมชนท้องถิ่นยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก ชุมชนยังขาดความเข้าใจ และยังมีความพร้อมไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดความหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ และควรมีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กระจายไปสู่ชุมชน
<p>ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ด้านการควบคุมคุณภาพของกิจกรรม พบว่า ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน รวมถึงชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของการควบคุมคุณภาพกิจกรรมอยู่ในระดับสูง ด้านความน่าเชื่อถือของลูกค้า ผู้ประกอบการให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือในระดับมาก โดยพิจารณาจากการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม ด้านความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ผู้ประกอบการระดับสูงส่วนใหญ่มีความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอยู่ในระดับปานกลาง

• **พื้นที่ 6: หนองคาย เลย**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยพื้นฐาน	<p>หนองคาย</p> <ul style="list-style-type: none"> • เป็นจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกจากนิตยสาร MODERN MATURITY ของสหรัฐอเมริกาว่าเป็นเมืองน่าอยู่อันดับ 7 ของโลก สำหรับคนวัยเกษียณชาวอเมริกัน จากการสำรวจ 40 เมืองทั่วโลก โดยมีเกณฑ์ชี้วัดเมืองน่าอยู่ 12 ตัวชี้วัด แต่ยังไม่มีความเด่นชัดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย • ถือว่าเป็น GATEWAY ของอินโดจีน และเป็นจังหวัดที่มีสถานที่พักแบบ HOME STAY และ LONG STAY ที่มีศักยภาพ • เป็นจังหวัดชายแดนที่มีเอกลักษณ์พิเศษ โดยมีลำน้ำโขงเป็นเส้นกั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแต่ยังขาดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม • ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สภาพพื้นที่เป็นภูเขาที่มีความสูงชัน • การเดินทางไปจังหวัดหนองคาย ไปได้หลายเส้นทาง สามารถเดินทางโดยรถยนต์ ถ้าเริ่มจากกรุงเทพมหานคร ต้องใช้ถนนพหลโยธิน ผ่านสระบุรี แล้วเข้าถนนมิตรภาพ ผ่านนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย รวมระยะทาง 615 กิโลเมตร หรือสามารถเดินทางโดยใช้บริการรถโดยสารประจำทาง รถไฟ และเครื่องบิน ซึ่งถ้าเดินทางโดยเครื่องบิน ต้องลงที่ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จากนั้นต่อรถเข้าจังหวัดหนองคายอีก 51 กิโลเมตร <p>เลย</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเดินทางไปจังหวัดเลย มีระยะทางค่อนข้างไกลสำหรับนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถยนต์ โดยมีทางหลวงสายสำคัญ 4 สาย ที่สามารถไปถึงจังหวัดเลยได้ คือ เส้นทาง กรุงเทพฯ-ชัยภูมิ-เลย ระยะทาง 567 กิโลเมตร เส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น-เลย ระยะทาง 755 กิโลเมตร เส้นทางกรุงเทพฯ-เพชรบูรณ์-เลย ระยะทาง 520 กิโลเมตร และเส้นทางกรุงเทพฯ-พิษณุโลก-เลย ระยะทาง 595 กิโลเมตร ในการเดินทางไปจังหวัดเลยไม่มีเส้นทางรถไฟ แต่มีเส้นทางอากาศ โดยภายในจังหวัดเลยมีท่าอากาศยานเลย ซึ่งอยู่ในสังกัดของกรมการขนส่งทางอากาศ สามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่โบอิง 737 ได้ และมีสายการบินพาณิชย์มาดำเนินกิจการ จำนวน 2 สายการบิน คือ NOK AIR (นกแอร์) และ SOLAR AIR (โซลาร์ แอร์) • สภาพภูมิประเทศทั่วไปของจังหวัดเลย มีภูเขาล้อมรอบตัวเมือง มีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ มีการกระจายแหล่งน้ำตามธรรมชาติไม่มาก ในฤดูแล้งแหล่งน้ำเล็กๆ ขอดลงเหลือแต่แม่น้ำสายใหญ่ๆ • มีพื้นที่ป่า ร้อยละ 56.10 ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งแบ่งประเภทพื้นที่ป่าไม้ออกได้เป็น ป่าสงวนแห่งชาติ 21 แห่ง และอุทยานแห่งชาติ 5 แห่ง • วนอุทยานมี 6 แห่ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 2 แห่ง และสวนรุกขชาติ 2 แห่ง • มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลากหลาย และมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เช่น ภูกระดึง ภูเรือ ภูหลวง สวนหินผางาม แก่งคุดคู้ เป็นต้น จังหวัดเลยมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 90 แห่ง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
	<p>โดยนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศในฤดูหนาวบนยอดสูงของภูเขา และชมไม้ดอกไม้เมืองหนาวนานาชนิด นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานพิงดาโชน พระธาตุศรีสองรัก พระธาตุสัจจะ ประเพณีบุญหลวงการละเล่นผีตาโชน และชุมชนบ้านไม้เก่าเชียงคาน เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินในระดับมาก ไม่มีปัญหาในเรื่องของการลักขโมย การโกงราคา และอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นเป็นอุบัติเหตุเพียงเล็กน้อย ส่วนในด้านการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ด้านทรัพยากร มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยตามจุดต่างๆ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีอันตรายเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ
<p>ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผลงุภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุภัยในจังหวัดหนองคาย ยังไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาจังหวัดหนองคายเพื่อจับจ่ายซื้อของและชิมอาหาร จากนั้นจะเดินทางออกจากจังหวัดหนองคาย เพื่อไปสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการดูแลด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง ไม่มีปัญหาลักขโมย และมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นเพียงเล็กน้อย มีการควบคุมอย่างเข้มงวดในการเข้าไปใช้พื้นที่ที่มีทรัพยากรที่เปราะบาง โดยมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าพื้นที่ การเดินทางไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูกระดึงต้องเดินเท้าเป็นระยะทางไกลมาก และพื้นที่มีความสูงชัน นักท่องเที่ยวจึงควรเตรียมร่างกายให้พร้อม จักรยานเที่ยวในเมืองเชียงคาน ควรเลือกเช่าจักรยานเสือภูเขา หรือจักรยานที่มีเกียร์ทดแรง เนื่องจากสภาพพื้นที่ของเมืองเป็นเนินเขาและภูเขา ซึ่งในบางบริเวณมีความสูงชันมาก จักรยานธรรมดาไม่สามารถขึ้นได้ การเดินป่าในอุทยานต่างๆ ของจังหวัดเลย ควรเตรียมถุงกันทากไปด้วย โดยเฉพาะหน้าฝน เพราะสภาพป่ามีความชื้นสูงจึงมีทากจำนวนมาก รวมทั้งควรเตรียมเสื้อกันหนาวไปด้วยในทุกฤดู เพราะอากาศค่อนข้างหนาวเย็น
<p>ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลงุภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> ในการแข่งขันการท่องเที่ยว จังหวัดเลยต้องพัฒนาอีกหลายด้าน เพื่อแข่งขันกับ พม่า กัมพูชา หรือลาว ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีระยะสั้น คือ ไม่เกิน 4 เดือน ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ด้านการตลาดที่จะส่งต่อไปยังนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
<p>ปัจจัยด้านนโยบาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> ขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานกลางด้านการท่องเที่ยว และขาดงบประมาณในการสนับสนุนและพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว ป่าไม้ถูกทำลาย เพื่อใช้พื้นที่ในการสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขาดการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	สรุปผลการสัมภาษณ์ที่สำคัญ
ปัจจัยด้าน ชุมชนท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> • ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในลุ่มแม่น้ำโขง • การสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง • ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมค่อนข้างน้อย และขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ • ขาดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่น
ปัจจัยด้านความ พร้อมของ ผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> • การกำหนดราคา คำนึงถึงระยะเวลาในการทำกิจกรรม ความปลอดภัยของอุปกรณ์ใช้ในการทำกิจกรรม • นักท่องเที่ยวมีความเชื่อถือ มีการบอกต่อ และกลับมาใช้บริการอีก • ผู้ประกอบการมีความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ และกิจกรรมที่มีความสนุกสนานตื่นเต้น • มากกว่าร้อยละ 60 ตอบว่าไม่มีการทำ CRM • ผู้ประกอบการรายเล็ก ยังไม่ให้ความสำคัญกับด้านการสอดแทรกความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเท่าใดนัก

3.4 มุมมองที่สำคัญของผู้เกี่ยวข้องตามรายปัจจัย

3.4.1 ปัจจัยพื้นฐาน

ด้านเส้นทางการเดินทาง เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีระยะทางค่อนข้างไกล ถ้านักท่องเที่ยวไม่มีรถส่วนตัว จึงต้องมีการจ้างเหมารถภายในท้องถิ่น เพื่อให้บริการ ส่วนเส้นทางคมนาคมภายในท้องถิ่นมีความสะดวก ทำให้การเดินทางมีความปลอดภัย สะดวกและรวดเร็ว โดยในมุมมองของผู้เกี่ยวข้องนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า รัฐควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมากกว่าการเดินทางส่วนตัว เนื่องจะเป็นการช่วยลดพลังงานแล้ว ยังเป็นการช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนนอีกด้วย สำหรับความมั่นใจในความปลอดภัยการเดินทางนั้น หากนักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ทางบริษัทจะมีการประกันภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางซึ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

ด้านที่พัก ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง อย่างเช่น การเดินทางเข้าไปทำกิจกรรมเดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ในกลุ่มนี้มักมีการพักแรมโดยการตั้งแคมป์หรือการพักโฮมสเตย์กับคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเองนั้นก็มีการยอมรับที่จะพักแรมโดยขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนกลุ่มที่มีอายุส่วนมาก เน้นเข้าพักในที่พักซึ่งจะต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก สะอาด ปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้ก็จะแตกต่างกันตามกลุ่มนักท่องเที่ยวและฐานะทางการเงิน ส่วนในชาวต่างชาติ หากเดินทางมาเองการเลือกที่พักนั้น ส่วนมากจะเลือกตามหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวที่ลงไว้ หรือมีการสืบค้นจากเว็บไซต์ต่างๆ แต่ถ้าหากเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวก็จะพักตามที่จัดเตรียมไว้ซึ่งส่วนใหญ่ค่อนข้างมีมาตรฐานดี

ด้านการสื่อสาร ในมุมมองความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ นั้น ให้ความคิดเห็นไปในทางเดียวกันคือ ค่อนข้างมีสัญญาณครอบคลุมทั่วถึงทั้งหมดทั้งสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต แต่ในพื้นที่ห่างไกลมากๆ เช่น การเข้าไปเดินในป่าลึก หรือการทำกิจกรรมผจญภัยต่างๆก็อาจจะไม่มีสัญญาณ แต่ทั้งนี้ จะมีอุปกรณ์นำทาง เช่น GPS และอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัย และในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินต่างๆ ขึ้น ก็จะมีการประสานงานกับไกด์ท้องถิ่น หรือเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ โดยใช้วิทยุสื่อสารได้

3.4.2 ปัจจัยด้านทรัพยากรและกิจกรรมนิเวศและผจญภัย

จากมุมมองของผู้เกี่ยวข้อง ได้กล่าวถึงความสมบูรณ์ของธรรมชาติในปัจจุบันว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อนเนื่องจากที่ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาตินั้นมีจำนวนมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นก็แตกต่างกันออกไป บางคนก็เพียงแค่ต้องการเข้าไปเยือนโดยขาดจิตสำนึกในการช่วยดูแลธรรมชาติ ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติ หรือมีการทิ้งขยะมูลฝอย ซึ่งเป็นปัญหาเดียวกับที่ทางคุณทรงศักดิ์ ศรีเคลือบ นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย ได้กล่าวไว้และปัญหาที่สำคัญมากที่ส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติ คือ ปัญหาจากการขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการทำลายธรรมชาติอย่างมาก อย่างเช่น การทิ้งขยะมูลฝอย โดยไม่ทิ้งในสถานที่จัดเตรียมต่างๆ ทำให้สัตว์ป่านั้นมากินเศษอาหารซึ่งทำให้กินพลาสติกที่ติดอยู่เข้าไปด้วย และเกิดการอุดตันที่ลำไส้เกิดการล้มตายลง ซึ่งในส่วนนี้เองทางเจ้าหน้าที่ที่ดูแลอุทยานนั้นควรเข้ามาจัดการดูแล และควบคุมนักท่องเที่ยวที่เข้าไปอย่างเข้มงวด



ภาพที่3.2 ภาพคุณสมิตรา มัทธรรนทร์ นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

ขณะเดียวกันการสร้างสรรคกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ในส่วนของสถานที่ประกอบการและส่วนของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทางผู้ประกอบการจะต้องเข้าไปสำรวจเส้นทางการทำกิจกรรมเป็นเวลาหลายปีก่อนที่จะจัดให้มีโปรแกรมทำกิจกรรมนั้นๆ ขึ้น อาทิการล่องแก่ง ทางผู้ประกอบการก็ต้องลงไปสำรวจเส้นทางน้ำตั้งแต่ต้นสายจนปลายสาย สำรวจแก่งที่เป็นอันตราย ศีรษะระดับน้ำในแต่ละช่วงฤดูกาล จุดพักสำหรับการค้างแรมต่างๆ รวมถึงมาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัย เช่น ชูชีพก็ต้องมีการทดลองการรับน้ำหนักที่ได้มาตรฐานจริง ไกด์ที่พาล่องแก่งก็ต้องมีความชำนาญ เพื่อคอยดูแลและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงก่อนการทำกิจกรรมก็ต้องมีการอบรมถึงวิธีการต่างๆ และเรื่องของความปลอดภัยที่ต้องเน้นย้ำเป็นพิเศษแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำกิจกรรม และหากเกิดอุบัติเหตุขึ้นสถานประกอบการจะต้องมีมาตรการในการจัดการ ทั้งอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น การติดต่อประสานงานกับโรงพยาบาลในพื้นที่ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด



ภาพที่ 3.3 ภาพคุณทรงศักดิ์ ศรีเคลือบ นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย

สำหรับฤดูกาลท่องเที่ยวในส่วนของหน่วยงานที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวมีการจัดการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวได้ทั้งปี โดยจัดประชาสัมพันธ์รูปแบบของการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปในแต่ละฤดูอย่างเช่น ในจังหวัดกาญจนบุรี ททท.วางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวว่า ในฤดูฝนจะทำการประชาสัมพันธ์ในสโลแกนที่ว่า "หมอกขาว ป่าเขียว เทียวผจญภัย" ในฤดูหนาว "สัมผัสหมอก กอดหนาว ห่มดาว" และในฤดูร้อน "เที่ยวหน้าร้อน นอนแช่น้ำ" เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนมากจะเดินทางในช่วงฤดูหนาว ช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์มากที่สุด เพื่อสัมผัสอากาศหนาวเย็นและธรรมชาติที่สวยงาม ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้น จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเรื่อยๆ ทั้งปี ส่วนมากที่เดินทางเข้ามาจะเน้นการทำกิจกรรมผจญภัย ส่วนคนไทยจะเน้นกิจกรรมเชิงนิเวศมากกว่า เช่น การเดินชมธรรมชาติ หรือการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ หากเป็นช่วงวัยรุ่นก็อาจจะมีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงและท้าทายมากขึ้น เช่น การล่องแก่ง การพายเรือแคนู การดำน้ำ เป็นต้น

3.4.3 ปัจจัยด้านการตลาด

สำหรับสถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยนั้น กล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า น่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากคนหันเข้ามาสนใจธรรมชาติมากขึ้น ประกอบกับกระแสแนวโน้มโลกร้อนที่เข้ามา จึงทำให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แต่ทั้งนี้การที่นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเพิ่มมากขึ้น ทางภาครัฐเองก็ต้องมีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ข้อมูลความรู้ในการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่ก่อให้เกิดการเข้าไปทำลายธรรมชาติ ส่วนในกลุ่มผู้จัดโปรแกรมทัวร์เองก็ต้องมีความเข้าใจที่จะจัดโปรแกรมทัวร์อย่างไรให้น่าสนใจ และไม่เข้าไปทำลายธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรูปแบบที่ได้รับความนิยม คือ สัฟรารีเส้นทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับในพื้นที่จังหวัดเลยและเพชรบูรณ์ กิจกรรมที่นิยมจะเป็นการเดินทางป่าศึกษาธรรมชาติ เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว ส่วนมากจะเป็นที่นิยมในพื้นที่ธรรมชาติ เช่น ภูเขา แต่หากเป็นทางทะเล กิจกรรมยอดนิยมจะเป็นกิจกรรมดำน้ำ และในเส้นทางที่มีแม่น้ำสายธรรมชาติ เช่น กาญจนบุรี นครนายก ปราจีนบุรี พิษณุโลก น่าน กิจกรรมที่ได้รับความนิยมจะเป็นการล่องแก่ง ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะภูมิประเทศ

ขณะเดียวกัน ทางภาครัฐ ก็ได้มีการวางแนวทางการตลาดไว้เช่นกัน อาทิ การกำหนดเป้าหมายหลักของ ททท. คือ การจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเลยให้เป็น GREEN TOURISM เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืน มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยเน้นการรักษาทรัพยากรให้อยู่อย่างยาวนาน ขณะที่ทางอุทยานแห่งชาติภูเรือ ได้แบ่งการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย ออกเป็นสำรวจเส้นทางธรรมชาติ เรียนรู้พืชพันธุ์ไม้ต่างๆ ในพื้นที่ ศึกษาชีวิตสัตว์ภายในอุทยาน กิจกรรมนันทนาการ เดินศึกษาธรรมชาติ ขี่จักรยานศึกษาธรรมชาติ ชมทิวทัศน์ และเที่ยวถ้ำ จะเห็นได้ว่าทุกภาคส่วนมีการตื่นตัวกับเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน



ภาพที่3.4 ภาพคุณวัลย์พร เรื่องนิตินฤ ประธานชมรมการท่องเที่ยว อ.ปาย แม่ฮ่องสอน

3.4.4 ปัจจัยด้านนโยบาย

คุณเรวดี เลิศอรียกฤต อดีตตนายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย กล่าวว่า ททท. มีการสนับสนุนส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างต่อเนื่อง แต่ต้องการให้เข้ามาสนับสนุนการออกค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการจัดโปรแกรมทัวร์สำหรับกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ๆ เข้ามาทำกิจกรรมในกลุ่มนี้มากขึ้น เช่น การดูนก เพื่อที่หลังจากนี้ผู้ประกอบการเองจะได้คงเหลือลูกค้าเก่าหลังจากการเข้ามาทำตลาดตรงนี้บ้าง

คุณอัจฉพรรณ บุญเจริญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดเลย กล่าวว่า ในปัจจุบันทางหน่วยงานมีส่วนในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมทางด้านการตลาดเท่านั้น จึงมีข้อจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง แต่มีส่วนช่วยในการทำให้จังหวัดเลยเป็นที่รู้จัก และส่งเสริมให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น มีการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยจากรัฐที่ทราบโดยให้ข้อมูล คำแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยแก่นักท่องเที่ยว มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการ และมีเอกสารแจก เพื่อเผยแพร่ความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับทางการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยคุณอิสระพงษ์ แทนศิริ ได้กล่าวถึงนโยบายในการที่เน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมทางด้านการตลาดเป็นหลัก โดยสิ่งที่ต้องการให้รัฐนั้นเข้ามาสนับสนุน จะเป็นเรื่องของการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้ดีขึ้น

เช่นเดียวกับความคิดเห็นของคุณอุตร จันทรธิมา หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาค้อ ที่ต้องการให้เข้ามาจัดการพัฒนาศักยภาพด้านสาธารณูปโภคที่มีรับรองนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ซึ่งยังไม่มียงบประมาณสนับสนุนจากส่วนภาครัฐ รวมถึงบุคลากรในอุทยานยังมีไม่เพียงพอในการดูแลอุทยาน ส่วนทางด้านคุณสมชาย บุญน้อย เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติภูเรือ กล่าวว่า อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาครัฐควรเข้ามาจัดการปัญหาเรื่องการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว และการเรียนรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น

ทางด้านสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหนองคาย นโยบายการท่องเที่ยว คือ ส่งเสริม สนับสนุนความรู้ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยจัดการฝึกอบรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ส่วนการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย จะเน้นการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืน ส่วนผลกระทบจากนโยบายต่อการท่องเที่ยว ได้เสนอความเห็นที่ รัฐบาลได้เร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวกับทุกหน่วยงาน ทั้งภาครัฐร่วมกับทางภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ระยะยาวจะกลับมาเป็นการทำลายการท่องเที่ยวมากกว่า เช่น การถางป่าเพื่อปลูกสร้างอาคาร ความสมบูรณ์ของป่าจะถูกทำลายไป จนในที่สุดก็จะเสื่อมโทรม

คุณทรงศักดิ์ ศรีเคลือบ นายกสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย ได้เสนอข้อคิดเห็นว่ายากให้ทางภาครัฐนั้นเข้ามาควบคุมมาตรฐานด้านความปลอดภัยในอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัย อาทิ เสื้อชูชีพ ซึ่งทางผู้ผลิตเองนั้นผลิตไม่ได้มาตรฐาน เมื่อทางผู้ประกอบการนำมาใช้ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุขึ้น อย่างเช่น ในสถานที่โรยตัวบางแห่งยังมีการใช้อุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงไกด์บางแห่งยังใช้ชาวกะเหรี่ยงเป็นไกด์ในการล่องแก่ง ซึ่งยังไม่มีการสวมอุปกรณ์ความปลอดภัย ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน

คุณสมิตรา มัทธุนนท์ นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ในปัจจุบันทาง สมาคมมีนโยบายที่จะยกมาตรฐานในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากขึ้น โดยจะมีการอบรม การดูเส้นทางที่น่าสนใจ เพื่อที่จะให้สมาชิกมีมาตรฐานเดียวกัน ส่วนทาง ททท.เอง ก็มีการส่งเสริมเรื่อง GREEN ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ทางกลุ่มสมาชิกดีขึ้น ส่วนที่ต้องการให้รัฐเข้ามาดูแล คือ ให้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปกับทัวร์มากกว่าเดินทางไปเอง เนื่องจากกลุ่มที่เดินทางไปเองนั้น มักสร้างความเสียหายแก่ธรรมชาติ เนื่องจากไม่มีคนดูแล และคนคอยให้ความรู้ ซึ่งหากไปกับทัวร์จะมีการช่วยการควบคุมดูแลที่ดีกว่า และมีการให้ความรู้เชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย นอกเหนือจากนี้อยากให้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนนั้นเข้าไปดูเส้นทางธรรมชาติในพื้นที่ว่าในพื้นที่เป็นอย่างไร เพื่อที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ตรงจุดมากขึ้น

คุณวลัยพร เรืองนิตกุล ประธานชมรมการท่องเที่ยว อ.ปาย แม่ฮ่องสอน กล่าวถึงนโยบายที่ ทางชมรมมีการวางแผน ทางอย่างเช่น จะมีการจัดกิจกรรมการศึกษายานเส้นทางเชิงนิเวศซึ่งจะเป็นการ ผสมผสานการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนมากขึ้น อาทิ การปลูกหญ้าแฝกป้องกันดินสไลด์ หรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ในแนว CSR มากขึ้น ส่วนข้อเสนอแนะที่อยากให้ทาง ททท.ทำ คือ อยากให้ลง เข้าไปสำรวจพื้นที่จริงในแหล่งที่ต้องการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ว่าในแต่ละแหล่งมีจุดเด่นอะไรและทำ การประชาสัมพันธ์เป็นจุดๆ ไม่ควรส่งเสริมการทำกิจกรรมประเภทเดียวกันในทุกจังหวัด อย่างเช่น การ ศึกษายาน ก็ควรเลือกส่งเสริมเป็นรายจังหวัดจังหวัดๆ ไป เพื่อให้เกิดความแตกต่างกันบ้าง

3.4.5 ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น

การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น จะเห็นว่าชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องมากขึ้น อย่างในพื้นที่อุทยานเขาค้อ ทางหน่วยงานท้องถิ่น ทั้งผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. จะมีการบูรณาการ ร่วมกันในการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนของตนเอง (คุณอุตร จันทร์ธิดา หัวหน้าอุทยาน แห่งชาติเขาค้อ) ซึ่งในส่วนของผู้ประกอบการนั้น หลังจากการเข้าไปสำรวจการทำกิจกรรมทาง ธรรมชาติในพื้นที่แล้ว จะมีการอบรมให้ความรู้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น โดยให้เข้ามาทำงานในสถาน ประกอบ การเป็นไกด์ท้องถิ่นพานักท่องเที่ยวศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ซึ่งหลังจากการที่ชุมชนได้รับ ความรู้ของความสำคัญของธรรมชาติและการทำงานที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น ทำให้ชุมชน เกิดรายได้เข้ามา จากการเข้ามาประกอบอาชีพ จึงทำให้คนในชุมชนเกิดความห่วงหาในธรรมชาติ มากขึ้น จากเดิมที่มีการบุกรุกเข้าไปตัดไม้ทำลายป่า เพื่อหาของป่ามาขายนั้นก็ช่วยกันอนุรักษ์พื้นที่ ธรรมชาติมากขึ้น

สำหรับปัญหาที่พบ คือ จากการที่ชุมชนเห็นนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น จึงหันมา เริ่มประกอบธุรกิจที่พัก เช่น โฮมสเตย์ หรือสถานประกอบการที่พัก โดยขาดความรู้ในการจัดการ และ มาตรฐานการดูแลนักท่องเที่ยว รวมทั้งอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยในการทำกิจกรรม ซึ่งทำให้ไม่มี

มาตรฐานและทำให้สถานประกอบการรายอื่น ๆ ที่อยู่แหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน เสียชื่อเสียง จึงอยาก
ให้ภาครัฐเข้ามาดูแลควบคุมมาตรฐานของสถานประกอบการ และมาตรฐานการทำกิจกรรมให้เข้มงวด
มากขึ้น

การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ในส่วนของภาครัฐ ทาง
สำนักงาน ททท. จังหวัดเลย กล่าวว่า ทางหน่วยงานได้มีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ
จังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด อำเภอ องค์การปกครองท้องถิ่น จัดโครงการให้ความรู้ที่ลงไป
ในชุมชนและอบรมการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้กับชุมชนบ้าง แต่ยังไม่เพียงพอ สำหรับในพื้นที่อื่นๆ
พบว่าคนในชุมชนยังไม่มีประสบการณ์ในการอบรม และเรียนรู้กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย

ทั้งนี้ผลจากการที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและมีหลากหลายกลุ่ม แต่ในแง่ลบคือ การทำ
ให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงรวมถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลดลงไปจนเกิดปัญหาสังคม
บ้างในบางพื้นที่

3.4.6 ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

ความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอยู่ในระดับน้อย
ผู้ประกอบการยังไม่ได้เตรียมการเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาระบบชาติ
โดยยังขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เฉพาะทาง

คุณอัจฉพรพรณ บุญเจริญ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดเลย กล่าวถึงการควบคุมคุณภาพ
ของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ว่าควรให้ความสำคัญกับท้องถิ่น โดยไม่ทิ้ง
รากเหง้าของพื้นที่ คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกในการรักษาบ้านเกิด ภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น
และสามารถนำมาเผยแพร่ได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ คุณรุ่งระวี ดอนพันธ์ช่าง เจ้าหน้าที่สำนักงานการ
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหนองคาย ยังกล่าวเพิ่มเติมว่าทางจังหวัดหนองคายยังมีการควบคุมคุณภาพ
ของสถานประกอบการ โดยเข้าไปจัดฝึกอบรมในเรื่องมาตรฐานที่พักอีกด้วย

สำหรับความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการนั้น โดยทั่วไปทั้งตัวสถานประกอบการและ
บริษัทนำเที่ยวจะมีการจดทะเบียนบริษัท หรือจดทะเบียนมัคคุเทศก์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวนั้นเกิด
ความมั่นใจและน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่ทั้งนี้การจะเข้าจะเลือกพักยังที่ใดก็จะขึ้นกับการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวเอง

ในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการที่ทำการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยนั้น ส่วนใหญ่จะ
มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นอย่างดี เนื่องจากเจ้าของประกอบการเองก็จะลงไป
ดูแลจัดการและการมีส่วนร่วมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวกิจกรรม มาตรการความปลอดภัยในการทำกิจกรรม
ต่างๆ หรือการเข้าไปส่งเสริมและอบรมแก่ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในความสำเร็จ
ของธรรมชาติซึ่งน่ายกย่องได้เข้ามาสู่ตัวชุมชนเอง

3.5 มุมมองของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ

มุมมองนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- ประเทศไทยมีทรัพยากรที่สวยงาม แต่มีได้นำเสนอรูปแบบกิจกรรมเชิงผจญภัยที่หลากหลาย
และท้าทาย
- ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ยังไม่ได้รับการนำเสนออย่างต่อเนื่อง
- นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยชื่นชอบสถานที่ที่คนไม่พลุกพล่าน และยังคงเป็นธรรมชาติ
- นักท่องเที่ยว ยังไม่สามารถแยกความแตกต่างของกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน

- นักท่องเที่ยวยังมีความเชื่อว่าเที่ยวเมืองไทยราคาถูก
- กิจกรรมเชิงผจญภัยขาดคุณภาพ
- การหาข้อมูลส่วนใหญ่หาจากเว็บไซต์ และนิตยสารท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
- นักเที่ยวเที่ยวหวังตัวในการท่องเที่ยวเมืองไทย เพราะกลัวโดนหลอก
- พนักงานให้บริการ พุดคุย สื่อสารไม่เข้าใจ และขาดความรู้
- ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ไม่ดี เช่น การขายบริการ การท่องเที่ยวยามค่ำคืน การมีบาร์ริมชายหาด

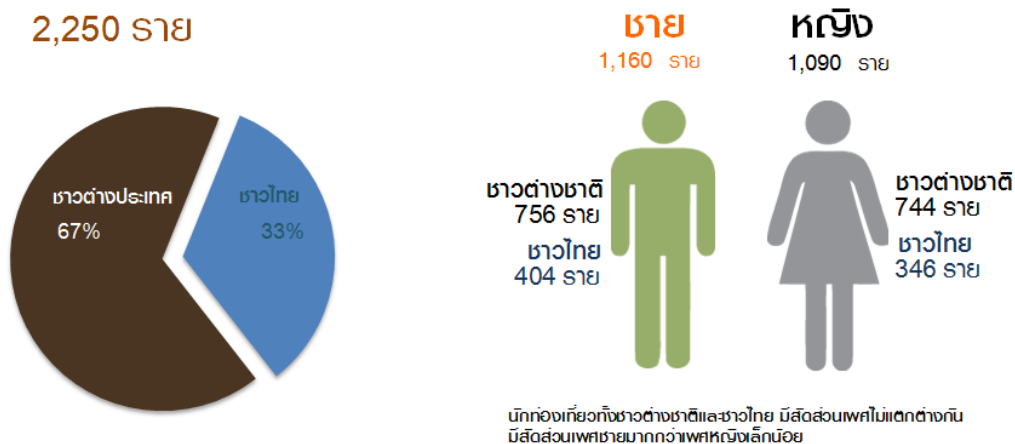
มุมมองนักท่องเที่ยวไทย

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย บางครั้งราคาแพง ทำให้ไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้
- นักท่องเที่ยวไทย ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ และการรักษาธรรมชาติ และไม่ทราบว่าจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ได้อย่างไร
- นักท่องเที่ยวมองว่า ความชัดเจนของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังไม่ได้รับการสื่อสารที่เฉพาะเจาะจง ทำให้สับสนกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ
- นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมองว่า หาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพค่อนข้างยาก เนื่องจากไม่มีแหล่งอ้างอิงที่มีมาตรฐาน หรือบางครั้งกิจกรรมไม่เหมือนกับที่โฆษณาไว้
- มัคคุเทศก์ ไม่มีความรู้เฉพาะเจาะจง ทำให้ไม่ได้ความรู้ ซึ่งบางครั้งเป็นชาวกระเหรี่ยง
- การบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวไม่เป็นมืออาชีพ (Professional) ทำให้เสียเวลา และเสียความรู้สึก

4. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เพศ



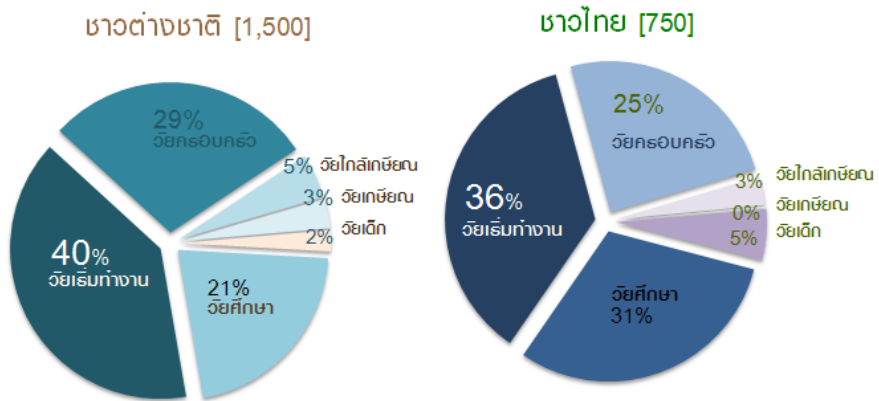
ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยจะพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย โดยในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศชาย ร้อยละ 51.6 และเพศหญิง มีสัดส่วนร้อยละ 48.4 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีสัดส่วนของเพศชาย ร้อยละ 50.4 และเพศหญิง ร้อยละ 49.6 ขณะที่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนของเพศชาย ร้อยละ 53.9 และเพศหญิง ร้อยละ 46.1

อายุ

2,250 ราย

วัยเด็ก	15-18 ปี
วัยศึกษา	18-22 ปี
วัยเริ่มทำงาน	23-30 ปี
วัยครอบครัว	31-50 ปี
วัยใกล้เกษียณ	51-60 ปี
วัยเกษียณ	60 ปีขึ้นไป

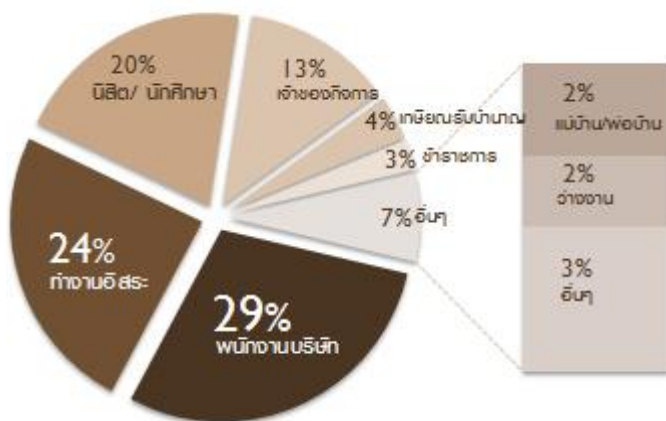


ภาพที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วถึงร้อยละ 42 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยจะอยู่ในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61 แต่มีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วน้อยกว่า โดยมีเพียงร้อยละ 21 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวกับเพื่อน

อาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1,500 ราย

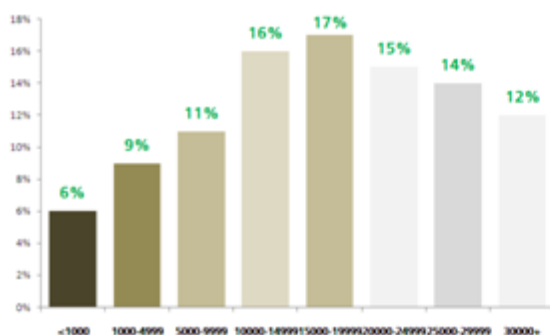


ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติ

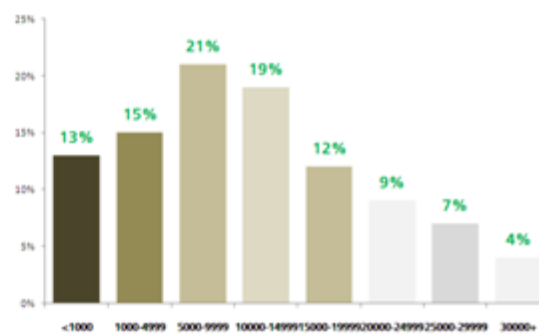
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัทและทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 53 ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรายได้ในช่วง 1,000 – 9,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 20 ส่วนใหญ่จะมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มเจ้าของกิจการ มีสัดส่วนร้อยละ 13 ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง โดยมีรายได้อยู่ที่ 10,000-19,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเภท Soft Adventure



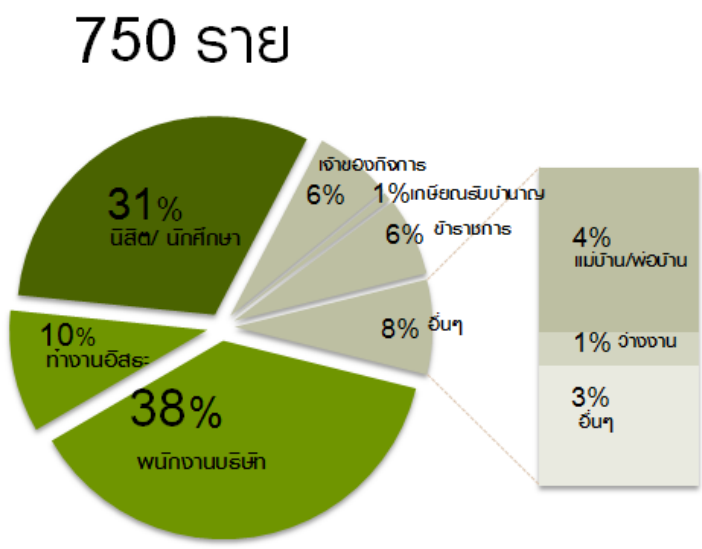
นักท่องเที่ยวต่างชาติประเภท Hard Adventure



ภาพที่ 4.4 การวิเคราะห์รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งตามกลุ่ม Hard Adventure และ Soft Adventure

จากภาพที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่ม Soft Adventure จะมีแนวโน้มรายได้สูง โดยกลุ่มหลักมีรายได้ระหว่าง 10,000-25,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน ในขณะที่กลุ่ม Hard Adventure มีแนวโน้มรายได้ต่ำกว่า โดยกลุ่มหลักมีรายได้ระหว่าง 5,000-15,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

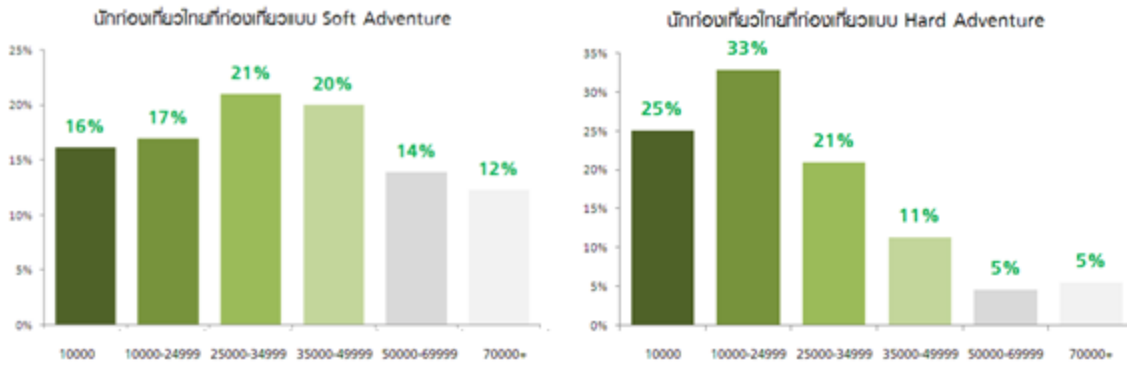
อาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย



ภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 2 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

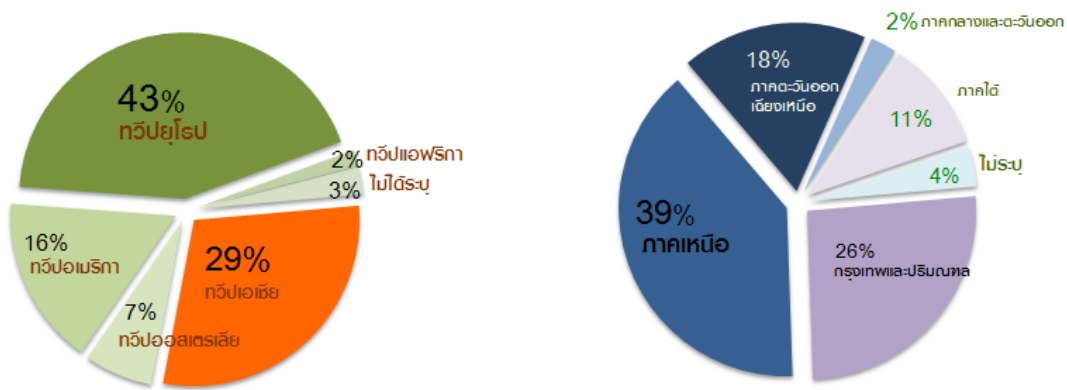
1. กลุ่มพนักงานบริษัทและทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 48 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 31 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน



ภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์รายได้นักท่องเที่ยวไทย แบ่งตามกลุ่ม Hard Adventure และ Soft Adventure

จากภาพที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Soft Adventure เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Hard Adventure โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Soft Adventure กลุ่มใหญ่มีรายได้ระหว่าง 25,000-50,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Hard Adventure ส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 10,000-25,000 บาทต่อเดือน

ภูมิสำเนา



ภาพที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนา

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43 รองลงมา คือ ทวีปเอเชีย มีสัดส่วนร้อยละ 29

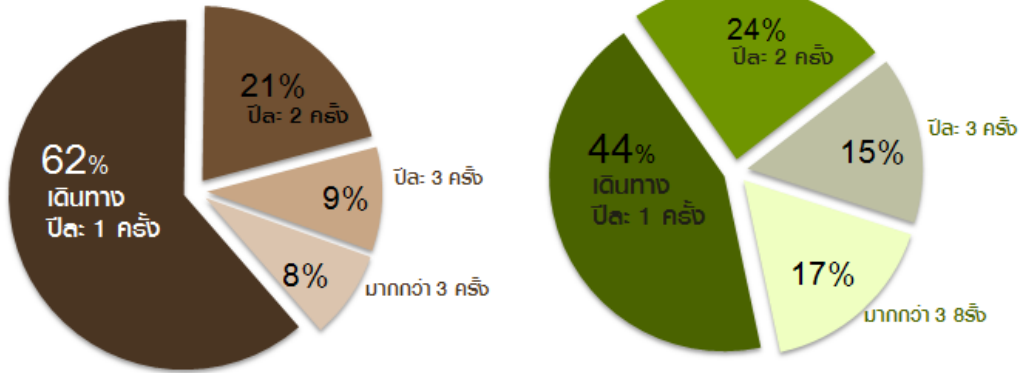
นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 รองลงมา คือ จากกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2,250 ราย

ชาวต่างชาติ [1,500]

ชาวไทย [750]



ภาพที่ 4.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 ขณะที่อีกร้อยละ 38 มีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่า 1 ครั้งต่อปี

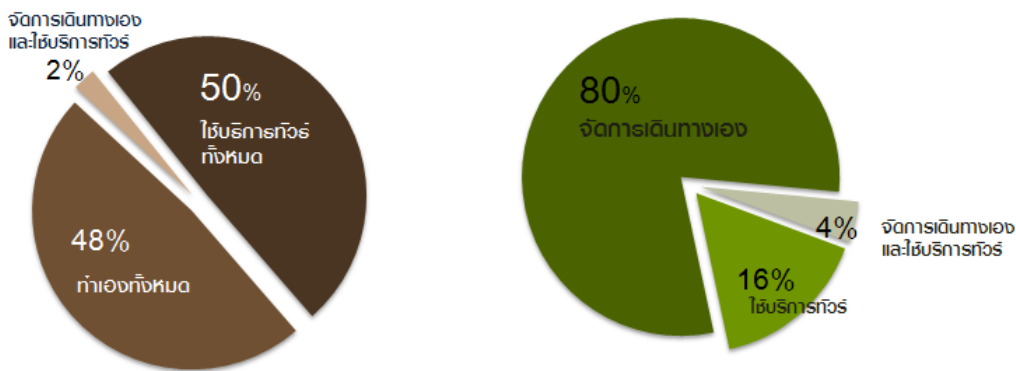
นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56

ลักษณะการเดินทาง

2,250 ราย

ชาวต่างชาติ [1,500]

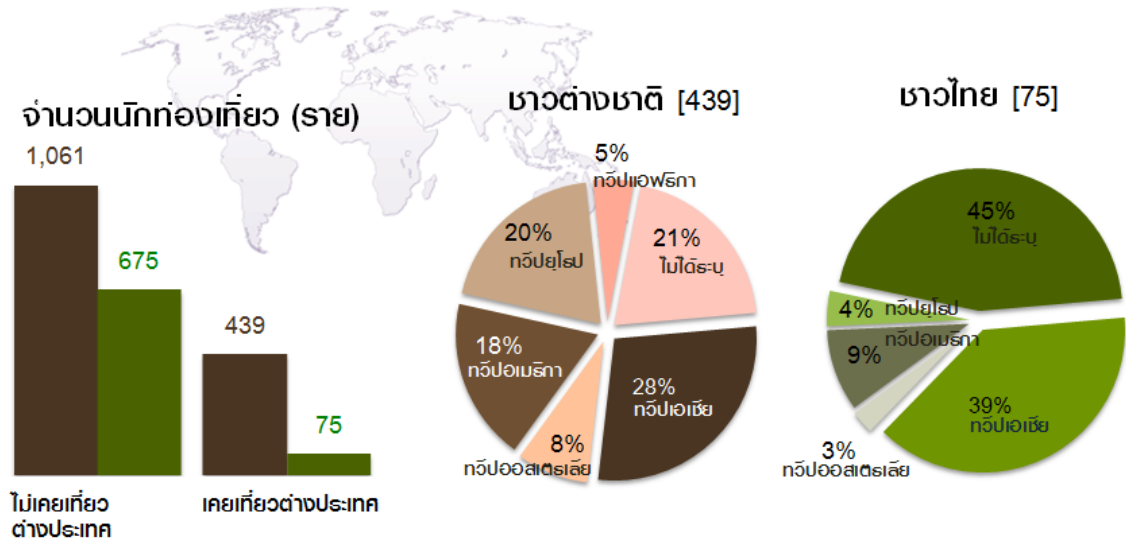
ชาวไทย [750]



ภาพที่ 4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมด คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 50 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่ใช้บริการทัวร์ ร้อยละ 80

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย

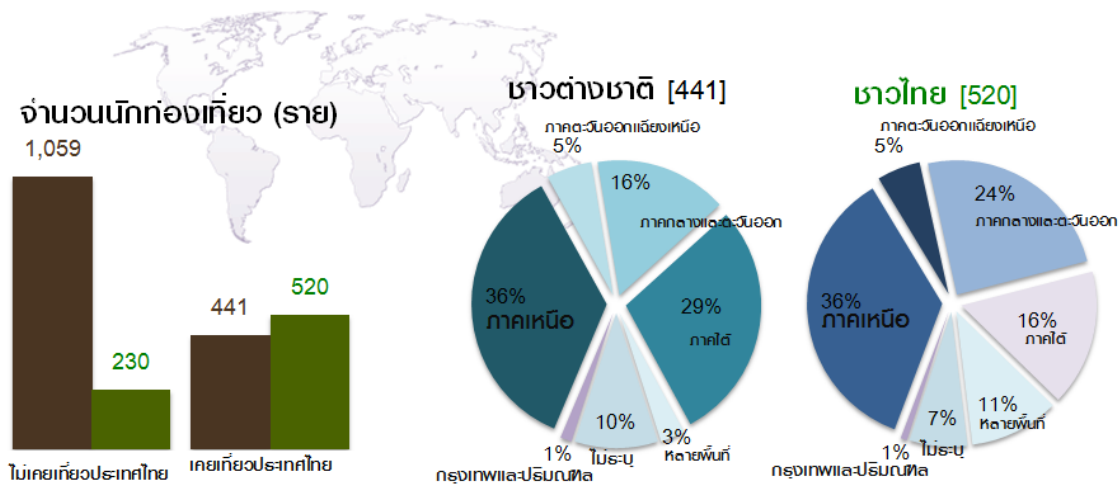


ภาพที่ 4.10 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศในทวีปเอเชียมาก่อน โดยเฉพาะเอเชียตะวันออก

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 10 ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย

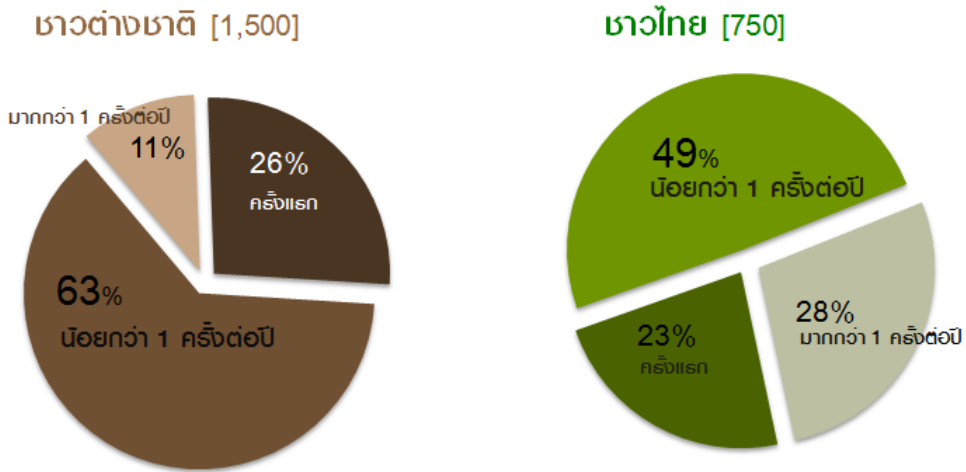


ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 29 โดยจังหวัดที่เคยไปท่องเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ รองลงมาเป็นภาคใต้ และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีสัดส่วนร้อยละ 31

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69 โดยจังหวัดที่เคยเดินทางไป คือ จังหวัดในภาคเหนือ รองลงมาเป็นจังหวัดในภาคกลางและตะวันออก

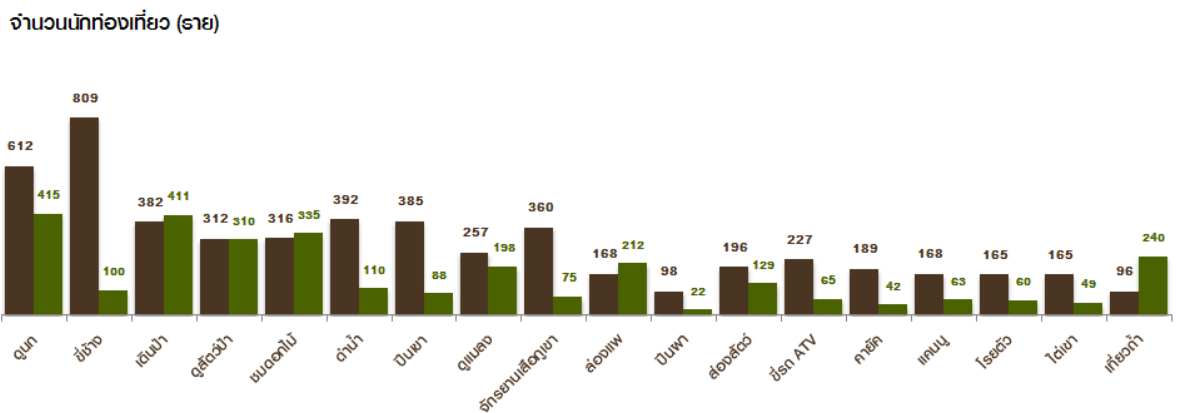
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย



ภาพที่ 4.12 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 74 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 77

กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการ

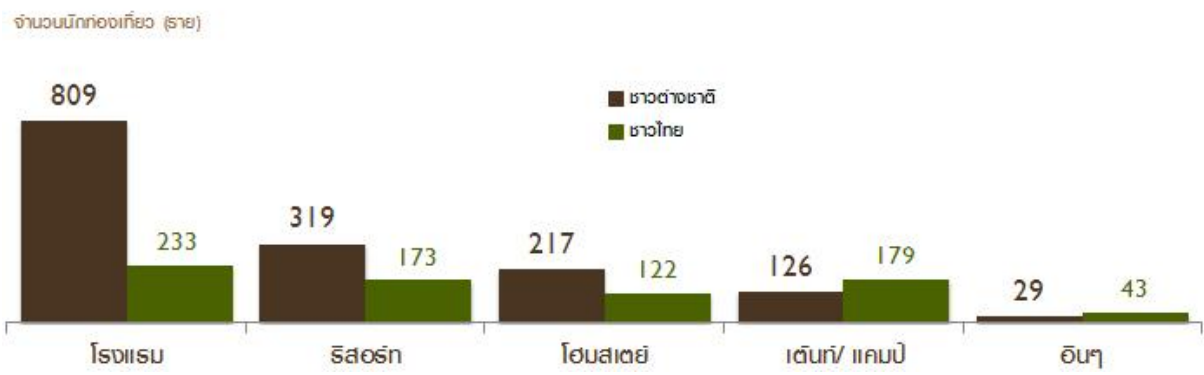


ภาพที่ 4.13 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการ

กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ กิจกรรมขี่ช้าง มีสัดส่วนร้อยละ 54 รองลงมา คือ กิจกรรมดูนก มีสัดส่วนคิดเป็น ร้อยละ 41

กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ กิจกรรมดูนก และกิจกรรมเดินป่า โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55

ประเภทที่พักในการท่องเที่ยวในประเทศไทย



ภาพที่ 4.14 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทที่พักในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

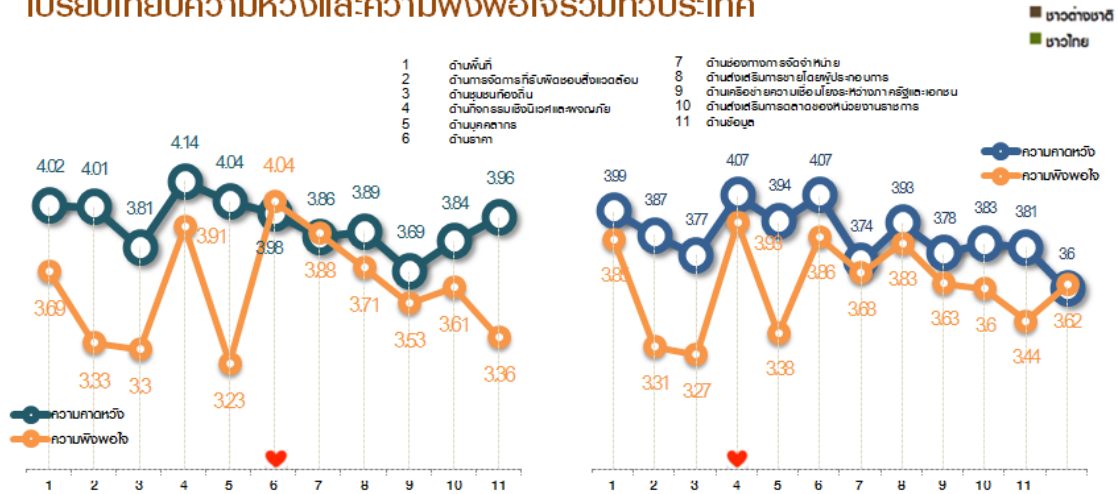
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่พักในโรงแรม ซึ่งเป็นการจองโดยบริษัททัวร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 รองลงมา คือ การพักในรีสอร์ท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรมเช่นเดียวกับชาวต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 รองลงมา คือ จารพักเต็นท์/แคมป์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ซึ่งเป็นการพักที่มีค่าใช้จ่ายน้อย สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มนักศึกษา

4.2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

4.2.1 ทั่วประเทศ

เปรียบเทียบความหวังและความพึงพอใจรวมทั้งประเทศ



ภาพที่ 4.15 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจรวมทั้งประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

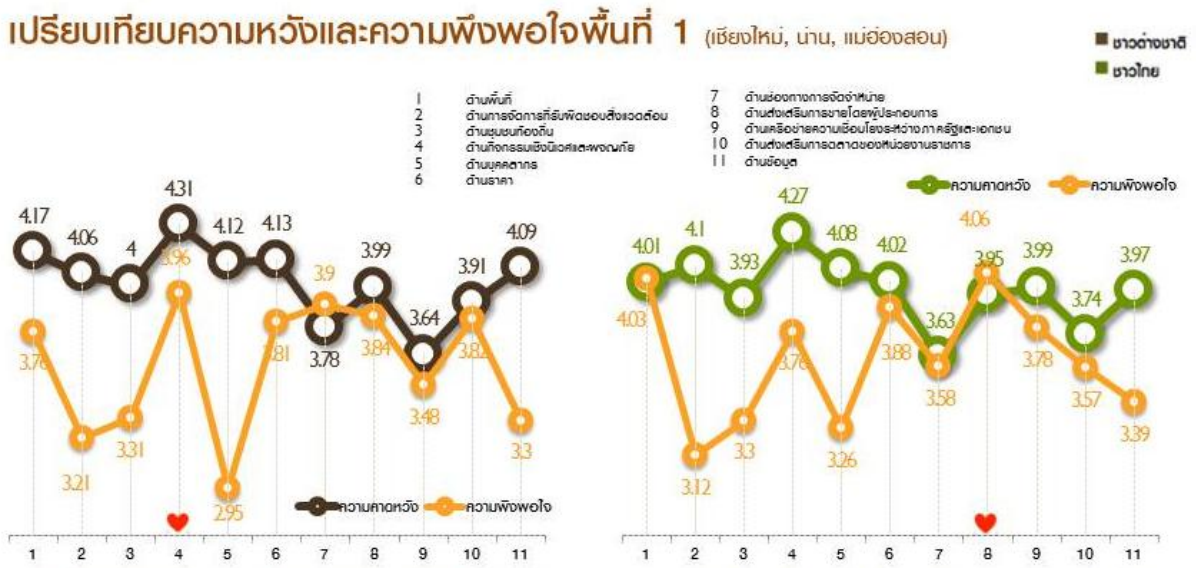
เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจ โดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยและด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านพื้นที่

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

4.2.2 พื้นที่ 1 (เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน)



ภาพที่ 4.16 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 1

สำหรับพื้นที่ 1 (เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสำหรับในด้านพื้นที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวังเช่นกัน

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดเชียงใหม่

	จังหวัดเชียงใหม่					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.90	3.92	0.852	3.89	3.95	0.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.86	2.79	0.000*	4.01	3.55	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.91	3.02	0.000*	3.96	3.32	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.04	4.25	0.227	3.87	3.70	0.000*
ด้านบุคลากร	3.89	2.77	0.000*	3.89	3.40	0.000*
ด้านราคา	3.89	3.68	0.227	3.88	3.90	0.852
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.78	3.90	0.000*	3.85	3.81	0.621
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.65	3.67	0.852	3.97	3.81	0.018*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.77	3.62	0.008*	4.03	3.67	0.071
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.76	3.62	0.370	3.86	3.67	0.000*
ด้านข้อมูล	3.84	3.52	0.000*	3.77	3.68	0.000*
เฉลี่ยรวม	3.84	3.52	0.000*	3.91	3.68	0.013*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.2 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดน่าน

	จังหวัดน่าน					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.32	3.72	0.006*	3.96	4.21	0.002*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.27	3.78	0.001*	4.04	2.86	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.78	3.80	0.852	4.04	2.73	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.30	3.62	0.000*	4.40	3.71	0.000*
ด้านบุคลากร	4.12	2.99	0.000*	4.11	3.45	0.002*
ด้านราคา	4.16	3.67	0.000*	4.01	3.81	0.049*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	3.67	0.852	3.80	3.76	0.621
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.26	3.67	0.000*	3.76	3.78	0.852
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.62	3.72	0.000*	3.85	3.74	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	4.12	3.69	0.005*	3.76	3.78	0.852
ด้านข้อมูล	4.32	3.28	0.000*	3.99	3.65	0.061
เฉลี่ยรวม	4.08	3.60	0.000*	3.97	3.59	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดน่าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านพื้นที่และด้านข้อมูล มากที่สุด รองลงมา เป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านชุมชนท้องถิ่น มากที่สุด รองลงมา เป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านพื้นที่ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมา เป็นด้านบุคลากร ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมา เป็นด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

	จังหวัดแม่ฮ่องสอน					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.28	3.65	0.000*	4.18	3.94	0.093
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.05	3.06	0.000*	4.26	2.95	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	4.31	3.11	0.000*	3.80	3.85	0.053
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.59	4.01	0.000*	4.55	3.86	0.000*
ด้านบุคลากร	4.36	3.08	0.000*	4.23	2.94	0.000*
ด้านราคา	4.33	4.07	0.012*	4.17	3.93	0.093
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	4.12	0.415	3.24	3.18	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.05	4.18	0.000*	4.13	4.60	0.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.54	3.09	0.000*	4.08	3.92	0.018
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.85	4.14	0.340	3.60	3.25	0.000*
ด้านข้อมูล	4.12	3.11	0.000*	4.15	2.85	0.000*
เฉลี่ยรวม	4.13	3.60	0.000*	4.04	3.57	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดแม่ฮ่องสอน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ด้านพื้นที่ ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านราคา และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

4.2.3 พื้นที่ 2 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์)



ภาพที่ 4.17 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 2

สำหรับพื้นที่ 2 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านบุคลากร มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดพิษณุโลก

	จังหวัดพิษณุโลก					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.99	3.30	0.000*	4.05	3.96	0.540
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.95	3.12	0.000*	3.95	3.59	0.071
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.78	3.10	0.000*	4.11	3.03	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	3.89	3.78	0.946	4.00	4.23	0.109
ด้านบุคลากร	3.92	3.43	0.001*	4.04	3.41	0.000*
ด้านราคา	3.88	4.10	0.043*	4.06	4.15	0.538
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	4.19	0.012*	3.92	3.93	0.928
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.92	3.75	0.000*	4.05	4.11	0.631
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.86	3.76	0.000*	3.88	3.21	0.004*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.75	3.52	0.000*	3.93	3.66	0.000*
ด้านข้อมูล	3.89	3.61	0.000*	4.00	3.73	0.007*
เฉลี่ยรวม	3.89	3.61	0.000*	4.00	3.73	0.007*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดพิษณุโลก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านชุมชนท้องถิ่น มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดเพชรบูรณ์

	จังหวัดเพชรบูรณ์					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.87	3.45	0.000*	4.06	3.65	0.012*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.92	3.32	0.006*	3.99	3.89	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.81	3.33	0.005*	3.72	3.34	0.023*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	3.81	3.35	0.000*	3.80	3.75	0.071
ด้านบุคลากร	3.95	3.44	0.001*	3.81	3.45	0.050
ด้านราคา	3.66	3.86	0.049*	3.85	3.65	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	3.78	0.349	3.97	3.84	0.334
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.80	3.56	0.093	3.84	3.65	0.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.74	3.45	0.213	3.87	3.83	0.621
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.69	3.45	0.093	3.91	3.61	0.127
ด้านข้อมูล	3.74	3.32	0.001*	3.84	3.32	0.004*
เฉลี่ยรวม	3.80	3.48	0.002*	3.88	3.63	0.031*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านบุคลากร มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ในขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

4.2.4 พื้นที่ 3 (กาญจนบุรี เพชรบุรี)



ภาพที่ 4.18 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 3

สำหรับพื้นที่ 3 (กาญจนบุรี เพชรบุรี)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านข้อมูล

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะเดียวกันในด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศ และผจญภัย และด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวังเช่นกัน

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดเพชรบุรี

	จังหวัดเพชรบุรี					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.15	3.88	0.000*	4.05	3.81	0.093
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.90	3.46	0.087	3.56	3.23	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.85	3.43	0.000*	3.45	3.23	0.415
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.32	3.82	0.000*	4.25	3.63	0.000*
ด้านบุคลากร	3.89	3.91	0.852	3.89	3.68	0.227
ด้านราคา	3.90	4.13	0.000*	4.36	3.93	0.005*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	4.00	0.008*	3.66	3.70	0.621
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.75	3.90	0.008*	3.72	3.82	0.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.65	3.78	0.000*	3.86	3.49	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	4.12	3.87	0.002*	3.90	3.55	0.000*
ด้านข้อมูล	4.15	3.91	0.000*	3.82	3.73	0.540
เฉลี่ยรวม	3.96	3.83	0.000*	3.87	3.62	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดเพชรบุรี

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านข้อมูล

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านข้อมูล

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ในขณะที่ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านพื้นที่

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดกาญจนบุรี

	จังหวัดกาญจนบุรี					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.22	3.72	0.000*	3.82	3.68	0.370
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.28	3.76	0.000*	3.87	3.60	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.95	3.60	0.000*	3.78	3.71	0.061
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.12	4.23	0.946	3.97	4.15	0.841
ด้านบุคลากร	4.19	3.28	0.000*	3.89	3.45	0.087
ด้านราคา	4.18	4.23	0.660	3.87	4.15	0.100
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	3.76	0.000*	3.89	3.65	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.13	3.82	0.000*	4.02	3.67	0.011*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	4.18	3.46	0.000*	3.99	3.56	0.005*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	4.07	3.60	0.002*	4.07	3.51	0.000*
ด้านข้อมูล	4.14	3.72	0.004*	3.94	3.54	0.000*
เฉลี่ยรวม	4.15	3.74	0.000*	3.92	3.70	0.116

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดกาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยและด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านพื้นที่

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะเดียวกันในด้านพื้นที่ ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร และด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

4.2.4 พื้นที่ 4 (กระบี่ ตรัง)



ภาพที่ 4.19 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 4

สำหรับพื้นที่ 4 (กระบี่ ตรัง)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ในด้านพื้นที่ และด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง และสำหรับในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดกระบี่

ปัจจัย	จังหวัดกระบี่					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.02	4.23	0.006*	3.73	3.41	0.696
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.97	3.22	0.000*	3.73	3.60	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.50	3.31	0.000*	3.69	2.58	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.06	4.20	0.082	3.71	3.84	0.000*
ด้านบุคลากร	3.91	3.20	0.000*	3.75	3.50	0.002*
ด้านราคา	3.97	4.20	0.000*	3.77	3.81	0.621
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	3.70	0.370	3.67	3.48	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.76	3.73	0.903	3.54	3.40	0.735
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.50	3.30	0.000*	3.60	3.25	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.53	3.23	0.000*	3.65	3.44	0.227
ด้านข้อมูล	3.89	3.20	0.000*	3.71	3.40	0.000*
เฉลี่ยรวม	3.81	3.59	0.000*	3.69	3.43	0.236

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดกระบี่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านราคา

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ และด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร ด้านพื้นที่ และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดตรัง

ปัจจัย	จังหวัดตรัง					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.46	3.62	0.018*	3.95	3.66	0.213
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.58	3.01	0.000*	4.00	3.40	0.006*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.67	3.43	0.093	3.75	3.20	0.021*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	3.75	3.65	0.000*	3.66	3.74	0.000*
ด้านบุคลากร	3.73	2.95	0.000*	3.74	3.15	0.000*
ด้านราคา	3.53	4.09	0.000*	3.87	3.83	0.621
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.57	4.13	0.000*	3.98	3.86	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.36	3.20	0.000*	3.74	3.77	0.903
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.45	3.96	0.002*	4.10	3.71	0.066*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.62	3.96	0.008*	3.95	3.78	0.380
ด้านข้อมูล	3.57	2.97	0.000*	3.59	3.13	0.000*
เฉลี่ยรวม	3.57	3.54	0.096	3.85	3.57	0.148

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดตรัง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่างจาก* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ด้านชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่ามีความพึงพอใจ *ไม่ต่างจาก* ความคาดหวัง

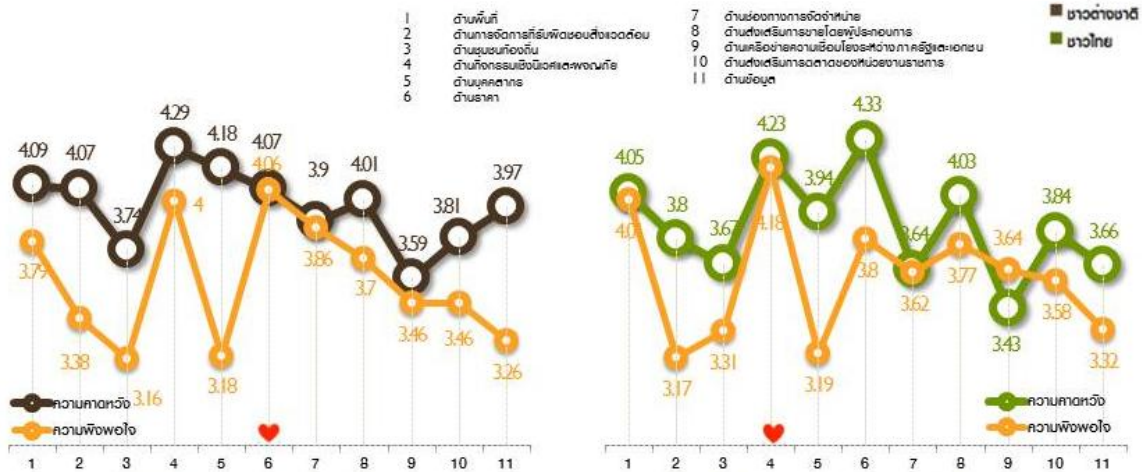
นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชนมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่างจาก* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง และในด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่างจาก* ความคาดหวัง

4.2.6 พื้นที่ 5 (เขาใหญ่ : นครราชสีมา นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี)

เปรียบเทียบความหวังและความพึงพอใจพื้นที่ 5 (เขาใหญ่: นครราชสีมา, สระบุรี, นครนายก, ปราจีนบุรี)



ภาพที่ 4.20 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 5

สำหรับพื้นที่ 5 (เขาใหญ่ : นครราชสีมา นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปด้วยจากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะเดียวกันในด้านพื้นที่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่ามีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดนครราชสีมา

	จังหวัดนครราชสีมา					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.15	3.90	0.012*	3.98	4.01	0.903
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.51	2.75	0.000*	4.50	2.81	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.92	3.10	0.000*	3.75	2.68	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.64	4.02	0.000*	4.27	4.32	0.660
ด้านบุคลากร	4.38	3.12	0.000*	3.95	3.61	0.061
ด้านราคา	4.33	4.02	0.001*	4.49	3.67	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	3.98	0.735	3.82	3.75	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.10	3.65	0.000*	3.88	3.92	0.621
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.40	3.77	0.000*	3.50	3.63	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.63	3.23	0.000*	3.85	3.52	0.000*
ด้านข้อมูล	4.36	3.45	0.000*	3.89	3.56	0.000*
เฉลี่ยรวม	4.14	3.54	0.000*	3.99	3.59	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดนครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพื้นที่

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดสระบุรี

	จังหวัดสระบุรี					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.73	3.43	0.000*	4.38	4.10	0.100
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.82	3.26	0.000*	3.44	3.25	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.62	2.87	0.000*	3.65	3.73	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.14	3.87	0.008*	4.23	4.27	0.216
ด้านบุคลากร	4.18	3.07	0.000*	4.14	2.78	0.000*
ด้านราคา	4.01	3.96	0.000*	4.52	3.66	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	3.45	0.002*	3.86	3.70	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.92	3.52	0.000*	4.30	3.76	0.003*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.93	3.23	0.000*	3.50	3.67	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	4.20	3.44	0.001*	4.10	3.66	0.000*
ด้านข้อมูล	3.50	3.06	0.087	3.20	2.59	0.000*
เฉลี่ยรวม	3.91	3.38	0.000*	3.94	3.56	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดสระบุรี

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่ามีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดนครนายก

	จังหวัดนครนายก					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.24	4.17	0.349	3.95	4.15	0.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.18	3.83	0.011*	3.68	3.45	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.86	3.23	0.000*	3.81	3.69	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.14	4.15	0.933	4.29	4.33	0.621
ด้านบุคลากร	4.01	3.09	0.000*	3.85	2.70	0.000*
ด้านราคา	3.98	4.16	0.841	4.15	4.02	0.003*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	3.86	0.003*	3.46	3.66	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.15	4.19	0.621	3.91	3.64	0.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.56	3.43	0.000*	3.25	3.62	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.75	3.55	0.000*	3.56	3.66	0.000*
ด้านข้อมูล	4.09	3.07	0.000*	3.87	3.71	0.018*
เฉลี่ยรวม	3.99	3.70	0.000*	3.80	3.69	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดนครนายก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านพื้นที่

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านราคา

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ในด้านพื้นที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ส่วนในด้านการกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดปราจีนบุรี

	จังหวัดปราจีนบุรี					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.24	3.65	0.000*	3.89	3.77	0.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.75	3.67	0.000*	3.56	3.15	0.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.56	3.45	0.000*	3.45	3.14	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.23	3.94	0.000*	4.12	3.81	0.000*
ด้านบุคลากร	4.15	3.45	0.000*	3.82	3.66	0.000*
ด้านราคา	3.95	4.11	0.018*	4.15	3.83	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	4.13	0.032*	3.40	3.35	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.85	3.45	0.000*	4.01	3.76	0.002*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.45	3.40	0.000*	3.45	3.64	0.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.67	3.60	0.000*	3.84	3.47	0.000*
ด้านข้อมูล	3.91	3.45	0.000*	3.66	3.42	0.000*
เฉลี่ยรวม	3.85	3.66	0.000*	3.76	3.55	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดปราจีนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

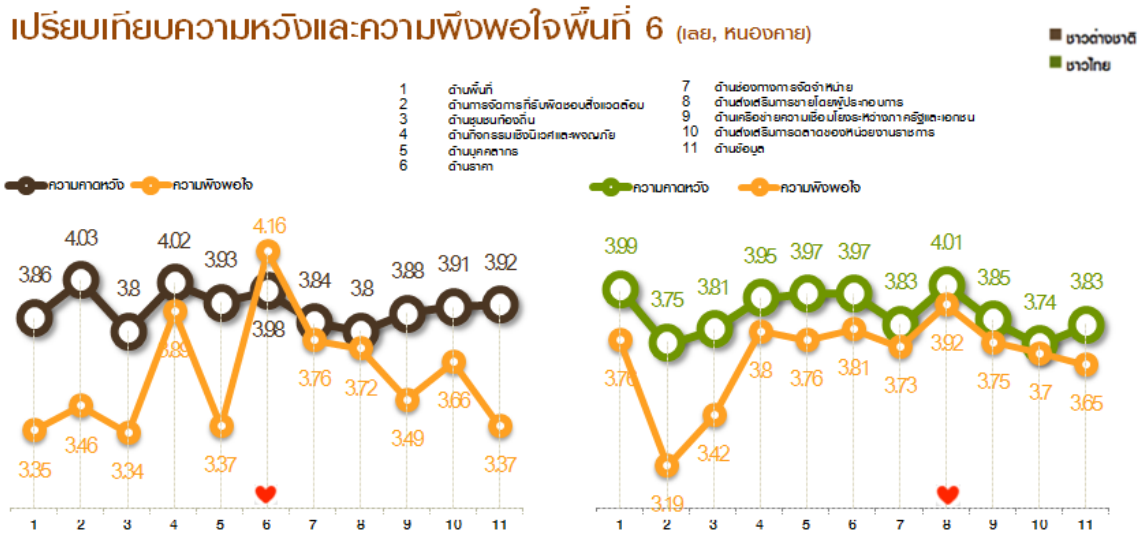
เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านพื้นที่

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง

4.2.7 พื้นที่ 6 (เลย หนองคาย)



ภาพที่ 4.21 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของพื้นที่ 6

สำหรับพื้นที่ 6 (เลย หนองคาย)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ ด้านบุคลากร และด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านพื้นที่ ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศ และผจญภัย ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดเลย

	จังหวัดเลย					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	4.19	3.34	0.000*	3.98	3.75	0.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.11	3.43	0.002*	3.56	3.13	0.005*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.80	3.24	0.000*	3.91	3.60	0.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.02	3.95	0.565	3.97	3.87	0.000*
ด้านบุคลากร	3.87	3.28	0.000*	3.95	3.75	0.000*
ด้านราคา	4.01	4.31	0.000*	4.04	3.95	0.540
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	3.63	0.852	3.99	3.87	0.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	3.56	3.45	0.000*	4.02	3.99	0.843
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.85	3.33	0.004*	3.93	3.93	1.000
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.98	3.75	0.000*	3.89	3.95	0.071
ด้านข้อมูล	3.95	3.41	0.003*	3.93	3.85	0.065
เฉลี่ยรวม	3.91	3.56	0.000*	3.92	3.79	0.047*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดเลย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่ามีความพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง ขณะที่ในด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจไม่ต่างจากความคาดหวัง

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจไม่ต่างไปจากความคาดหวัง

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของจังหวัดหนองคาย

	จังหวัดหนองคาย					
	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	Sig.
ด้านพื้นที่	3.52	3.35	0.000*	4.00	3.77	0.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	3.95	3.48	0.002*	3.93	3.25	0.002*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.79	3.44	0.000*	3.71	3.23	0.005*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	4.01	3.82	0.000*	3.92	3.72	0.049*
ด้านบุคลากร	3.99	3.45	0.003*	3.99	3.77	0.415
ด้านราคา	3.94	4.01	0.000*	3.89	3.66	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	3.89	0.301	3.66	3.59	0.349
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	4.03	3.98	0.000*	3.99	3.84	0.206
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	3.90	3.65	0.002*	3.77	3.56	0.227
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	3.84	3.57	0.000*	3.58	3.45	0.000*
ด้านข้อมูล	3.89	3.33	0.000*	3.73	3.45	0.134
เฉลี่ยรวม	3.90	3.63	0.000*	3.83	3.57	0.005*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับจังหวัดหนองคาย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ยังมีความพึงพอใจในด้านราคา มากที่สุด รองลงมาเป็นการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่ามีความพึงพอใจ *เกินกว่า* ความคาดหวัง ขณะที่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* จากความคาดหวัง

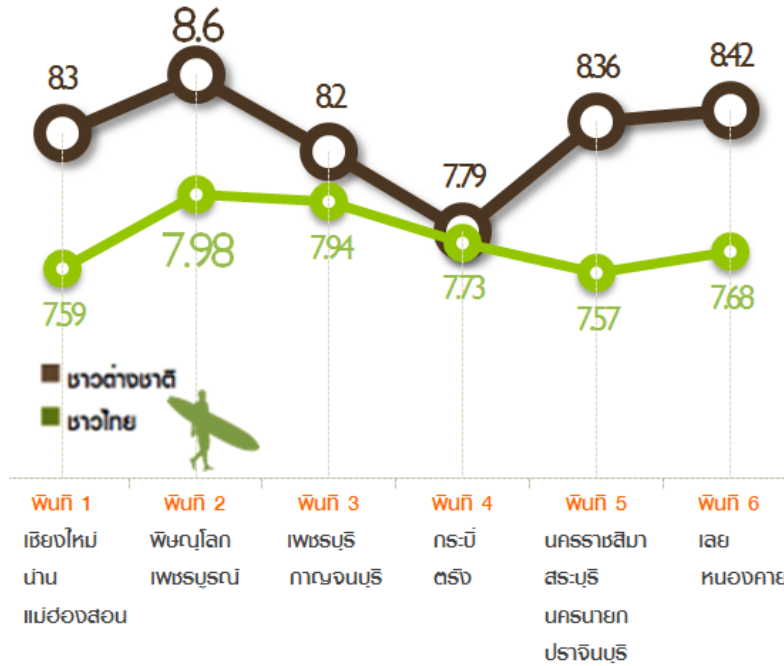
นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังในด้านพื้นที่ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพื้นที่ และด้านบุคลากร

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้สถิติ Paired T-test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วยังมีความพึงพอใจ *น้อยกว่า* ความคาดหวัง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่า มีความพึงพอใจ *ไม่ต่าง* ไปจากความคาดหวัง

4.3 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว

4.3.1 ทั่วประเทศ



ภาพที่ 4.22 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวทั่วประเทศ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่ 2 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์) จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมาเป็นพื้นที่ 6 (เลย หนองคาย) และพื้นที่ 5 (เขาใหญ่: นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี) ในขณะที่พื้นที่ 4 (กระบี่ ตรัง) จะมีการแนะนำต่อน้อยที่สุด

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 2 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์) จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาเป็นพื้นที่ 3 (เพชรบุรี กาญจนบุรี) และพื้นที่ 4 (กระบี่ ตรัง) ในขณะที่พื้นที่ 5 (เขาใหญ่: นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี) จะมีการแนะนำต่อน้อยที่สุด

4.3.2 รายพื้นที่และรายจังหวัด

ตารางที่ 4.17 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวแยกตามพื้นที่

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
พื้นที่ 1: เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน	41.3	48.0	89.3	27.3	42.0	69.3
พื้นที่ 2: พิษณุโลก เพชรบูรณ์	30.0	60.0	90.0	40.0	40.0	80.0
พื้นที่ 3: เพชรบุรี กาญจนบุรี	46.0	41.5	87.5	36.0	43.0	79.0
พื้นที่ 4: กระบี่ ตรัง	45.5	37.5	83.0	39.0	37.0	76.0
พื้นที่ 5: สระบุรี นครราชสีมา ปราจีนบุรี นครนายก	34.5	53.8	88.3	30.0	36.5	66.5
พื้นที่ 6: เลย หนองคาย	35.0	55.0	90.0	39.0	37.0	76.0
เฉลี่ยรวม	38.3	49.8	88.1	34.0	39.1	73.1

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 88.1 โดยเฉพาะในพื้นที่ 2 และพื้นที่ 6 ที่มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 ส่วนในพื้นที่ 4 มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 73.1 โดยเฉพาะในพื้นที่ 2 ที่มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 ส่วนในพื้นที่ 5 มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5

ตารางที่ 4.18 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัด

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย	ชาวต่างชาติ			ชาวไทย		
	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เชียงใหม่	42.0	45.0	87.0	14.0	46.0	60.0
น่าน	47.0	43.0	90.0	40.0	32.0	72.0
แม่ฮ่องสอน	35.0	56.0	91.0	28.0	48.0	76.0
พิษณุโลก	30.0	56.0	86.0	40.0	30.0	70.0
เพชรบูรณ์	30.0	64.0	94.0	40.0	50.0	90.0
เพชรบุรี	46.0	43.0	89.0	24.0	48.0	72.0
กาญจนบุรี	46.0	40.0	86.0	48.0	38.0	86.0
กระบี่	40.0	37.0	77.0	40.0	36.0	76.0
ตรัง	51.0	38.0	89.0	38.0	38.0	76.0
นครราชสีมา	49.0	43.0	92.0	26.0	40.0	66.0
สระบุรี	28.0	54.0	82.0	28.0	36.0	64.0
นครนายก	32.0	59.0	91.0	46.0	24.0	70.0
ปราจีนบุรี	29.0	59.0	88.0	20.0	46.0	66.0
เลย	32.0	53.0	85.0	28.0	50.0	78.0
หนองคาย	38.0	57.0	95.0	50.0	24.0	74.0

นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดหนองคาย มีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.0 รองลงมาเป็นเพชรบูรณ์ และนครราชสีมา ส่วนกระบี่ มีสัดส่วนการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาเป็นกาญจนบุรี และเลย ส่วนเชียงใหม่ มีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำต่อ

4.4.1 ทั่วประเทศ

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำต่อของชาวต่างชาติ

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.961	23.222	.000*
ด้านพื้นที่	-.086	-1.781	.075
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.422	10.745	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.048	-.981	.327
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.233	4.856	.000*
ด้านบุคลากร	.051	1.028	.304
ด้านราคา	-.188	-3.528	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.128	-2.513	.012*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.032	.713	.476
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.446	8.619	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.199	4.052	.000*
ด้านข้อมูล	-.003	-.075	.940
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.309	61.794	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 30.9 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำต่อของชาวไทย

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.616	16.719	.000*
ด้านพื้นที่	.453	6.413	.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.243	4.152	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.198	3.662	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.010	-.121	.904
ด้านบุคลากร	.248	3.838	.000*
ด้านราคา	-.227	-2.860	.004*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.211	-2.742	.006*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.051	-.689	.491
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.077	-1.072	.284
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.195	2.819	.005*
ด้านข้อมูล	.268	4.580	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.406	47.577	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 40.6 โดยด้านพื้นที่ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.2 พื้นที่ 1 (เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน)

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 1

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.434	12.721	.000
ด้านพื้นที่	.335	2.770	.006*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.212	1.789	.075
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.131	1.155	.249
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.414	3.487	.001*
ด้านบุคลากร	-.264	-2.174	.031*
ด้านราคา	-.227	-1.547	.123
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.122	-.726	.468
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.152	-1.025	.306
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.092	.774	.440
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.306	-2.094	.037*
ด้านข้อมูล	.496	4.838	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.220	8.673	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 22.0 โดยด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 1

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.208	7.269	.000
ด้านพื้นที่	.354	1.322	.188
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.082	-.453	.651
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.604	4.691	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.152	-.527	.599
ด้านบุคลากร	.316	1.558	.121
ด้านราคา	-.364	-1.483	.140
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.113	.586	.559
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.040	-.222	.824
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.817	-3.332	.001*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.559	3.900	.000*
ด้านข้อมูล	.153	.893	.373
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.350	8.293	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 35.0 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- เชียงใหม่

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในเชียงใหม่

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.692	3.379	.001*
ด้านพื้นที่	.385	1.047	.298
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.475	-1.432	.156
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.270	-1.051	.296
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	1.415	7.793	.000*
ด้านบุคลากร	-.205	-.903	.369
ด้านราคา	-.186	-.782	.436
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.151	.678	.499
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.576	-2.047	.044*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.033	-.117	.907
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.060	-.260	.795
ด้านข้อมูล	.496	2.230	.028*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.411	7.268	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 41.1 โดยด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในเชียงใหม่

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	7.708	6.910	.000*
ด้านพื้นที่	.446	1.073	.290
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.705	2.722	.010*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.245	-.652	.518
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.656	-1.390	.173
ด้านบุคลากร	.278	.842	.405
ด้านราคา	-.393	-1.129	.266
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.481	-1.120	.270
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.449	.858	.396
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.460	.907	.370
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.454	-.810	.423
ด้านข้อมูล	.111	.294	.771
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.414	4.143	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 41.4 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- น่าน

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในน่าน

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.709	9.354	.000*
ด้านพื้นที่	-.193	-.811	.419
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.388	3.208	.002*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.436	4.059	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.087	.455	.650
ด้านบุคลากร	-.077	-.580	.563
ด้านราคา	-.186	-.845	.401
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.197	-.641	.523
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.192	-.766	.446
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.280	1.086	.281
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.117	.412	.682
ด้านข้อมูล	.281	2.379	.020*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.606	14.829	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 60.6 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.26 สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในน่าน

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.358	2.846	.007*
ด้านพื้นที่	1.428	2.838	.007*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.286	-.609	.546
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.133	-.472	.639
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.188	.422	.675
ด้านบุคลากร	.123	.488	.628
ด้านราคา	.561	1.247	.220
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.067	-.142	.887
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.122	-.304	.763
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.668	-1.415	.165
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.815	-1.695	.098
ด้านข้อมูล	.512	2.150	.038*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.584	7.255	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 58.4 โดยด้านพื้นที่ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- แม่ฮ่องสอน

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติ ในแม่ฮ่องสอน

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	7.000	8.423	.000*
ด้านพื้นที่	.278	1.759	.082
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.179	.624	.535
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.195	-.618	.538
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.171	.590	.557
ด้านบุคลากร	-.459	-1.741	.085
ด้านราคา	-.091	-.359	.721
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.146	.449	.655
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.215	-.828	.410
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	1.012	4.472	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.527	-1.588	.116
ด้านข้อมูล	.297	1.146	.255
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.349	5.816	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 34.9 โดยด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในแม่ฮ่องสอน

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.203	1.047	.302
ด้านพื้นที่	.155	.332	.742
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-1.155	-2.365	.023*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.938	4.666	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.325	.720	.476
ด้านบุคลากร	.366	.699	.489
ด้านราคา	.006	.015	.988
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.417	1.291	.205
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.459	1.526	.135
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.854	-2.773	.009*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.683	4.158	.000*
ด้านข้อมูล	.042	.128	.899
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.587	7.331	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 58.7 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.3 พื้นที่ 2 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์)

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 2

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.783	9.453	.000*
ด้านพื้นที่	.203	1.485	.139
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.208	2.199	.029*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.496	-3.660	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.230	2.279	.024*
ด้านบุคลากร	.526	4.553	.000*
ด้านราคา	-.110	-1.216	.225
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.139	-1.474	.142
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.292	3.755	.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.216	-1.793	.075
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.814	8.552	.000*
ด้านข้อมูล	-.530	-4.530	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.654	35.140	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 65.4 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 2

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.467	3.834	.000*
ด้านพื้นที่	.731	5.960	.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.870	8.893	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.141	-1.077	.284
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.450	-2.560	.012*
ด้านบุคลากร	-.127	-1.129	.262
ด้านราคา	.394	2.580	.012*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.624	-3.945	.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.345	2.394	.019*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.252	2.388	.019*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.200	1.636	.105
ด้านข้อมูล	-.055	-.418	.677
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.785	33.863	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 78.5 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- **พิษณุโลก**

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในพิษณุโลก

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.181	7.176	.000*
ด้านพื้นที่	.157	.605	.547
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.221	-.866	.389
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.091	.313	.755
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.093	.552	.582
ด้านบุคลากร	.753	5.199	.000*
ด้านราคา	-.517	-2.572	.012*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.309	-1.218	.227
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.285	2.239	.028*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.106	-.688	.493
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.902	7.768	.000*
ด้านข้อมูล	-.610	-3.113	.003*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.644	17.310	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 64.4 โดยด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในพิษณุโลก

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.179	3.409	.002*
ด้านพื้นที่	.329	1.721	.093
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.591	2.751	.009*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.080	-.364	.718
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.276	.688	.496
ด้านบุคลากร	.197	1.018	.315
ด้านราคา	-.407	-1.559	.127
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.142	-.503	.618
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.087	-.241	.811
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.582	4.166	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.030	-.197	.845
ด้านข้อมูล	-.185	-.647	.521
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.735	13.335	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 73.5 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- เพชรบูรณ์

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในเพชรบูรณ์

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.485	7.834	.000*
ด้านพื้นที่	.296	2.370	.020*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.450	5.398	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.534	-3.812	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.292	2.530	.013*
ด้านบุคลากร	-.267	-1.423	.158
ด้านราคา	.180	2.233	.028*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.016	-.193	.847
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.304	3.655	.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.052	-.272	.787
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.153	.870	.387
ด้านข้อมูล	.026	.200	.842
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.808	38.838	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 80.8 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในเพชรบูรณ์

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.080	2.788	.008*
ด้านพื้นที่	.681	4.859	.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.968	9.375	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.024	-.128	.899
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.531	-3.202	.003*
ด้านบุคลากร	-.128	-.903	.372
ด้านราคา	.450	2.719	.010*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.417	-2.241	.031*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.297	1.880	.068
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.163	-.995	.326
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.343	2.118	.041*
ด้านข้อมูล	.044	.275	.785
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.909	45.273	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 90.9 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.4 พื้นที่ 3 (เพชรบุรี กาญจนบุรี)

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 3

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	7.870	13.826	.000*
ด้านพื้นที่	-.378	-1.908	.058
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.268	1.771	.078
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.077	.509	.612
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.020	.125	.900
ด้านบุคลากร	.219	1.885	.061
ด้านราคา	.041	.234	.815
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.238	-1.075	.284
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.156	-.679	.498
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.034	.157	.876
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.147	-.689	.491
ด้านข้อมูล	.371	2.842	.005*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.329	9.855	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 32.9 โดยด้านข้อมูล เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 3

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.577	4.564	.000*
ด้านพื้นที่	.323	1.374	.173
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.201	-1.057	.293
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.011	-.064	.949
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.209	-.769	.444
ด้านบุคลากร	1.014	3.897	.000*
ด้านราคา	.318	1.298	.198
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.033	-.132	.896
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.112	.489	.626
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.351	-1.089	.279
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.299	-.957	.341
ด้านข้อมูล	.238	1.094	.277
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.554	12.165	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 55.4 โดยด้านบุคลากร เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- เพชรบุรี

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในเพชรบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	7.454	8.698	.000*
ด้านพื้นที่	-.613	-1.806	.074
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.032	-.100	.920
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.313	1.105	.272
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.062	.193	.847
ด้านบุคลากร	.514	2.608	.011*
ด้านราคา	.089	.355	.724
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.161	-.499	.619
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.350	-1.154	.252
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.447	1.521	.132
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.252	-.807	.422
ด้านข้อมูล	.232	1.228	.223
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.339	5.618	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 33.9 โดยด้านบุคลากร เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในเพชรบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	8.148	8.226	.000*
ด้านพื้นที่	-.206	-.764	.450
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.085	-.533	.597
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.007	.037	.971
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.131	-.358	.722
ด้านบุคลากร	.316	1.135	.264
ด้านราคา	.186	.804	.426
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.138	-.514	.611
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.227	-.953	.347
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.263	.854	.398
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.128	-.504	.617
ด้านข้อมูล	.297	2.606	.017*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.374	3.661	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 37.4 โดยด้านข้อมูล เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- กาญจนบุรี

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในกาญจนบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	7.336	8.613	.000*
ด้านพื้นที่	-.405	-1.551	.124
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.325	1.752	.043*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.202	.907	.367
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.251	1.118	.266
ด้านบุคลากร	-.312	-1.572	.120
ด้านราคา	.448	1.470	.145
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.312	-.985	.327
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.022	.056	.955
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.573	-1.750	.044*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.138	.421	.675
ด้านข้อมูล	.260	1.129	.262
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.362	6.103	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 36.2 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในกาญจนบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.910	1.472	.149
ด้านพื้นที่	.341	.956	.345
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.035	-.117	.908
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.727	3.305	.002*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.573	-1.308	.199
ด้านบุคลากร	.887	2.714	.010*
ด้านราคา	.299	.872	.389
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.132	.458	.649
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.099	-.334	.740
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.133	-.285	.777
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.736	-1.688	.100
ด้านข้อมูล	.453	1.301	.201
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.791	17.840	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 79.1 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านบุคลากร เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.5 พื้นที่ 4 (กระบี่ ตรัง)

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 4

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.769	7.377	.000*
ด้านพื้นที่	.009	.037	.970
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.227	.992	.322
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.724	4.079	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.194	-.865	.388
ด้านบุคลากร	.012	.093	.926
ด้านราคา	.464	2.153	.033*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.374	-1.864	.064
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.419	-2.461	.015*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.979	4.721	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.891	-4.857	.000*
ด้านข้อมูล	.037	.236	.814
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.687	15.318	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 68.7 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 4

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.921	11.565	.000*
ด้านพื้นที่	.345	1.683	.036*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.225	.990	.325
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.014	-.077	.939
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.246	-.930	.355
ด้านบุคลากร	.339	1.344	.182
ด้านราคา	-.059	-.259	.796
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.097	-.374	.709
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.055	-.190	.850
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.216	.746	.458
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.124	.451	.653
ด้านข้อมูล	.101	.434	.665
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.418	7.473	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 41.8 โดยด้านพื้นที่ เป็นด้านเดียวที่สำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- กระบี่

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในกระบี่

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.264	3.994	.000*
ด้านพื้นที่	.674	1.518	.133
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.444	-.877	.383
ด้านชุมชนท้องถิ่น	1.122	2.422	.017*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.275	-.605	.546
ด้านบุคลากร	.120	.378	.706
ด้านราคา	.138	.357	.722
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-1.321	-3.623	.000*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.396	.865	.390
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.913	2.463	.016*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-1.045	-3.747	.000*
ด้านข้อมูล	.051	.181	.857
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.519	8.647	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 51.9 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในกระบี่

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	9.060	8.792	.000*
ด้านพื้นที่	-.458	-1.840	.044*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.692	2.011	.031*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.280	.819	.418
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.231	-.738	.465
ด้านบุคลากร	.166	.446	.658
ด้านราคา	-.203	-.790	.434
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.046	.178	.860
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.284	-.916	.366
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.038	-.099	.921
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.101	.314	.755
ด้านข้อมูล	-.295	-1.044	.303
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.361	3.519	0.002

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพัทธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 36.1 โดยด้านพื้นที่ และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย

- **ตรัง**

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในตรัง

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	4.639	4.924	.000*
ด้านพื้นที่	-.028	-.101	.919
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.221	.778	.439
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.513	2.537	.013*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.060	.219	.827
ด้านบุคลากร	.048	.307	.759
ด้านราคา	.357	.970	.335
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.279	.745	.458
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.510	-2.618	.010*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.084	-.301	.764
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.052	-.244	.807
ด้านข้อมูล	4.639	4.924	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.471	9.799	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 47.1 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในตรัง

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	3.794	7.926	.000*
ด้านพื้นที่	1.334	2.903	.006
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.341	-.984	.331
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.244	.774	.444
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.835	-1.615	.115
ด้านบุคลากร	.043	.097	.923
ด้านราคา	-.042	-.106	.916
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.141	-.282	.779
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.037	-.073	.942
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.520	1.082	.286
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.160	.299	.767
ด้านข้อมูล	.180	.475	.637
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.617	8.165	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 61.7 โดยด้านพื้นที่ เป็นด้านเดียวที่สำคัญและส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.6 พื้นที่ 5 (เขาใหญ่ : นครราชสีมา นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี)

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 5

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.300	14.362	.000*
ด้านพื้นที่	.179	2.731	.007*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.290	5.276	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.079	-1.075	.283
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.045	-.504	.615
ด้านบุคลากร	.064	.789	.431
ด้านราคา	-.301	-3.386	.001*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.004	.060	.952
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.154	-2.068	.039*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.572	7.483	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.273	4.022	.000*
ด้านข้อมูล	.134	2.123	.034
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.514	37.223	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 51.4 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 5

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.431	16.717	.000*
ด้านพื้นที่	.050	.371	.711
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.133	1.419	.158
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.301	4.156	.000*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.158	1.579	.116
ด้านบุคลากร	.222	2.803	.006*
ด้านราคา	-.230	-2.140	.034*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.122	1.076	.283
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.031	-.259	.796
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.271	2.278	.024*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.515	-4.367	.000*
ด้านข้อมูล	.219	3.335	.001*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.456	16.134	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 45.6 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- นครราชสีมา

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในนครราชสีมา

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	12.012	6.428	.000*
ด้านพื้นที่	-.552	-1.419	.159
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.222	.616	.540
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.012	-.028	.978
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.325	-.730	.467
ด้านบุคลากร	.290	1.091	.278
ด้านราคา	.230	.672	.503
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.250	-.595	.553
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.761	-1.899	.061
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.773	-1.773	.080
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.778	4.167	.000*
ด้านข้อมูล	.519	4.393	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.327	5.378	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 32.7 โดยด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในนครราชสีมา

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	8.574	10.007	.000*
ด้านพื้นที่	-.131	-.383	.704
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	-.293	-.728	.471
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.188	.577	.567
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.104	-.406	.687
ด้านบุคลากร	.302	1.189	.242
ด้านราคา	.116	.321	.750
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.082	-.277	.783
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.056	.213	.833
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.185	-.542	.591
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.220	-.808	.424
ด้านข้อมูล	.419	2.602	.018*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.283	2.759	0.010

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 28.3 โดยด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- สระบุรี

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในสระบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.332	11.309	.000*
ด้านพื้นที่	.199	2.137	.035
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.298	3.640	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.103	-.640	.524
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.162	-.976	.332
ด้านบุคลากร	.108	.728	.469
ด้านราคา	.009	.082	.935
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.068	.694	.489
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.002	-.016	.987
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.618	3.877	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.096	.730	.467
ด้านข้อมูล	-.298	-2.203	.030*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.734	25.853	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 73.4 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในสระบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.497	8.828	.000*
ด้านพื้นที่	-.008	-.032	.974
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.135	.842	.405
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.304	2.571	.014*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.609	3.517	.001*
ด้านบุคลากร	-.178	-.828	.413
ด้านราคา	.147	.558	.580
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.067	-.274	.786
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.249	-1.025	.312
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.197	.596	.555
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.046	-.147	.884
ด้านข้อมูล	-.119	-.668	.508
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.639	8.869	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 63.9 โดยด้านชุมชนท้องถิ่น และด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- นครนายก

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในนครนายก

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.009	11.283	.000*
ด้านพื้นที่	-.312	-2.748	.007*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.542	8.395	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.128	1.856	.067
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.217	2.420	.018*
ด้านบุคลากร	-.242	-2.143	.035
ด้านราคา	-.138	-1.020	.311
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.245	2.857	.005*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.316	-3.047	.003*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.337	4.670	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.286	3.494	.001*
ด้านข้อมูล	-.153	-1.647	.103
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.836	47.015	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 83.6 ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในนครนายก

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.671	4.915	.000*
ด้านพื้นที่	.105	.329	.744
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.427	2.230	.032*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.128	.657	.515
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.029	.089	.930
ด้านบุคลากร	-.456	-1.745	.089
ด้านราคา	.037	.188	.852
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.047	.193	.848
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.342	1.334	.190
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.564	-1.908	.064
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.146	.402	.690
ด้านข้อมูล	.454	2.461	.019*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.634	8.716	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 63.4 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย

- **ปราจีนบุรี**

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในปราจีนบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.300	9.709	.000*
ด้านพื้นที่	.230	2.891	.005*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.300	3.632	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.143	1.542	.127
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.122	-1.028	.307
ด้านบุคลากร	.285	3.089	.003*
ด้านราคา	.014	.092	.927
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.425	-2.845	.006*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.360	3.216	.002*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.352	3.197	.002*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.013	-.129	.898
ด้านข้อมูล	-.136	-1.396	.166
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.782	32.989	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 78.2 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในปราจีนบุรี

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.467	11.313	.000*
ด้านพื้นที่	-.118	-.527	.601
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.067	.662	.512
ด้านชุมชนท้องถิ่น	.222	1.974	.056
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.079	-.373	.711
ด้านบุคลากร	.439	2.832	.007*
ด้านราคา	-.259	-2.085	.044*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.425	3.115	.003*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.198	-1.237	.224
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.466	3.354	.002*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	-.169	-1.169	.250
ด้านข้อมูล	-.068	-.765	.449
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.842	24.725	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 84.2 โดยด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.4.7 พื้นที่ 6 (เลย หนองคาย)

ตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติพื้นที่ 6

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.343	12.637	.000*
ด้านพื้นที่	-.241	-1.936	.054
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.453	9.491	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.260	-2.510	.013*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.204	2.919	.004*
ด้านบุคลากร	-.167	-1.393	.165
ด้านราคา	.024	.318	.751
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.080	1.014	.312
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.208	3.707	.000*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.417	5.531	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.154	2.059	.041*
ด้านข้อมูล	-.171	-1.971	.050
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.802	74.377	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 80.2 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน และด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยพื้นที่ 6

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.760	5.460	.000*
ด้านพื้นที่	.474	4.399	.000*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.299	3.013	.003*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.112	-1.208	.230
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.183	-1.296	.198
ด้านบุคลากร	.375	3.369	.001*
ด้านราคา	-.357	-2.714	.008*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.236	2.210	.030*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.046	-.392	.696
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.114	-1.166	.247
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.371	4.424	.000*
ด้านข้อมูล	.392	4.389	.000*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.864	58.177	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อถึงร้อยละ 86.4 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- เลย

ตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในเลย

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.544	7.925	.000*
ด้านพื้นที่	-.090	-.472	.638
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.407	5.645	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.337	-2.100	.039*
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.115	1.198	.234
ด้านบุคลากร	.150	.764	.447
ด้านราคา	-.272	-1.643	.104
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.002	.020	.984
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.203	2.025	.046*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.472	4.459	.000*
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.186	1.535	.128
ด้านข้อมูล	-.106	-.782	.436
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.796	31.167	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 79.6 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ และด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในเลย

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.768	2.427	.020*
ด้านพื้นที่	.212	.728	.471
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.321	1.528	.135
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.177	-.876	.387
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.245	-.920	.363
ด้านบุคลากร	.553	2.325	.026*
ด้านราคา	-.176	-.796	.431
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.095	.335	.740
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.178	.709	.483
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.272	-1.304	.200
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.281	2.185	.035*
ด้านข้อมูล	.535	2.674	.011*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.817	20.920	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 81.7 โดยด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- **หนองคาย**

ตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวต่างชาติในหนองคาย

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	5.931	10.649	.000*
ด้านพื้นที่	-.284	-1.707	.091
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.516	8.074	.000*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.204	-1.482	.142
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	.257	2.206	.030*
ด้านบุคลากร	-.424	-2.717	.008*
ด้านราคา	-.012	-.109	.913
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.196	1.450	.150
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	.243	3.422	.001*
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	.206	1.434	.155
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.241	1.934	.056
ด้านข้อมูล	-.202	-1.772	.080
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.843	49.390	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 84.3 โดยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อของชาวไทยในหนองคาย

	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	t	Sig.
ค่าคงที่	2.619	4.231	.000*
ด้านพื้นที่	.444	3.794	.001*
ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	.298	2.671	.011*
ด้านชุมชนท้องถิ่น	-.027	-.239	.812
ด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	-.081	-.482	.633
ด้านบุคลากร	.314	2.454	.019*
ด้านราคา	-.440	-2.421	.020*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.272	2.442	.019*
ด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ	-.073	-.507	.615
ด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน	-.084	-.616	.542
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ	.461	3.638	.001*
ด้านข้อมูล	.328	3.025	.004*
	Adjusted R ²	F	Sig
	0.902	41.917	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมพันธภาพของความพึงพอใจต่อการแนะนำต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis พบว่า ความพึงพอใจรวมทั้ง 11 ด้าน มีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อร้อยละ 90.2 โดยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ และด้านข้อมูล เป็นด้านสำคัญที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5. ข้อเสนอแนะแนวทางการตลาด

5.1 PEST Analysis

การวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis เป็นเครื่องมือสำคัญและใช้สำหรับการวิเคราะห์ในภาพรวมอย่างกว้างขวางจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางนี้

ตารางที่ 5.1 ปัจจัยทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

Political (การเมือง)	Economic (เศรษฐกิจ)
<ul style="list-style-type: none"> • สถานะความมั่นคงของรัฐบาลและรูปแบบของรัฐบาลที่กระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เช่น การประท้วง หรือปิดสนามบิน เป็นต้น • เสรีภาพของการสื่อสารตามหลักนิติธรรม และระบบการดำเนินการของราชการในแต่ละท้องถิ่น ยังคงมีปัญหาการเมืองท้องถิ่น • แนวโน้มของกฎระเบียบข้อบังคับที่จะออกมาใหม่ และกฎระเบียบข้อบังคับที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น การบุกรุกพื้นที่อุทยาน • ลักษณะของสังคมและกฎหมายการจ้างงานของท้องถิ่น รวมถึงนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ • การออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม • การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> • เศรษฐกิจในประเทศไม่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวในประเทศลดลง • สถานการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์การขยายตัวของเศรษฐกิจของอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ย • เศรษฐกิจของยุโรปที่ย่ำแย่ กระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง • การฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ส่งผลต่อการส่งออกหลายประเทศในเอเชีย • การว่างงานและอุปทานของแรงงาน • ปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดจากน้ำท่วม • ต้นทุนค่าแรงงาน (ทั้งแรงงานขั้นต่ำและค่าแรงพนักงานระดับฝีมือแรงงาน) • ระดับรายได้และการกระจายระดับชั้นของรายได้ของคนทำงาน • ผลกระทบของการค้าแบบโลกาภิวัตน์ โดยเฉพาะ AEC • แนวโน้มผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหรืออื่นๆ ที่มีผลต่อเศรษฐกิจ
สังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural)	เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม (Technological)
<ul style="list-style-type: none"> • วัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไป เนื่องจากการรับวัฒนธรรมต่างประเทศ • ขาดการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม รวมถึงวิถีชาวบ้านอย่างเป็นระบบ • มีการย้ายถิ่นฐานมาทำงานในเมืองมากขึ้น • อัตราการเติบโตของจำนวนประชากรและอายุเฉลี่ย 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ ในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น online marketing ซึ่งผู้ประกอบการปรับตัวไม่ทัน • การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับอุปกรณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย • ผลกระทบของระบบอินเทอร์เน็ต และ

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• สุขภาพของประชากร และการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของประชากร สังคมวิถีชีวิตของสังคมเมือง และสังคมชนบท ระดับการศึกษาเฉลี่ย และทัศนคติต่อการติดต่อการค้ากับประเทศต่างๆ• ประชากรที่ใช้แรงงานในตลาดแรงงาน ทัศนคติในการทำงาน การรักความอิสระ• ทัศนคติต่อการทำงานกับบริษัทต่างชาติ ความคิดเห็นหรือทัศนคติของประชาชนทางสังคม และข้อห้ามทางสังคมต่างๆ• รูปแบบของประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น• การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่กำลังเกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้นๆ | <p>ระบบการติดต่อสื่อสารแบบมีสายและแบบไร้สาย และระยะทางที่ไกลจากสำนักงานใหญ่</p> <ul style="list-style-type: none">• กิจกรรมการวิจัยและพัฒนา• ผลกระทบของการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยี |
|--|---|

5.2 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย เพื่อประเมินความพร้อมในการวางกลยุทธ์การแข่งขันจะพบว่า ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบ และเสียเปรียบ ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจความมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะด้านนิเวศวิทยา และลักษณะเด่นแปลกตาด้านกายภาพ โดยเฉพาะภูเขาและทะเลที่มีความสวยงาม
2. ในหลายพื้นที่ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของชีวภาพ และพันธุ์พืชอยู่มาก ถึงแม้ว่าบางพื้นที่จะเสื่อมโทรมไปมากก็ตาม
3. สภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ซึ่งหลายพื้นที่ของไทย สามารถจัดกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยได้หลายหลาย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมแบบ Soft Adventure เช่น การชมธรรมชาติและ Hard Adventure เช่น การปีนผา ล่องแพ หรือดำน้ำ เป็นต้น

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

1. ต้นทุนด้านแรงงานของประเทศไทยยังไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับประเทศอื่น โดยเฉพาะแรงงานที่เป็นชุมชนท้องถิ่น
2. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีการรวมตัวกัน เพื่อช่วยเหลือกัน ทั้งในด้านนโยบายและด้านการตลาด ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม

3. การจัดรูปแบบกิจกรรมในบางพื้นที่ที่มีความโดดเด่น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี เพราะมีความท้าทาย และมีมาตรฐานเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยด้านการตลาด

1. ราคาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวสูง (Value to money) ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยด้านนโยบาย

2. ระดับสูงของประเทศ มีความรู้และความเข้าใจ โดยมีการกำหนดนโยบายในระดับประเทศที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างชัดเจน และหน่วยงานราชการในหลายจังหวัด ได้กำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ

จุดอ่อน

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ขาดการปรับปรุง ดูแล รักษา อย่างเป็นทางการ ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม
2. การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย ยังมีความยาก สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งในด้านการมีป้ายบอกทาง และการคมนาคมสาธารณะ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติยังมีความยาก
3. ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว บางพื้นที่ยังไม่มีการบินอย่างจริงจังในด้านมาตรการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (Carrying Capacity)

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการน้อยรายที่ประกอบกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยโดยตรง ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism)
2. ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทำให้ขาดการสร้างความคุ้มค่าจากการเรียนรู้ การพัฒนาเนื้อหา และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของกิจกรรมมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้อุปกรณ์ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่มั่นใจกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเสียว
4. มัคคุเทศก์และผู้มีหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีจำนวนไม่เพียงพอ และขาดการวางระบบการศึกษา เพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ให้เพียงพอต่อความต้องการ
5. ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ยังขาดความรู้ด้านการทำการตลาด ทำให้ขาดอำนาจในการต่อรอง และไม่สามารถอยู่รอดได้ โดยเฉพาะนอกฤดูกาลท่องเที่ยว จนต้องปิดตัวลงจำนวนมาก
6. ขาดการสำรวจความพึงพอใจ และขาดการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบของกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านการตลาด

1. ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังไม่ชัดเจน

2. ขาดการสร้างจุดขาย และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวในการมายังพื้นที่ รวมถึงความเชื่อมโยงและต่อเนื่องของกิจกรรมยังมีน้อย

3. การกำหนดราคายังไม่เหมาะสม ผู้ประกอบการบางรายกำหนดราคาค่อนข้างต่ำ มุ่งเน้นจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากขาดความสามารถในการทำการตลาด ทำให้ได้นักท่องเที่ยวไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และรายได้ไม่เพียงพอต่อการนำมาพัฒนา รูปแบบกิจกรรม รวมถึงการลดต้นทุนทำให้ขาดมาตรฐาน

4. ขาดการทำการตลาดด้านออนไลน์ หรือเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ทราบว่าประเทศไทยมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่น่าสนใจ และมีมาตรฐาน

ปัจจัยด้านนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ ยังไม่สามารถนำแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมาปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ความเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยวยังไม่ราบรื่นตลอดกระบวนการ ทำให้ขั้นตอนยังมีความซับซ้อน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกรมการท่องเที่ยว

โอกาส

1. กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือก โดยเฉพาะท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีแนวโน้มการเติบโตทั่วโลกสูงขึ้นอย่างมาก

2. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มากขึ้น เนื่องจากภัยพิบัติที่เกิดขึ้นทั่วโลก ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

3. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถเดินทางในช่วงวันหยุดระยะสั้นได้มากขึ้น และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในภูมิภาคมีแนวโน้มสูงขึ้น

4. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้นในต้นทุนที่ต่ำลง นอกจากนี้ ยังสามารถหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และความรู้ด้านการจัดการกิจกรรมผจญภัยได้ง่ายขึ้น

5. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธกรณีต่างๆ ที่ประเทศไทยได้จัดทำขึ้นกับประเทศต่างๆ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า และบริการ รวมทั้งคนมีความคล่องตัวมากขึ้น

6. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค การแก้ไขปัญหาสถานะโลกร้อน การรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ เป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งที่จะใช้ประโยชน์จากวิกฤตดังกล่าวในการสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว

อุปสรรค

1. แรงงานด้านการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น ยังต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ

2. ตัวกลางทางการตลาดรูปแบบใหม่ ทำให้อำนาจในการต่อรองของผู้ประกอบการลดลง และขีดการแข่งขันมากขึ้น มีการเปรียบเทียบราคาได้ชัดเจน เช่น Agoda.com, asiarooms.com, sawasdee.com, zuji.com, expedia.com

3. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนไม่แน่นอน โดยเฉพาะเศรษฐกิจยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังไม่ฟื้นตัว เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง

4. ปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เชื่อมั่น แต่เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

5. ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รวมถึงภัยจากโรครณะบาด ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

6. ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยลดลง เนื่องจากการแข่งขัน เพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ มีการแข่งขันกันสูงในการเป็นศูนย์กลางการบินในเครือข่ายระหว่างยุโรป และเอเชียแปซิฟิก และความพร้อมของท่าอากาศยานและเส้นทางบินที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองหลัก และเมืองรอง

7. การแข่งขันระหว่างบุคลากรในอาเซียน การรับรองมาตรฐานอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยวในกรอบความร่วมมือของอาเซียน การเปิดเสรีตลาดแรงงาน อาจจะมีการแข่งขันใหม่ในระดับบุคลากร ซึ่งไทยอาจไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุด เนื่องมาจากทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรไทยค่อนข้างต่ำ แม้เมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียน

5.3 การกำหนดเป้าหมายในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Goal Setting)

ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การวางเป้าหมายในการเป็นทางเลือกอันดับหนึ่งในการท่องเที่ยวด้านนิเวศและผจญภัยถือว่ามีผลสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ มีความต้องการสูง และมีกำลังซื้อสูงเช่นเดียวกัน การจะมุ่งสู่การเป็นทางเลือกอันดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวได้นั้น จึงมีค่าใช้จ่ายทรัพยากรพื้นฐานที่มีอยู่เท่านั้น แต่ต้องมีการบริหารจัดการที่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร และด้านการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ จากแผนภาพ เมื่อต้องมีการรักษาสมดุล และควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ไม่สามารถเลือกกลุ่มลูกค้าที่เป็นตลาดมวลชน (Mass Market) ได้ จึงมีความจำเป็นในการศึกษาส่วนแบ่งตลาด และกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Market) ที่มีกำลังซื้อสูง และมีการกระตุ้นกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5.1 แผนภาพสมดุลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

การวางกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวและผจญภัย เพื่อให้ตอบสนองเป้าหมายได้อย่างชัดเจน จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพ และมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งหากมีความร่วมมือ และการบริหารจัดการที่ดี สามารถกำหนดเป้าหมายกำหนดให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555-2559

"ประเทศไทยเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน"

โดยเป้าหมายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านการตลาดของการท่องเที่ยว คือ รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ดังนั้น การตั้งเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ควรกำหนดให้มีสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 เช่นเดียวกัน

5.4 การเลือกตลาดเป้าหมายตามนักท่องเที่ยวแบ่งกลุ่มโดยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

5.4.1 การเลือกตลาดเป้าหมายตามนักท่องเที่ยวแบ่งกลุ่มโดยพฤติกรรมการใช้จ่าย

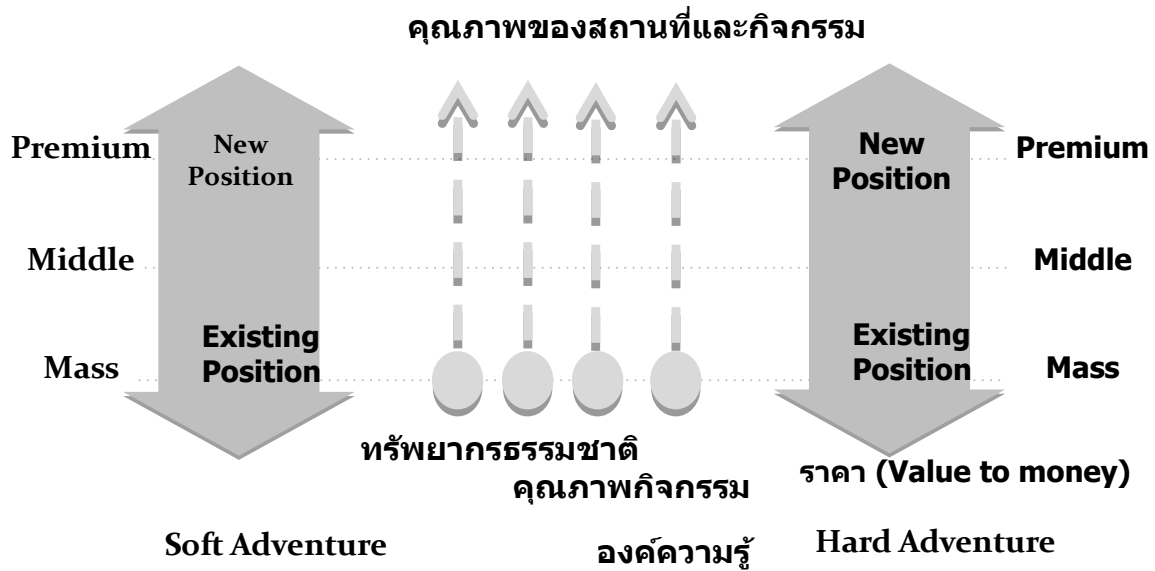
เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูง (Premium Customer) มีความต้องการสูงในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่า ปัจจุบัน การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังไม่ชัดเจน และความพร้อมของผู้ประกอบการอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ ตลาดเป้าหมายของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ยังเป็น Mass Market ทำให้มีการตัดราคากันในหลายพื้นที่ ดังนั้น หากผู้ประกอบการต้องการปรับจากการเป็น Mass Market ที่มีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำมาเป็นลูกค้ากลุ่มกลาง หรือกลุ่มค่าใช้จ่ายสูงนั้น ต้องมีการปรับด้านคุณภาพของสถานที่และกิจกรรม ซึ่งรวมถึงบุคลากรที่ให้บริการอีกด้วย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูง พบว่า ความคาดหวังหลักที่ผู้ประกอบการต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ

1. การรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรป มีความคุ้นเคยกับการเก็บค่าบริการเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการในการนำเงินบางส่วนกลับไปพัฒนาสภาพแวดล้อม

2. การพัฒนาคุณภาพของกิจกรรมซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติ มองว่าคุณภาพของกิจกรรมยังไม่อยู่ในระดับสากล ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับนักท่องเที่ยว ควรมีการควบคุมมาตรฐาน และมีการรับรองจากหน่วยงานกลาง

3. การจัดการองค์ความรู้ นักท่องเที่ยวคาดหวังองค์ความรู้ที่ได้ ซึ่งในปัจจุบันมีแค่ผู้ที่มีความรู้เฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังมีจำนวนไม่เพียงพอ ควรมีการฝึกอบรม และการพัฒนาองค์ความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากนี้ ในพื้นที่ท่องเที่ยวควรมีการให้ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติ สัตว์ป่า และข้อมูลเชิงนิเวศอย่างเพียงพอ

4. ความคุ้มค่าของเงินซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายเงินมากขึ้น แต่รูปแบบกิจกรรมและสิ่งทีนักท่องเที่ยวได้รับต้องมีความคุ้มค่า ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่มากมัก และมักทราบสถานที่ท่องเที่ยวแบบปากต่อปาก ดังนั้น หากบริการไม่ดี จะทำให้นักท่องเที่ยวบอกต่อ และส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความคาดหวังหลัก ทั้ง 4 ด้านพบว่า ต้องมีความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย มิใช่เพียงผู้ประกอบการในการพัฒนาคุณภาพของบริการให้เทียบเท่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้



ภาพที่ 5.2 ความคาดหวังตามพฤติกรรมค่าใช้จ่าย

5.4.2 การเลือกตลาดเป้าหมายตามระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยว

การจัดรูปแบบกิจกรรม ควรมีการคำนึงถึงระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว หากแบ่งตามระยะเวลาการพำนักสามารถแบ่งออกได้เป็น การพำนักระยะสั้น โดยมีการพำนัก ตั้งแต่ 1-5 วัน การพำนักระยะกลาง ตั้งแต่ 5 วันจนถึง 2 สัปดาห์ ตั้งแต่การพำนักระยะยาวที่มีระยะเวลา ตั้งแต่ 2 สัปดาห์ ทั้งนี้ เมื่อนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักที่ต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน เช่นเดียวกัน

5.4.2.1 การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะสั้น

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะสั้น โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมักเลือกนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระยะเวลาในการพำนักยาวกว่า เพื่อความสะดวกในการจัดหาที่พัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่พำนักระยะสั้น มีข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางโดยเฉพาะในบางจังหวัด เช่น จังหวัดน่าน มีระยะทางระหว่างเส้นทางค่อนข้างไกล ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสั้นๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรมีการสำรวจเส้นทาง เพื่อให้ครอบคลุมกิจกรรมที่ครบถ้วน และหลากหลายเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีเส้นทาง และประเภทกิจกรรมที่เหมาะสมและหลากหลาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีข้อจำกัดในการเลือกกิจกรรม ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความหลากหลายของกิจกรรมเพียงพอ และต้องมีความสามารถในการจัดการผสมผสานกิจกรรมได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการบริหารจัดการต้องมีความกระชับและรวดเร็ว ในการเตรียมการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวต้องการให้จัดกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ เพื่อร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย หากผู้ประกอบการไม่มีความพร้อมจะไม่สามารถให้บริการได้ทัน นอกจากนี้ การสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประกอบการจะทำให้สามารถชดเชย และลดภาระที่ต้องส่งมอบให้กับลูกค้า รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้าได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากับทัวร์ซึ่งกำหนดระยะเวลาค่อนข้างสั้น เนื่องจากต้องเดินทางไปหลายที่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องประสานงานกับบริษัททัวร์ และมีการทำความเข้าใจล่วงหน้า ซึ่งหากผู้ประกอบการใดมีศักยภาพในการทำตลาดไปยังบริษัททัวร์ โดยเฉพาะทัวร์ต่างประเทศ จะมีความได้เปรียบเป็นอย่างมาก

5.4.2.2 การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะกลาง

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะเวลา 5 วัน ถึง 2 สัปดาห์ ซึ่งมีเวลาในการเตรียมตัวในการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก เพื่อพิจารณาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จะพบว่า มีกิจกรรมที่ต้องมีศักยภาพทางด้านร่างกายพอสมควร เพราะหากมีระยะเวลาสั้นเกินไป จะทำให้นักท่องเที่ยวค่อนข้างเหนื่อย ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักระยะกลางจึงเป็นกลุ่มหลักที่เหมาะสม ในการสนับสนุนให้เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและต้องการความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมเชิงผจญภัย มักจัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักในระยะกลาง โอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ การส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มักมีการศึกษาข้อมูลมาก่อนที่จะเดินทางมาถึง ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับระยะเวลา และเหมาะกับการพำนักระยะกลาง รวมถึงเส้นทางการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางด้วยตนเอง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีโอกาสในการทดลองกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรูปแบบใหม่ เนื่องจากมีเวลาที่เพียงพอ ผู้ประกอบการควรนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวหรือสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ในโปรแกรมเดิม เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ให้กับบริการอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพราะนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาการพำนักระยะกลางถือเป็นกลุ่มหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

5.4.2.3 การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะยาว

การท่องเที่ยวประเภทนี้ จะมีความหมายโดยนัยว่าเป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้เกษียณอายุ หรือผู้ที่มีฐานะดี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา และภูมิภาคยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแถบเอเชียก็มีเพิ่มขึ้นกว่าเดิม แต่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาคนเดียว ตามด้วยมาอยู่กับกลุ่มเพื่อน และครอบครัวตามลำดับ ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นโอกาส สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น จะเห็นได้ว่า ผู้เกษียณอายุการทำงานแล้วในต่างประเทศ จะมีสวัสดิการหรือเงินบำนาญที่รัฐบาลของตนจ่ายให้เป็นรายเดือน อันเป็นรายได้ที่มั่นคง นอกจากนี้ ยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัวซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูงสามารถเข้ามาพำนักในระยะยาวได้ และมีการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นด้วย หากมีการส่งเสริม (add value) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากขึ้น เช่น การดูนก ชมธรรมชาติ จะทำให้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ

5.4.3 การเลือกตลาดเป้าหมายตามกลุ่มลูกค้าที่แบ่งโดยช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวที่เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ต่างกันทำให้ได้รับบริการที่ต่างกัน ทั้งนี้ รูปแบบของช่องทางจัดจำหน่ายได้พัฒนาไปมาก โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเกิดขึ้นของตัวกลางบริษัทที่ทำหน้าที่ในการทำตลาดออนไลน์ เช่น Agoda, Expedia, sawasdee, Booking.com, LateRooms, HotelClub เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบราคาได้ และผู้ประกอบการมีการลดราคา เพื่อจัดทำเป็น PROMOTION และลดอำนาจการต่อรองของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การจัดทำระบบให้คะแนนความพึงพอใจออนไลน์ ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เป็นเกณฑ์ที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. การขายตรง เป็นระบบที่ผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ขายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้แก่นักท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านตัวกลางเลย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่นิยมซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวตรงไปยังผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยมักเดินทางมาจังหวัดนั้นๆ แล้ว และจองกิจกรรมเมื่อเดินทางไปยังสถานที่ ซึ่งส่วนมากได้รับข้อมูลจากทางเว็บไซต์และบ่อยครั้งที่มีการจองผ่านทางเว็บไซต์โดยนักท่องเที่ยว

2. การขายผ่านการขายปลีก เป็นระบบการจัดจำหน่าย 2 ขั้นตอน จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มักฝากข้อมูลไปยังตัวแทนจำหน่าย หรือฝากข้อมูลไว้กับโรงแรม สถานที่พัก เพื่อช่วยในการจองกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ซึ่งช่องทางนี้เป็นช่องทางหลักของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ซึ่งเมื่อเกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไม่มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการ ตัวแทนจำหน่ายมักนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทำให้มีปัญหาค่าการตัดราคาเกิดขึ้นในหลายพื้นที่

3. การขายผ่านตัวกลาง 2 ขั้นตอนก่อนถึงผู้ซื้อ เป็นระบบจัดจำหน่าย 3 ขั้นตอน เกิดขึ้นเมื่อผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่มีศักยภาพในการทำตลาด จึงต้องนำรายการท่องเที่ยวไปฝากไว้กับตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น (Travel Agent) ซึ่งตัวแทนในท้องถิ่น จะนำไปขายกับผู้ประกอบการธุรกิจการจัดนำเที่ยว (Tour Operator) อีกต่อหนึ่ง

4. การขายผ่านตัวกลางในต่างประเทศซึ่งผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังไม่มีความเชี่ยวชาญเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงต้องอาศัยการขายผ่านตัวกลางในต่างประเทศ ทั้งนี้ ในปัจจุบันความร่วมมือกับตัวกลางในต่างประเทศยังมีไม่มากเพียงพอ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เป็นกลุ่มยุโรป และกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก

5.4.4 การเลือกตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาจากที่พัก

นักท่องเที่ยวที่เลือกที่พักต่างกัน ย่อมมีความคาดหวังที่ต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่พักแรมกางเต็นท์ก็ได้คาดหวังความสะดวกสบาย แต่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ส่วนนักท่องเที่ยว กลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง ก็มักเลือกเรือนพักต่างอากาศ ซึ่งต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ก็ต้องการความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมด้วย ดังนั้น กลุ่มที่พักที่ถือว่าเป็นตลาดเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย สามารถจัดกลุ่มเป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. **บังกะโล กระโจม (Bungalow, Cottage)** ที่พักแรมเป็นหลักๆ สร้างในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ตามพื้นที่ป่าเขา แหล่งน้ำ หรือชายทะเล ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เลือกที่พักประเภทนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ และเพื่อให้ไม่รบกวนกับสภาพแวดล้อมมากนัก สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ พบเห็นได้มากในแถบริมทะเล รวมถึงชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากที่ประกอบกิจการที่พักประเภทนี้ ดังนั้น ควรมีการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการขยะ และความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มักเป็นนักท่องเที่ยววัยรุ่น และวัยกลางคน ที่พักประเภทนี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

2. **เรือนพักตากอากาศ (Resort)** เป็นเรือนพักหรืออาคารที่มีห้องพักหลายห้อง สร้างเรียงรายในสภาพแวดล้อมธรรมชาติใกล้แหล่งท่องเที่ยว ภายในบริเวณจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้มาพักใช้บริการร่วมกัน เช่น ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ สนามกีฬา เป็นต้น ซึ่งเป็นที่นิยมอีกกลุ่มหนึ่ง และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่รอบอุทยานแห่งชาติ จึงควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในที่พักเหล่านี้ ควรมีการกำหนดรูปแบบอาคารให้มีความเหมาะสม และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม รวมถึงมีการให้ความรู้ด้านการบริหารผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อม

3. พื้นที่ตั้งแคมป์กางเต็นท์ (Camping Ground) เป็นบริเวณพื้นที่ที่จัดไว้สำหรับตั้งแคมป์พักผ่อน ทั้งนี้ ที่พักกลุ่มนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มักให้ความสำคัญกับธรรมชาติอย่างแท้จริง และเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และมักเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแหล่งต่างๆ

4. โฮมสเตย์ ที่พักแรมในหมู่บ้าน เป็นที่พักแรมที่เจ้าของบ้านจัดเตรียมหรือดัดแปลงสำหรับเป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่กิจกรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้าน มีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ที่พักแรมประเภทนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และยังเป็นการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย ความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ นอกจากกิจกรรมเชิงนิเวศแล้ว ยังต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตที่กลมกลืนไปกับธรรมชาติ

5.4.5 การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งตลาดโดยพิจารณาจากรูปแบบของกิจกรรม

เป็นการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งที่กำหนดต้องแสดงถึงความแตกต่างในจิตใจของลูกค้า การกำหนดตำแหน่งที่ดีจะต้องใช้ลักษณะเด่น และลักษณะที่เหนือคู่แข่ง ที่สำคัญการกำหนดตำแหน่งจะต้องสามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ จะเกี่ยวข้องกับ Promotion โดยเฉพาะทางการโฆษณา โดยการกำหนด Positioning และต้องอาศัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในการกำหนดสินค้าจาก (ภาพลักษณ์, การบริการ, บุคลากร)

- **การเดินป่า สำนวธรรมชาติ สองสัตว์**

การเดินป่าสำนวนธรรมชาติ สองสัตว์ ถือเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีศักยภาพมากของประเทศไทย เนื่องจากความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ขาดเพียงการเพิ่มเติมด้านความรู้ หรือสอดแทรกเนื้อหาความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มามีเดินป่า สองสัตว์ถือว่ามีจำนวนมากและได้รับความนิยม หากแต่ต้องพัฒนาในด้านการบริหารจัดการ และด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสัตว์ป่า ทั้งนี้เพราะการเดินป่า สำนวธรรมชาติ ควรจะมีเจ้าหน้าที่อุทยานนำทาง และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว จะได้เรียนรู้ว่าทุกช่วงเวลาในรอบปี ธรรมชาติมีการปรับเปลี่ยนทั้งพืชและสัตว์ มีการปรับตัวตามอุณหภูมิความชื้น ปริมาณน้ำฝนซึ่งมีผลต่อห่วงโซ่อาหารในการดำรงชีวิต สำหรับผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ควรมีการบริหารจัดการองค์ความรู้ในพื้นที่ต่างๆ อย่างลึกซึ้ง ทั้งพันธุ์พืช สิ่งมีชีวิต และความสัมพันธ์ในระบบนิเวศ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคาดหวังสูงจากผู้นำเที่ยว

2. มัคคุเทศก์ต้องมีความรู้เฉพาะทาง และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

3. ควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น การแต่งกายควรรัดกุม เช่น ใส่รองเท้าหุ้มข้อป้องกันทากเกาะบริเวณเท้าได้หรือใส่ถุงกันทาก จะมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น รวมถึงการทำความเข้าใจกรุณาเกิดอุบัติเหตุขึ้น

4. ควรมีการบริหารจัดการความเสี่ยง เช่น อุปกรณ์ปฐมพยาบาล และการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

• **ล่องแก่ง**

กิจกรรมการล่องแก่ง ได้รับความนิยมมากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ กิจกรรมล่องแก่ง ถือเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพสูงสำหรับประเทศไทย เนื่องจากมีหลายพื้นที่เป็นภูเขา และมีสายน้ำที่สำคัญ นอกจากนี้ ระดับความแรงของน้ำยังมีความหลากหลาย ตั้งแต่ระดับง่ายไปจนถึงระดับยาก ผู้ประกอบการหลายรายยังขาดความเข้าใจ ดังนั้น หากมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ มีการกำหนดมาตรฐาน และทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการ เพื่อสื่อสารให้ตรงกันกับนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความปลอดภัย และนำเสนอบริการได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ระดับความยากของการล่องแก่ง สามารถแบ่งตามมาตรฐานได้ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่

ระดับ 1: ระดับง่ายมาก ซึ่งมีความเร็ว น้อย แต่สามารถพาให้พลอยไปได้ เหมาะกับผู้เริ่มหัดล่องแก่ง

ระดับ 2: ธรรมดา ซึ่งกระแสน้ำแรงขึ้น เริ่มมีคลื่นแต่ขนาดเล็ก เริ่มต้องใช้ความชำนาญ

ระดับ 3: ปานกลาง เริ่มมีคลื่นใหญ่ และโขดหิน ทำให้กระแสน้ำแรงขึ้น และอาจมีน้ำวน จึงต้องมีประสบการณ์และต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด

ระดับ 4: ระดับยาก มีประมาณน้ำมาก กระแสน้ำรุนแรง มีอันตราย และมีน้ำวน

ระดับยาก ที่ต้องเป็นมืออาชีพ และประสบการณ์สูง โดยมีระดับความต่างของความสูง 1-2 เมตร ทำให้เกิดคลื่นใหญ่

ทั้งนี้ การพัฒนาคุณภาพของกิจกรรมผู้ประกอบการต้องพิจารณาปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. มีการควบคุมด้านความปลอดภัย เช่น การมีแผนการป้องกันความเสี่ยง แผนการจัดการอุบัติเหตุ มีเจ้าหน้าที่ประจำที่ดูแลเรื่องการปฐมพยาบาล และมีหลักประกันภัย รวมถึงประกันชีวิต เป็นต้น

2. มีการกำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และต้องนำไปปฏิบัติอย่างเข้มงวด เช่น การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อขนาดของเรือ การกำหนดระดับความเชี่ยวชาญต่อระดับความแรง การทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยในระดับสากล

3. การเตรียมความพร้อมในด้านอุปกรณ์และบุคลากร ผู้ประกอบการต้องตรวจสอบอุปกรณ์สม่ำเสมอ เช่น เรือยางต้องไม่มีรอยรั่ว ต้องมีเสื้อชูชีพเท่าจำนวนคน หมวกป้องกันกระแทก และชุดปฐมพยาบาล สำหรับในส่วนของบุคลากร ควรมีการฝึกอบรม และการสะสมประสบการณ์ที่ต้องมีการบันทึก และตรวจสอบอย่างเป็นระบบ

4. การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยจัดทำมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น การมีใบรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวล่องแก่งจากสมาคมล่องแก่งหรือหน่วยงานในระดับนานาชาติ ทั้งนี้ พื้นที่ศักยภาพสำหรับกิจกรรมล่องแก่ง แสดงได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 พื้นที่ศักยภาพสำหรับกิจกรรมล่องแก่ง

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ระดับความแรง	เวลาที่ใช้
แม่น้ำปาย	แม่ฮ่องสอน	ตลอดปี	3-4	6 ชั่วโมง
ล่องแพแม่แดง	เชียงใหม่	ตลอดปี	2-5	2.5 ชั่วโมง
ลำน้ำว้า	น่าน	พ.ค. - ต.ค.	3-5	3 ชั่วโมง
ลำน้ำสาน	เลย	มิ.ย. - ต.ค.	1-5	3 ชั่วโมง
ลำน้ำเข็ก	พิษณุโลก	พ.ค. - ต.ค. พ.ย. - ก.พ.	4-5 3-4	2-3 ชั่วโมง
ภูเกาะ	สระบุรี	ต.ค. - ม.ค.	1-3	1.5 ชั่วโมง
แม่น้ำนครนายก	นครนายก	ก.ค. - ต.ค.	2-3	2 ชั่วโมง
แก่งหินเพิง	ปราจีนบุรี	มิ.ย. - ต.ค.	3-5	2 ชั่วโมง

Campaign: จากระดับความแรง 1 ให้ถึง 5

• **ดำน้ำ**

กิจกรรมดำน้ำ ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีศักยภาพสูงมาก เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การดำน้ำสามารถแบ่งได้เป็นการดำน้ำแบบ Scuba เป็นการใช้อุปกรณ์พื้นฐานเพียงหน้ากาก ดินกบ และท่ออากาศ ซึ่งเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการชมความงามของท้องทะเล แหล่งดำน้ำ และกิจกรรมดำน้ำตื้น การดำน้ำชมปะการังเป็นกิจกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทางทะเลให้ความสนใจ สิ่งมีชีวิตในแนวปะการังเป็นอีกโลกหนึ่งซึ่งมีความงดงาม ทั้งจากสีสันและรูปร่างของปะการังที่หลากหลายและฝูงปลาจำนวนมากที่อาศัยและหากินอยู่ในแนวปะการัง สำหรับการดำน้ำลึก จะมีความซับซ้อนในระดับสูงต้องได้รับการเรียนรู้อย่างจริงจัง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยเป็นอย่างมาก นักดำน้ำต้องมีความเข้าใจอุปกรณ์ต่างๆ อย่างลึกซึ้ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่ต้องการประกอบกิจการด้านนี้ ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การเลือกสถานที่ดำน้ำ ต้องอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ทำอันตรายให้กับปะการัง และต้องมีการเน้นย้ำกับนักท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
2. การควบคุมคุณภาพของอุปกรณ์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่ามีความปลอดภัย และมีการจัดทำประกันภัย
3. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ เช่น ใบรับรองมาตรฐานประเภทดำน้ำจากสมาคมท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือองค์กรจากต่างประเทศ เช่น PADI
4. มีการจัดทำหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากร และให้การฝึกอบรมกับนักท่องเที่ยว
5. ฝึกอบรมคนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยเฉพาะการดำน้ำให้มีความรู้ความเข้าใจ และร่วมให้ความปลอดภัย ความช่วยเหลือกับนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ แสดงได้ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ประเภท	ทะเล
หมู่เกาะพีพี	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำตื้น/ลึก	อันดามัน
อ่าวมาหยา	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำตื้น	อันดามัน
Shark Point	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำลึก	อันดามัน
หมู่เกาะลันตา	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำลึก	อันดามัน
เกาะกระดาน	ตรัง	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำตื้น	อันดามัน
กองหินมุสั้ง	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำลึก	อันดามัน
เรือจมคิงครุฑ เซอร์	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำลึก	อันดามัน
เกาะกระดาน	ตรัง	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำตื้น	อันดามัน
อ่าวนาง	กระบี่	พ.ย.- เม.ย.	ดำน้ำตื้น/ลึก	อันดามัน

Campaign: ภาพถ่ายใต้น้ำในแต่ละแหล่งดำน้ำ

• **นั่งช้าง ท่องไพร**

การนั่งช้างเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ถือเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพสูง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวนี้ยังขาดผู้ประกอบการต้องมีการลงทุนสูง และมีความพร้อมในหลายด้าน โดยผู้ประกอบการต้องผ่านมาตรฐานของปางช้าง จากกรมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ การบริหารจัดการ และยังคงผ่านมาตรฐานจากกรมปศุสัตว์ ตามประกาศของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวนี้ยังขาด ท่องไพร ควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. กำหนดกฎระเบียบ และปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เช่น ห้ามแกล้งช้าง ให้อาหารช้าง อาจทำให้ได้รับอันตรายจากช้างได้
2. เมื่อนั่งช้างเข้าป่า ควรใช้วัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ควรนำอาหาร ฤๅพลาสติก ขวดน้ำ เข้าป่า เป็นต้น
3. ควรดูแลรักษาช้างให้เหมาะสม และถูกต้องตามหลักเกณฑ์ เช่น ไม่ใช้งานช้างหนักเกินไป มีการกำหนดชั่วโมงใช้งานอย่างชัดเจน
4. ในช่วง High Season นักท่องเที่ยวจะมาเยี่ยมชมชมปางช้างในแต่ละที่จำนวนมาก ดังนั้น ควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อวัน ตามขีดความสามารถรองรับ เพื่อลดผลกระทบในระยะยาว

ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวนี้ยังขาด ท่องไพรที่มีศักยภาพ ประกอบด้วยตามตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 สถานที่ท่องเที่ยวนี้ยังขาด ท่องไพรที่มีศักยภาพ

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ประเภท
ปางช้างแม่แตง	เชียงใหม่	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร
ศูนย์ฝึกช้างเชียงใหม่	เชียงใหม่	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร
ปางช้างแม่สา	เชียงใหม่	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร/เรียนรู้ ฤๅ
ปางช้างแอลลี	เชียงใหม่	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร
ปางช้างไทรโยค	กาญจนบุรี	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร
ปางช้างแม่น้ำรันตี	กาญจนบุรี	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร/เรียนรู้ ฤๅ
บ้านปางช้าง	น่าน	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร
ปางช้างบ้านห้วยต่อ	แม่ฮ่องสอน	ตลอดปี	นั่งช้างท่องไพร

Campaign: Promote การเรียนเป็นควาญช้าง เพื่อเข้าใจชีวิตสัตว์

• **ปีนผาและ ไรยตัว**

เป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพสูงสำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่นิยมกิจกรรม เช่นนี้เพิ่มมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากการปีนผาต้องมีความรู้เฉพาะทาง และเป็นกิจกรรม Hard Adventure ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย การปีนผามีหลายประเภททำให้ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจ เช่น การปีนผาแบบ Bouldering เป็นการปีนโดยไม่ใช้เชือก และมีความสูงไม่มากนัก ผู้ปีนต้องมีความแข็งแรงมาก การปีนผาแบบ Free Solo เป็นการปีนแบบไม่ใช้เชือก แต่ปีนถึงยอดเขา และไม่มีอุปกรณ์กันตก การปีนแบบ Free Climbing เป็นการปีนที่มีอุปกรณ์ช่วยป้องกันการตกถึงพื้น

Sport Climbing เป็นการปีนผาใช้อุปกรณ์เป็นที่นิยมมากที่สุด เพราะมีความปลอดภัยสูงนอกจากนี้ กิจกรรมที่เป็นที่นิยมมาก และภูมิประเทศของไทยที่มีความเหมาะสม ได้แก่ กิจกรรมโรยตัว Abseiling ที่มีความปลอดภัยค่อนข้างสูง สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการโรยตัว คือ ความไม่ประมาท การโรยตัวจาก ผาก็มีทฤษฎีคล้าย ๆ กับการปีนผาที่เหมือนกัน คือ ในเรื่องความระมัดระวัง ความปลอดภัย ทั้งในเรื่อง อุปกรณ์ที่คล้ายกันแต่ทฤษฎีที่ต่างกัน คือ เป็นการโรยตัวลงจากหน้าผาแทนที่จะใช้แรงแขนยกน้ำหนัก ตัวเองขึ้นไปบนความสูงเป็นการทิ้งน้ำหนักลงบนขาทั้งสอง เพื่อลงสู่พื้นที่ราบเบื้องล่าง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวปีนผาโรยตัว ควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การปีนผาเป็นกิจกรรมประเภท Hard Adventure ดังนั้น ควรแจ้งข้อควรปฏิบัติ และ กำหนดกฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัด รวมถึงปฏิบัติตามอย่างเข้มงวด
2. การท่องเที่ยวประเภทนี้ ต้องเข้าไปในแหล่งทรัพยากรธรรมชาติโดยตรง ดังนั้น ต้องมีการควบคุมการท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงอาหาร ต้องพยายามหลีกเลี่ยง เครื่องใช้ประเภทโฟมขวดน้ำ หรือพลาสติก และควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ
3. การเข้าไปยังพื้นที่ ควรมีบริการรถรับส่งเฉพาะสำหรับผู้ต้องการปีนผาซึ่งนอกจากจะเป็น การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ทำให้เกิดความแออัดในพื้นที่ป่า และยังเป็น การประหยัดพลังงานอีกด้วย
4. ผู้ประกอบการควรมีการบูรณะสถานที่ เพื่อฟื้นฟูสภาพทรัพยากร และสร้างจิตสำนึกให้ นักท่องเที่ยว
5. ตรวจสอบความมั่นใจของอุปกรณ์พื้นฐาน เช่น สายรัดสะโพก (Harness) คาราไบเนอร์ (Carabiner) หรือสแนปลิงก์ (Snap Link) อุปกรณ์ที่ใช้ในการผ่อนเชือก (Descender) ถุงมือและ หมวกกันน็อก

ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวปีนผา โรยตัว ที่มีศักยภาพประกอบด้วยตามตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 สถานที่ท่องเที่ยวปีนผา โรยตัว ที่มีศักยภาพ

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ประเภท	ความสูง
หน้าผาบ้านผางาม	ปราจีนบุรี	มิ.ย.-ก.พ.	Abseiling	60 เมตร
น้ำตกผาม่าน	จ.กาญจนบุรี	มิ.ย.-ก.พ.	Climbing/Abseiling	86 เมตร
โรยตัวน้ำตกผา เขียว	จ.กาญจนบุรี	มิ.ย.-ก.พ.	Climbing/Abseiling	20 เมตร
โรยตัวที่น้ำตกวชิร ธาร	เชียงใหม่	พ.ย.-เม.ย.	Abseiling	50 เมตร
โรยตัวถ้ำมรกต	ตรัง	พ.ย.-เม.ย.	Abseiling	30 เมตร/80 เมตร
ถ้ำน้ำบ่อผี	แม่ฮ่องสอน	พ.ย.-เม.ย.	Abseiling	140 เมตร
หน้าผาม้าพยศ	เชียงใหม่	พ.ย.-เม.ย.	Climbing/Bouldering	15-60 เมตร
น้ำตกวังต๋ม	เพชรบูรณ์	มิ.ย.-ก.พ.	Abseiling	40 เมตร
น้ำตกธารรัตนา	นครนายก	มิ.ย.-ก.พ.	Abseiling	18-70 เมตร
อ่าวไร่เลย์	กระบี่	พ.ย.-เม.ย.	Climbing/Bouldering	10-75 เมตร

(Recommended Campaign: สะสมความสูง เก็บคะแนน)

• **ล่องเรือ พายคายัค**

กิจกรรมล่องเรือ และพายเรือคายัคถือเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพ และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่สำหรับชาวต่างประเทศถือว่าเป็นกิจกรรมที่ควรได้รับการสนับสนุน เพราะนักท่องเที่ยวนิยมล่องเรือ พายเรือคายัคบริเวณชายฝั่งทะเล หมู่เกาะ ป่าชายเลน เขื่อน และอ่างเก็บน้ำ เพราะการพายเรือคายัค ไม่สร้างปัญหาทางมลภาวะ เรือคายัคแบ่งออกเป็น 2 แบบหลัก คือ Sit on top เป็นเรือคายัคที่พายได้ง่าย และ Sit inside เป็นการสอดตัวเข้าไปในเรือ และยังมีเรืออีกประเภทที่ได้รับความนิยม คือ เรือแคนู Canoe ลักษณะด้านบนของเรือเปิดโล่ง โดยประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวประเภทนี้ในระดับโลก ได้แก่ อ่าวท่าเลน จังหวัดกระบี่ ซึ่งได้สัมผัสแนวป่าโกงกางที่สมบูรณ์ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. การได้รับการรับรองจากมาตรฐานในและต่างประเทศ เช่น ใบอนุญาตประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว, ใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานในประเทศและต่างประเทศ
 2. บุคลากรต้องได้รับการฝึกอบรมเฉพาะ ซึ่งทาง ททท. สามารถเป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอบรมบุคลากรเฉพาะทางในการพายเรือแคนู และคายัค
 3. ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์อยู่เสมอ เช่น เสื้อชูชีพรับน้ำหนักได้มากกว่า 80 กิโลกรัม และความสมบูรณ์ของเรือ เป็นต้น
 4. ควรมีระบบป้องกันภัย มีการสื่อสารที่เชื่อถือได้ และมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลที่ครบถ้วน
 5. มีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว
 6. ระวังผลกระทบท่อธรรมชาติ เช่น การพายเรือในแหล่งปะการังน้ำตื้น เป็นต้น
 7. ข้อเสีย คือ การพายเรือกลางวัน อากาศจะร้อนมาก
- ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ตามตารางที่ 5.6 คือ

ตารางที่ 5.6 แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ประเภท
แม่น้ำโขง	เลย	พ.ย.-เม.ย.	น้ำจืด
เกาะห้อง	กระบี่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำทะเล
บ้านป้อทอ	กระบี่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำทะเล
อ่าวท่าเลน	กระบี่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำทะเล
เกาะลันตา	กระบี่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำทะเล
แม่น้ำแควใหญ่	กาญจนบุรี	พ.ย.-เม.ย.	น้ำจืด
แม่น้ำเพชรบุรี	เพชรบุรี	พ.ย.-เม.ย.	น้ำจืด
ถ้ำเจ้าไหม	ตรัง	พ.ย.-เม.ย.	น้ำทะเล
อุทยานแห่งชาติแม่วงศ์	เชียงใหม่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำจืด
อ่างเก็บน้ำเขื่อนแม่งัด	เชียงใหม่	พ.ย.-เม.ย.	น้ำจืด

• **สำรวจถ้ำ**

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิประเทศ เนื่องจากมีถ้ำที่มีความสวยงามจำนวนมาก การสำรวจถ้ำถือเป็นความท้าทายของนักผจญภัย ซึ่งหากมีการประชาสัมพันธ์ความแตกต่างของถ้ำต่างๆ ก็จะสร้างจุดขายได้เป็นอย่างดี โดยผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากการสำรวจถ้ำนั้นถือว่ามีอันตรายในบางส่วน เช่น การไหลเวียนของอากาศในถ้ำซึ่งต้องมีเครื่องมือการตรวจสอบระดับคาร์บอนไดออกไซด์ที่เชื่อถือได้ ความเย็นในถ้ำ ซึ่งอาจทำให้อุณหภูมิในร่างกายต่ำเกินไป เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรมีความพร้อมดังต่อไปนี้ คือ

1. ควรเตรียมอุปกรณ์ให้ครบถ้วน เพื่อความปลอดภัย เช่น ถุงมือ สนับเข่า ไฟฉาย และชุดปฐมพยาบาล
2. ควรมีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงแผนสำรอง กรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดซึ่งต้องมีการนัดหมายล่วงหน้า
3. ควบคุมผลกระทบที่จะเกิดกับถ้ำ เนื่องจากถ้ำบางแห่งเกิดความเสียหายได้ง่าย เช่น หินงอกหินย้อยที่ใช้เวลาในการเกิดหลายร้อยปี นอกจากนี้ ควรระวังเรื่องอาหาร
4. ควรมีการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าสำรวจถ้ำตามปริมาณที่รองรับได้

สำหรับพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสำรวจถ้ำ ตามตารางที่ 5.7 ได้แก่

ตารางที่ 5.7 พื้นที่ศักยภาพในการสำรวจถ้ำ

สถานที่	จังหวัด	ฤดูกาล	ประเภท
ถ้ำน้ำลอด	แม่ฮ่องสอน	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำธารลอด	กาญจนบุรี	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำนกนางแอ่น	กาญจนบุรี	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำเสาหิน	กาญจนบุรี	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำละว้า	กาญจนบุรี	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำเล เขากอบ	ตรัง	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน
ถ้ำมรกต	ตรัง	ตลอดทั้งปี	โพรงหินชายฝั่ง
ถ้ำทิพชะ	กาญจนบุรี	ตลอดทั้งปี	ถ้ำหินปูน

5.5 การวางกลยุทธ์ด้านการตลาด Marketing Promotion Mix Strategy: (Demand Side)



ภาพที่ 5.3 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (promotion mix)

การส่งเสริมการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย สามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ โดยสามารถผสมผสานเครื่องมือทางการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ข่าวสารและภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกัน และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่ถือว่าเป็น Niche Market และจำนวนลูกค้าไม่มากเทียบกับการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการเที่ยวซ้ำ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในต่างประเทศได้รับความนิยมในระดับที่มากกว่าประเทศไทย จึงควรมีการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องได้รับความรู้และคำแนะนำในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอีกมาก ควรมีการใช้เครือข่ายสังคม Social Media and e-marketing เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมซึ่งมีประโยชน์ คือ เป็นการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (many-to-many) นอกจากนี้ ผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหาซึ่งการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย Social Media จึงไม่ใช่ทางเลือก แต่เป็นหนทางที่จำเป็นต้องทำและต้องทำอย่างจริงจัง เพราะในสังคมออนไลน์ มีชุมชนที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย แต่สื่อเดิม เช่น Magazine ก็ยังคงมีความสำคัญ นอกจากนี้ ควรมีการใช้เทคโนโลยี เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ และพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ที่สำคัญสำหรับการส่งเสริมด้านการตลาด คือ การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายไปยังต่างประเทศ

5.6 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว: Supply side: ด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว: Supply side:

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
<p>กลยุทธ์ 1: อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงค่าธรรมเนียมการเข้าใช้พื้นที่เพื่อการนำมาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและว่าจ้างเจ้าหน้าที่อนุรักษ์ การประเมินศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่และนำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง กิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น มีกฎระเบียบในการใช้พื้นที่อนุรักษ์และต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและเพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน 	<ul style="list-style-type: none"> อุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ผู้ประกอบการ องค์กรส่วนท้องถิ่น กรมป่าไม้ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมชลประทาน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
<p>กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการพัฒนาการเดินทางแบบองค์รวม</p> <ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาระบบ Logistic เป็นการนำระบบ GPS มาช่วยในการเลือกเส้นทาง วางแผนเส้นทาง การมี Hotline ให้คำปรึกษาในการเดินทาง และมีระบบมาตรฐานในการเดินทาง การเชื่อมโยงการสายการบินต่างประเทศในการกำหนดเส้นทางและการสื่อสาร ความร่วมมือ ทั้งการเดินทางทางอากาศและทางเรือ มีการทำแผนที่การท่องเที่ยวมาตรฐานให้กับผู้ประกอบการทั้งหมดเพื่อแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบเดียวกัน การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมๆ ลดมลพิษทางอากาศและทางเสียง 	<ul style="list-style-type: none"> กระทรวงคมนาคม หน่วยงานควบคุมการบินพาณิชย์ กรมการบินพลเรือน ผู้ประกอบการขนส่ง กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
<p>กลยุทธ์ 3: การบริหารจัดการที่พักเชิงอนุรักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> การจัดที่พักให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์ โดยกำหนดจำนวนห้องพัก และจำนวนนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม มีการควบคุมระบบระบายน้ำ การจัดการของเสีย เชื้อเพลิง และขยะให้เหมาะสม ที่พักยังไม่แสดงให้เห็นถึงความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้กระดาษ Recycle, การมีระบบพลังงานแสงอาทิตย์, การอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น ประชาสัมพันธ์ที่พักเชิงอนุรักษ์ และการจัดการมาตรฐาน (Certify) เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่าที่พักใดเป็นที่พักเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ เช่น โครงการบัตรใบไม้เขียว (The Green Leaf Certificate) ส่งเสริมการมีบทบาทและส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมของโรงแรมและที่พักประเภทต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม สมาคมผู้ประกอบการ สมาคมและมูลนิธิที่เกี่ยวข้อง สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิใบไม้สีเขียว กระทรวงสาธารณสุข

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
<p>กลยุทธ์ 4: สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีระบบเตือนภัย เพื่อป้องกันภัยธรรมชาติ • การท่องเที่ยวแบบ Hard Adventure เป็นกิจกรรมที่มาพร้อมความเสี่ยง ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาพยาบาลเบื้องต้นจึงมีความสำคัญ เพื่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่ง Soft Adventure เช่น การเดินป่า ต้องมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น 	<ul style="list-style-type: none"> • กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว • ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ • ผู้ประกอบการ
<p>กลยุทธ์ 5: ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วม</p> <ul style="list-style-type: none"> • ควรประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกสารที่สร้างจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและร่วมกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว • ควรมีการจัดอบรมและกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้เห็นถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลเสีย/ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่น • โครงการอบรมให้ความรู้ และการมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการมากขึ้น • ป้องกันการเกิดไฟฟ้าโดยชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> • องค์การบริหารส่วนตำบล • เครือข่ายชุมชน • ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง • กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช • สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด • สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้
<p>กลยุทธ์ 6: การลดขั้นตอนการขออนุญาตการใช้พื้นที่อนุรักษ์ และสร้างความชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> • จัดทำการศึกษา กระบวนการขอเข้าใช้พื้นที่ของผู้ประกอบการและดำเนินการลดขั้นตอนในการขออนุญาตสำหรับผู้ประกอบการในการประสานงานขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่ เพื่อจัดระบบให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบที่บริหารจัดการได้ • พัฒนานโยบายในการอนุญาตเข้าใช้พื้นที่ให้มีความชัดเจนและเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช • กรมป่าไม้ • กรมทรัพยากรน้ำ • กรมชลประทาน • ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง • กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

5.7 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะด้านด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว Demand Side: ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว Demand Side:

Strategy	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
<p>กลยุทธ์ 1: การประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มประเภทกิจกรรม และสื่อแบบเฉพาะเจาะจง</p> <ul style="list-style-type: none"> • ประชาสัมพันธ์เส้นทางโอโซน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและสัตว์ป่า • ประชาสัมพันธ์สะสมไมล์ (ความสูง) สำหรับกิจกรรมปีนเขาหรือไต่ผา • ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ น้ำตก หรือทะเล • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เน้นเรื่องความรู้เฉพาะ เช่น ติดตามชีวิตสัตว์ป่า • ทำการตลาดโดยเจาะกลุ่มไปที่สมาคม ชมรมท่องเที่ยวผจญภัยทั่วโลก • มีการสร้างองค์ความรู้ผ่านชุมชนออนไลน์ เพื่อสร้างชุมชนที่มีความผูกพัน และการมีส่วนร่วม • โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทั้งในและต่างประเทศ • การสร้างเรื่องราวแรงบันดาลใจให้กับการท่องเที่ยวศึกษาเรื่องราวท้องถิ่นในพื้นที่ แล้วนำเรื่องราวมาต่อยอด สร้างเป็นแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวอย่างมีความหมายมากยิ่งขึ้น ร้อยเรียงเรื่องราว เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงมีการบันทึกสถิติให้นักท่องเที่ยว เพื่อสะสม และวัดสมรรถภาพทางร่างกาย 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • สมาคมที่เกี่ยวข้อง • ผู้ประกอบการท่องเที่ยว
<p>กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและนอกประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างเครือข่ายนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย • สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล • การสร้างเครือข่ายกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สัตว์ป่า อดิโลกร่อนท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น • การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร่วมงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • Friends of the Earth (International) • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สถานทูตไทยในต่างประเทศ • สมาคมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ
<p>กลยุทธ์ 3: สร้างผู้ประกอบการต้นแบบ ตามประเภทกิจกรรมผจญภัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในระยะสั้น และระยะยาว • มีการออกเอกสารรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว • สร้างผู้ประกอบการต้นแบบตามประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมทั้งเปิดให้ดูงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Strategy	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
<p>กลยุทธ์ 4: การให้ความสำคัญด้านมาตรฐานของอุปกรณ์ กิจกรรมและระเบียบข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการกำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์และมืองค์กรกลางในการตรวจสอบ • ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน • มีการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของอุปกรณ์ในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ • เครื่องมือผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา • สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม • กระทรวงอุตสาหกรรม • มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก)
<p>กลยุทธ์ 5: การพัฒนากิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้มีความตื่นเต้น ได้รับความรู้ และมีเอกลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการเชื่อมโยงกิจกรรมนิเวศและผจญภัยที่หลากหลายและต่อเนื่อง โดยมีความเหมาะสมกับทรัพยากรธรรมชาติ • มีการจัดแบ่งกิจกรรมตามความยากง่าย และคำแนะนำสำหรับกลุ่มที่เหมาะสมในการเล่นกิจกรรมนั้นๆ แต่หลายแห่งขาดมาตรฐาน • กิจกรรมแต่ละประเภทไปทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้น • กิจกรรมมีความสนุก ตื่นเต้น และมีความปลอดภัย • มีการคิดค้นกิจกรรมใหม่อยู่เสมอ และกิจกรรมเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ภาควิชาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สมาคมและชมรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ • หน่วยงานราชการระดับท้องถิ่น • ชุมชนท้องถิ่น
<p>กลยุทธ์ที่ 6: กลยุทธ์ด้านสร้างสื่อรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารในรูปแบบของ Magazine หรือนิตยสารการท่องเที่ยวเชิงความรู้ จะเป็นการสร้างชุมชน เช่น พิพิธภัณฑ์แมลง มีการเขียนความรู้ด้านแมลงให้กับผู้สนใจในต่างประเทศทำให้มีการเดินทางมา เพื่อชมแมลงที่มีความเฉพาะ • การทำรายการทีวี เพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวในประเทศให้มืองค์ความรู้มากยิ่งขึ้น • การทำรายการทีวีออนไลน์ลงใน Youtube หรือสื่อทางอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันมีการทำรูปแบบดังกล่าว แต่ไม่มีมาตรฐาน ส่วนมากผู้ประกอบการทำเองแบบไม่ใช่มืออาชีพ • การใช้เทคโนโลยีในการทำตลาด เช่น Mobile Application สำหรับนักท่องเที่ยว, Online booking & e-Payment, เทคโนโลยีบริการ: Call Center สำหรับนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี • กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร • สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ • ผู้ประกอบการ
<p>กลยุทธ์ 7: การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM)</p> <ul style="list-style-type: none"> • จัดทำระบบความสัมพันธ์ลูกค้า และมีการบันทึกข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ • มีการจัดทำ ecotourism card สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นส่วนลดกิจกรรม Eco & Adventure tourism • ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการ • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Strategy	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
<p>กลยุทธ์ 8: พัฒนาความรู้เชิงวิชาการ และความร่วมมือกับภาคการศึกษา และการวิจัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษาในพื้นที่และถ่ายทอดไปยังผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น • พัฒนางานวิจัย เพื่อให้มีองค์ความรู้เฉพาะ และสร้างความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • มหาวิทยาลัยในพื้นที่และหน่วยงานภาคการศึกษา • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

5.8 กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยตามพื้นที่

ตารางที่ 5.8 กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยตามพื้นที่

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ศักยภาพเมื่อมีการพัฒนาโดยรวม	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
เชียงใหม่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> • การผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลายในหลายแห่งและความเชื่อมโยงกิจกรรมที่สอดคล้อง 	<ul style="list-style-type: none"> • แรงบันดาลใจในการผจญภัย
น่าน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • พื้นที่ห่างไกล ดังนั้นควรเจาะกิจกรรมและพัฒนากิจกรรมเสริมในพื้นที่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> • ทำความเข้าใจตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด
แม่ฮ่องสอน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรม Hard Adventure ที่มีชื่อเสียง สามารถพัฒนาให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติได้ • เส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า (ลีซอ ลีว กะเหรี่ยง มูเซอ ไทใหญ่ ม้ง และจีนฮ่อ) 	<ul style="list-style-type: none"> • ทำความเข้าใจตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด • Soft Adventure กับวิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า
พิษณุโลก	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำตลาดร่วมกันเชื่อมโยงทางด้านเหนือคือ คุณหมิงของจีน, ทางทิศตะวันตก คือ เมืองเมาะละแห่งของพม่า ทิศตะวันออกผ่านจังหวัดมุกดาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> • ผจญภัยสี่แยกอินโดจีน • ทำความเข้าใจแพคเกจล้ำนำเช็ก

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ศักยภาพเมื่อมีการพัฒนาโดยรวม	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
			<p>สะพานนะเขต สปป. ลาว และดานัง ประเทศเวียดนาม</p> <ul style="list-style-type: none"> • ล่องแก่งเรืออย่างสำน้ำเข็ก 	
เพชรบูรณ์	น้อย	สูง	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมจุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์มากและมีทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภูทับเบิก และธรรมชาติแบบทะเลภูเขา มีอากาศบริสุทธิ์ สภาพภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี 	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้ชีวิตกลมกลืนกับธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ เย็นสบาย
กาญจนบุรี	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • เชื่อมโยงการท่องเที่ยวผจญภัยกับประวัติศาสตร์ในพื้นที่เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> • แร่งบันดาลใจผจญภัยเชิงประวัติศาสตร์
เพชรบุรี	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติและมีความน่าสนใจของธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> • ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ รวมถึงองค์ความรู้ด้านนิเวศ
กระบี่	สูง	สูงมาก	<ul style="list-style-type: none"> • ความสมบูรณ์ของทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก • ป่าโกงกาง 	<ul style="list-style-type: none"> • อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล • ทำทนายศักยภาพ
ตรัง	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> • ความสมบูรณ์ของธรรมชาติยังไม่ได้รับการรบกวนจากนักท่องเที่ยวมากนัก 	<ul style="list-style-type: none"> • อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล • การเรียนรู้เชิงลึก
นครราชสีมา	ปานกลาง	สูงมาก	<ul style="list-style-type: none"> • เขาใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมรดกโลก • แหล่งที่มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก 	<ul style="list-style-type: none"> • แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติและสัตว์ป่าเชิงลึก • กระทั่งเขาแผงม้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ใกล้สูญพันธุ์)
สระบุรี	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> • สระบุรี(มวกเหล็ก) มีโอโซนมากเป็นอันดับที่ 7 ของโลก • ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น พายเรือแคมป์ปิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> • สนุก ทำทนาย • ความสนุกของกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ไกลกรุงเทพฯ

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ศักยภาพเมื่อมีการพัฒนาโดยรวม	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
นครนายก	ปานกลาง	สูงมาก	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่จัดว่าเป็นอุทยานป่าดงดิบภูเขา มีน้ำตกที่โดดเด่นที่สุดของโลก มีกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่หลากหลาย เช่น การปีนเขาและโรยตัวจากหน้าผาจักรยานท่องเที่ยว การล่องแก่งแม่น้ำนครนายก 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทาย ทำกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำตก ต้องการความปลอดภัยสูง
ปราจีนบุรี	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ชาวต่างชาติจะนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกกิจกรรมล่องแก่ง 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติ ส่งเสริมองค์ความรู้
เลย	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> สภาพธรรมชาติสมบูรณ์ประกอบด้วยระบบนิเวศและภูมิประเทศหลากหลาย ทั้งทุ่งหญ้า ป่าสนเขา ป่าดิบชื้น น้ำตกและหน้าผาชมทิวทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> พิชิตความท้าทายเช่น ภูเขา ภูกระดึง เมืองแห่งขุนเขา ผจญภัยเขาวงกต (สวนหินผางาม อ.หนองหิน)
หนองคาย	น้อย	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> เด่นด้านวัฒนธรรมประเพณี ส่วนด้านนิเวศและผจญภัย ยังมีจุดเด่นไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> ประตูสู่ประเทศลาวและเวียดนาม

• เชียงใหม่

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนจะต้องสนับสนุนและช่วยเหลือกันและกัน ○ ปัญหาการมี Over Supply ทำให้มีการตัดราคา จึงควรมีการขึ้นทะเบียนจัดมาตรฐานราคา เพื่อให้ผู้ประกอบการอยู่ได้ ○ ควรมีการสนับสนุนการลงทุนในการพัฒนากิจกรรม นิเวศและผจญภัยด้านผลประโยชน์ ด้านภาษี และมีการร่วมมือกับภาคการเงินในการให้สินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษแก่ผู้ประกอบการ ○ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ○ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดในภูมิภาค โดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง 	<ul style="list-style-type: none"> ○ กลุ่มจังหวัดที่ได้เปรียบกลุ่มจังหวัดอื่นๆ มาก เพราะมีภูมิประเทศ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่เป็นจุดแข็ง ควรเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่อิงไปกับศิลปวัฒนธรรมของคนพื้นถิ่น ○ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับสายการบิน และเชื่อมโยงเส้นทางไปยังจังหวัดรอง โดยใช้เชียงใหม่เป็นจุดศูนย์กลาง ○ เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษตามกิจกรรมเป็นจุดขายในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ○ ต่อยอดเที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืนในรูปแบบของเชียงใหม่ ○ ให้ข้อมูลภาษาอื่นๆ ให้มากขึ้น ดอรับนักท่องเที่ยวจากเอเชีย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะลดลง แต่ปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวในแถบเอเชียมีเพิ่มมากขึ้น

• น่าน

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ แก้ปัญหาเรื่องการเดินทาง ซึ่งที่ค่อนข้างลำบาก แม้จะสามารถเดินทางได้โดยทางอากาศ แต่ก็ไม่ได้เป็นไปโดยสะดวก ○ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่ยังคงต้องมีการพัฒนาอีกมาก ○ สร้างกิจกรรมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยให้มากยิ่งขึ้น ○ ยกกระดับคุณภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัยลองแก่งน้ำว่าให้มีมาตรฐานระดับโลก ○ จัดทำระบบ GPS นำทางให้กับนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ○ นำเสนอความสมบูรณ์พร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น ○ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้นิยมการผจญภัย จำพวกเดินป่า ล่องแก่ง ○ ระบบข้อมูลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อสนับสนุนนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ○ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเรื่องราวมาผสมผสานกับกิจกรรมผจญภัย ○ ขาดแคลนธุรกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว ○ สามารถเป็นประตูเชื่อมไปสู่ประเทศลาว จีน และเวียดนามได้จึงควรสร้างความร่วมมือและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน

• แม่ฮ่องสอน

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ สำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่พร้อมทั้งกำหนดกฎระเบียบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงบังคับใช้อย่างจริงจัง ○ จัดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อส่งเสริมการตลาด ○ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การจัดทำป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ○ มุ่งเน้นทำการตลาดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากความสมบูรณ์ยังมีสูง ○ นอกจากกิจกรรมปลูกต้นไม้แล้ว ควรมีกิจกรรมในการบำรุงรักษา และการวางรูปแบบการอนุรักษ์ให้มีเอกลักษณ์และดึงดูด ○ สนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ความห่วงใยทรัพยากรธรรมชาติ ○ ทำการตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ○ ส่งเสริมการลงทุนให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก

• พิษณุโลก

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวโดยให้พิษณุโลก เป็นจุดเริ่มต้นการท่องเที่ยว เนื่องจากมีที่ตั้งเหมาะสมเป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคเหนือตอนล่าง มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับทุกภูมิภาคของประเทศ "อินโดจีน" ○ ประชาสัมพันธ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ○ เชื่อมโยงแหล่งวิชาการด้านการเกษตรที่เอื้อต่อการเกษตรกรรม ○ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น แก้ปัญหาการจราจร และเส้นทางคมนาคม เร่งรัดให้มีไฟฟ้า-ประปาทั่วถึง ○ ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ○ การจัดทำเส้นทางบินให้สามารถเดินทางมาพิษณุโลกได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ○ การพัฒนางานวิชาการให้มากยิ่งขึ้น ○ การพัฒนาการล่องแพพิชิตลำน้ำเข็กให้มีชื่อเสียง และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงการให้ความรู้นักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ล่องแพ ○ การให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และกิจกรรมต้นแบบ

• เพชรบูรณ์

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะการก่อสร้างและปรับปรุง ถนน สะพาน การก่อสร้างและปรับปรุงแหล่งน้ำ เพื่ออุปโภค-บริโภค พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยใหม่ และวางแผนการบริหารจัดการ เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว แต่ละแห่งให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จัดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ภายในจังหวัด เพื่อยกระดับความรู้และการบริหารจัดการ สำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะ ส่งเสริมการลงทุนให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก

• กาญจนบุรี

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ควรจัดให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในภูมิภาค เป็นภูมิภาคที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสูง ควรกำหนดมาตรฐาน และจัดสร้างผู้ประกอบการต้นแบบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้มีศักยภาพด้านการเดินทางสูง จึงควรจัดรถสาธารณะเพื่อลดจำนวนรถในสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาแรงงานในจังหวัด โดยแรงงานมีความพร้อมสูง แต่อาจมีปัญหาเรื่องแรงงานในพื้นที่ไม่เพียงพอ ควบคุมการบุกรุก และทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะด้านป่าไม้ เนื่องจากมีช่องทางการเข้าออกตามธรรมชาติเป็นจำนวนมาก 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาการจัดการการเดินทาง หรือระบบขนส่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวนานาชาติในอนาคต มีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวบ่อยครั้งในหนึ่งปี แต่มีระยะเวลาสั้นลงในแต่ละครั้ง ดังนั้น การบริหารจัดการการเดินทางที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในระยะเวลาที่สั้นลง ส่งเสริมการลงทุนให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก พัฒนาบุคลากร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้น ประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการตลาดในต่างประเทศ ส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

• เพชรบุรี

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ที่ตั้งที่ไม่ไกลมากนักจากกรุงเทพฯ ดังนั้น ควรมีแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และมีจำนวนภาษาที่เพียงพอ 	<ul style="list-style-type: none"> ที่ผ่านมาขาดการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดอย่างเป็นระบบจึงต้องประชาสัมพันธ์จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย นอกเหนือจากการเที่ยววัดและวัฒนธรรม

- การกระจายนโยบายไปยังพื้นที่ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานของรัฐ ส่วนกลางไปสู่ส่วนท้องถิ่นมากขึ้น
- การเตรียมความพร้อมชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการให้ความรู้ รวมถึงการกระจายรายได้ไปยังชุมชน
- จัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในระยะเวลาอันสั้น เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว
- ลงทุนในการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมาประวัติศาสตร์ ตำนาน และวัฒนธรรม เพื่อนำมาสร้างเรื่องราวเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
- ฝึกอบรมการจัดการการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงให้กับผู้ประกอบการ

• กระบี่

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาด้านเส้นทาง และความเชื่อมโยง เพื่อให้สะดวกต่อนักท่องเที่ยวไทย และต่างชาติ ○ พัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัย <ul style="list-style-type: none"> - การประกันสำหรับนักท่องเที่ยว - มาตรการฉุกเฉิน กรณีนักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุ - ป้องกันอาชญากรรม สถิติอาชญากรรมอยู่ในระดับสูง และโดยทั่วไปมาตรฐานความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ○ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอันดามัน <ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดผู้ประกอบการตัวอย่าง เพื่อเป็นการเปรียบเทียบให้กับผู้ประกอบการต่างๆ ในการพัฒนาคุณภาพกิจกรรม ○ เร่งสร้างมาตรการการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว ○ ในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามความสามารถทางการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว <ul style="list-style-type: none"> - การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ○ มีการฝึกอบรมชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ การท่องเที่ยวป่าชายเลน แบบรับผิดชอบตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ (End to End Process) รวมถึงมีการให้ความรู้ก่อนการเริ่มกิจกรรม ○ จัดทำสื่อความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น บันทึกลีลาเสียงคำอธิบาย การอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หลายภาษาให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทาง ○ มีการจัดทำระบบ CRM เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวซ้ำ และจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ○ จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวมาตรฐานประจำจังหวัด เพื่อเป็นมาตรฐานให้ผู้ประกอบการทั้งหมด ○ มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพื่อความสะดวกในการควบคุม และบริหารจัดการ

• **สระบุรี**

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ จัดทำระบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีรูปแบบเป็นมาตรฐาน ○ การดูแลรักษาสภาพป่า ○ จัดทำป้ายให้ความรู้ในพื้นที่อนุรักษ์ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ○ จัดอบรมนักท่องเที่ยวก่อนเข้าสู่พื้นที่อนุรักษ์ ○ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาผสมผสานกับการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างจริงจังไปยังนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอแมวกเหล็ก-แก่งคอย, อุทยานแห่งชาติน้ำตกสามหลั่นในอำเภอเมือง และอุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย (เทียบเท่า) ในอำเภอมวกเหล็ก ○ ฝึกอบรมมัคคุเทศก์ เพื่อยกระดับบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ○ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

• **นครนายก**

กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product/Supply)	กลยุทธ์พัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ ศึกษาข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับการทำโซนนิ่งของการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยู่ถูกกลุ่มและถูกสถานที่ ○ การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น และกำหนดมาตรฐานให้กับผู้ประกอบการให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ○ พัฒนาระบบขนส่งบริการสาธารณะที่รองรับกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ ○ ทบทวนข้อจำกัดด้านกฎหมาย เพื่อความสอดคล้องกับผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ○ จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ○ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีกิจกรรมที่หลากหลายและใกล้กับกรุงเทพฯ ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ○ จัดอบรมด้านการพัฒนาคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ○ จัดทำรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว เอกสารส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น ○ ควบคุมคุณภาพของกิจกรรมให้มีความปลอดภัย และได้มาตรฐาน

• **ปราจีนบุรี**

กลยุทธ์การพัฒนาลิขิตดึงดูดใจและผลิตภัณฑการท่องเทียว (Product/Supply)	กลยุทธ์การพัฒนากการตลาดสำหรับนักท่องเทียวคุณภาพดานการท่องเทียวเชิงนิเวศและผลภุภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเทียวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด ○ พัฒนามาตรฐานรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเทียว ○ เร่งแกปัญหาการบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนจนทำให้พื้นที่ป่าไม้ลดลงอย่างรวดเร็ว ○ การตั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสร้างเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากปัจจุบันปราจีนบุรีรับการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติค่อนข้างมาก ○ การพัฒนาระบบขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเทียว 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก สำหรับนักท่องเทียวต่างชาติ ○ สื่อสารดานความโดดเด่นของแหล่งท่องเทียวทางธรรมชาติเชิงนิเวศ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน และอุทยานแห่งชาติปางสีดา โดยกำหนดเส้นทางท่องเทียวและระยะเวลาที่ใช้ เพื่อให้ให้นักท่องเทียวมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ○ พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเทียว ○ พัฒนากิจกรรมผลภุภัยที่แปลกใหม่ในจังหวัดปราจีนบุรี

• **เลย**

กลยุทธ์การพัฒนาลิขิตดึงดูดใจและผลิตภัณฑการท่องเทียว (Product/Supply)	กลยุทธ์การพัฒนากการตลาดสำหรับนักท่องเทียวคุณภาพดานการท่องเทียวเชิงนิเวศและผลภุภัย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่งทางบกเชื่อมโยงจังหวัดเลย ○ พัฒนากถนนเชื่อมโยงเข้าสู่แหล่งท่องเทียวหลายแห่งซึ่งปัจจุบันยังไม่ได้มาตรฐาน ○ ป้องกันและปราบปรามการบุกรุกทำลายทรัพยากรป่าไม้อย่างจริงจัง ○ พัฒนาระบบข้อมูลและศักยภาพผู้ประกอบการ ○ สร้างจิตสำนึกให้กับชุมชนท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ○ การส่งเสริมการท่องเทียวในฤดูฝน (Green Season) ○ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเทียวเชิงนิเวศและผลภุภัย ที่มีกิจกรรมที่หลากหลายและใกล้กับกรุงเทพฯ ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ○ จับอบรมดานการพัฒนาคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเทียวต่างชาติ ○ จัดทำรายละเอียดสถานที่ท่องเทียว เอกสารส่งเสริมการท่องเทียวภาษาต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น ○ ควบคุมคุณภาพของกิจกรรมให้มีความปลอดภัย และได้มาตรฐาน

• **หนองคาย**

กลยุทธ์การพัฒนาลิขิตดึงดูดใจและผลิดักภพการท่องเทียว (Product/Supply)	กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเทียวคณภพด้านการท่องเทียวเชิงนิเวศและผลัญภย(Marketing/Demand)
<ul style="list-style-type: none"> ○ พัฒนาดำเนินกิจกรรมท่องเทียวเชิงนิเวศและผลัญภยให้มีความหลากหลายมากขึ้น ○ การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ○ การสร้างจุดเด่นด้านสถานที่ให้มีความแตกต่างจากภพภคอื่น ○ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้นโดยเฉพาะจีนซึ่งไทยมีโอกาสดีในฐานะที่เป็นประตุสุสินตะวันตกและจีนตอนใต้ ○ การใช้วัฒนธรรมที่ค่อนข้างเข้มแข็งผสมผสานกับกิจกรรม ○ การส่งเสริมนักท่องเทียวต่างชาติให้มาท่องเทียวมากยิ่งขึ้น ○ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเทียวเชิงนิเวศและผลัญภยที่มีกิจกรรมที่หลากหลายและใกล้กับกรุงเทพฯ ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ○ จับอบรมด้านการพัฒนาคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเทียวต่างชาติ ○ จัดทำรายละเอียดสถานที่ท่องเทียวเอกสารส่งเสริมการท่องเทียวภาษาต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น ○ ควบคุมคุณภาพของกิจกรรมให้มีความปลอดภัย และได้มาตรฐาน

5.9 แนวทางการพัฒนาแบบบูรณาการ

	Tier 1: Logistic & Management Lead	Tier 2: Activity Lead		
1	เชียงใหม่	น่าน	แม่ฮ่องสอน	เลย
2	นครราชสีมา	สระบุรี	นครนายก	ปราจีนบุรี
3	กระบี่	ตรัง		
4	กาญจนบุรี	เพชรบุรี		

ภาพที่ 5.4 แสดงแนวทางการพัฒนาแบบบูรณาการรายจังหวัด

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ต้องอาศัยต้นทุนในการพัฒนาในระดับสูง อาทิ เส้นทางคมนาคมการสื่อสาร โรงพยาบาล และระบบขนส่ง ดังนั้น กลุ่มจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นที่ที่อยู่ในระดับสูง ควรเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการพัฒนาระบบการเดินทาง เพื่อเชื่อมโยงกับเมืองรองและกระจายนักท่องเที่ยวไปยังเมืองรองในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งนี้ ควรมีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด โดยเริ่มจากจังหวัดหลักในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา กระบี่ และกาญจนบุรี ดังนั้นทั้ง 4 จังหวัด ควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างบูรณาการ ในขณะที่จังหวัดที่เป็นกลุ่มที่สอง คือ จังหวัดที่เป็นเมืองรอง ซึ่งควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนากิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์มากเพียงพอในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ควรมีการเชื่อมโยงกับจังหวัดหลักในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว และกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เพราะหากขาดการเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด จะทำให้นักท่องเที่ยวขาดแรงจูงใจในการเดินทางไปยังจังหวัดรอง เนื่องจากในปัจจุบันความโดดเด่นของกิจกรรมยังไม่ชัดเจน และยังขาดแรงจูงใจที่เพียงพอ อีกทั้งต้องใช้ในเวลารเดินทางเป็นเวลานาน

5.10 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในภาพใหญ่ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยใน 15 พื้นที่หลักของประเทศไทย ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวประเภท Soft Adventure เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และมุ่งเน้นไปยังการศึกษารัฐบาลและการอนุรักษ์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผจญภัย มุ่งเน้นไปที่ความน่าสนใจของกิจกรรมเป็นหลักว่า มีความตื่นเต้น ท้าทาย และมีความปลอดภัยเพียงใด ทั้งนี้ หากมีการศึกษาตามรายกิจกรรม จะทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากต่างภูมิภาคก็จะมีพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน นอกจากนี้ ความรู้ด้านนิเวศและผจญภัย ก็ยังมีความต่างกันอีกด้วย และควรจัดทำ “การจัดการความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย” เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้สูง รวมถึงการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานซึ่งจะสามารถโต้ตอบความรู้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีรายละเอียดและมีประเด็นที่ครอบคลุมมากกว่าการสังเคราะห์งานวิจัย และควรจัดทำให้เป็นกิจกรรมต่อเนื่องในทุกๆ ปี

ภาคผนวก

Appendix A

แบบฟอร์มสัมภาษณ์ สถานที่เก็บแบบสอบถามและแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบฟอร์มสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

แบบฟอร์มการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Tourism) ในประเทศไทย

คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้เดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติเพื่อศึกษา เรียนรู้ และชื่นชมสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม โดยต้องมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายต่อแหล่งธรรมชาติในพื้นที่นั้นๆ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ระบบนิเวศอย่างยั่งยืนต่อไป ในขณะที่เดียวกันนั้นต้องคำนึงประโยชน์และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นด้วย

การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้เดินทางไปยังพื้นที่ห่างไกลในแหล่งธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทายอันเกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมที่ทำมักเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การออกแรงทางกายภาพของร่างกายและมีความอันตรายเสี่ยงต่อชีวิตแต่ค่อนข้างมีความปลอดภัย ซึ่งโดยทั่วไปสามารถแบ่งประเภทของกิจกรรมตามความเสี่ยงออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวผจญภัยเข้มข้น (Hard Adventure) เช่น การปีนเขา การโรยตัวบนหน้าผา เป็นต้นและการท่องเที่ยวผจญภัย (Soft Adventure) เช่น การดำน้ำ การพายเรือคายัค การเที่ยวถ้ำ เป็นต้น

ผู้สัมภาษณ์.....
วันที่.....
สถานที่.....
จังหวัด.....

แนวคำถามด้านข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหน่วยงาน เช่น ขนาดองค์กร ระยะเวลาการเปิดให้บริการ
2. ขอบเขตการให้บริการเป็นอย่างไร (ให้บริการที่ต้นทาง ให้บริการขนส่งและให้บริการในท้องถิ่น)
3. จำนวนคู่แข่งในธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ที่มีจำนวนเท่าใด

แนวคำถามปัจจัยด้านการตลาด

4. มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยรูปแบบที่ได้รับความนิยม
6. การกำหนดราคา คำนึงถึงสิ่งใดบ้าง
7. มีช่องทางการจำหน่าย แพคเกจทัวร์ ในช่องทางใดบ้าง หรือใช้เครือข่ายการจัดจำหน่ายใดบ้าง

แนวคำถามปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

8. มีการควบคุมคุณภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร
9. หน่วยงานได้รับความเชื่อถือในระดับใด และคาดว่านักท่องเที่ยวจะเชื่อถือองค์กรลักษณะใด
10. มีความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างไร
11. มีการจัดทำความสัมพันธ์ลูกค้า CRM หรือไม่ อย่างไร
12. มีการสื่อสารไปยังลูกค้าด้วยวิธีใดบ้าง
13. มีระบบการจอง การขาย ด้วยวิธีใดบ้าง
14. มีระบบคอมพิวเตอร์ IT ในการบริหารจัดการหรือไม่

แนวคำถามปัจจัยพื้นฐาน

ด้านการเดินทาง

15. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
16. ความปลอดภัยในการเดินทาง
17. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ด้านที่พัก

- 18. ประเภทของที่พัก มีกี่รูปแบบ และ รูปแบบใดเป็นที่นิยม
- 19. สิ่งอำนวยความสะดวก
- 20. ความปลอดภัยของที่พัก

ด้านความปลอดภัย

- 21. โรงพยาบาลในพื้นที่เป็นอย่างไร
- 22. เคยมีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นจากกิจกรรมนี้หรือไม่ ผลลัพธ์อะไรบ้าง และมีวิธีการป้องกันอย่างไร

ด้านอาหาร

- 23. มีการเตรียมอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศหรือไม่
- 24. มีการดูแลรักษาคุณภาพของอาหารหรือไม่

ด้านการสื่อสาร

- 25. การเข้าถึงของสัญญาณโทรศัพท์ในพื้นที่เป็นอย่างไรบ้าง
- 26. มีการรองรับทางด้านคอมพิวเตอร์ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างไรบ้าง

แนวคำถามปัจจัยทางทรัพยากรท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย

- 27. ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติในพื้นที่ของท่านเป็นอย่างไรบ้าง
- 28. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศในลักษณะใดบ้าง อาทิเช่น เดินป่า ดูนก ล่องแก่ง ซี่จักยาน ฯลฯ
- 29. มีการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
- 30. เส้นทางเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างไรบ้าง
- 31. ฤดูกาลท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างไรบ้าง
- 32. แหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีเรื่องราวและความเป็นมาอย่างไรบ้าง

แนวคำถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น

- 33. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยของคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไรบ้าง
- 34. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยของคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไรบ้าง
- 35. คนในท้องถิ่นมีประสบการณ์ในการอบรมกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยอย่างไรบ้าง
- 36. ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในท้องถิ่นนั้นมีอะไรบ้าง
- 37. การให้คุณค่าแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นมีอะไรบ้าง

แนวคำถามปัจจัยทางด้านนโยบาย

- 38. นโยบายการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง และเป็นอย่างไรบ้าง
- 39. การส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยจากรัฐที่ทราบมีอะไรบ้าง
- 40. ท่านคิดว่ารัฐควรเข้ามาจัดการปัญหาเรื่องการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยในด้านใดบ้าง
- 41. ผลกระทบจากนโยบายต่อการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีอะไรบ้าง
- 42. ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันต่อการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีอะไรบ้าง
- 43. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบันต่อการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีอะไรบ้าง
- 44. ผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันต่อการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยมีอะไรบ้าง

แนวคำถามด้านส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว(คำถามปรับตามกลุ่มที่สัมภาษณ์)

- 45. จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2554 ในช่วงที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง สามารถแบ่งออกเป็น
 - นักท่องเที่ยวชาวไทย%
 - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ%
 - ชาวต่างชาติที่นิยมเข้าท่องเที่ยวในพื้นที่นี้มาจากประเทศใดบ้าง
 - 1.
 - 2.
 - 3.
- 46. สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง
 - นักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่ม.....% หรือลดลง.....%
 - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพิ่ม.....% หรือลดลง.....%
- 47. จำนวนวันในการมาเข้าพักหรือทำกิจกรรมโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
 - นักท่องเที่ยวชาวไทยวัน
 - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัน
- 48. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคือ
นักท่องเที่ยวชาวไทย (เรียงลำดับ 5 อันดับ)

1.
2.
3.
4.
5.

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (เรียงลำดับ 5 อันดับ)

1.
2.
3.
4.
5.

49. ความต้องการสำหรับรูปแบบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ปรับปรุง หรือความต้องการในการทำกิจกรรมอื่นๆนอกเหนือจากกิจกรรมที่ทางสถานที่ท่องเที่ยวของท่านจัดให้

50. ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยเป็นอย่างไร ชาวไทยและต่างชาติเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

51. สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังหรือต้องการจากการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานประกอบการของท่านนั้นคืออะไร อาทิเช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความท้าทาย อาหารอร่อย เป็นต้น

52. เส้นทางการคมนาคม หรือความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ในการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยนี้ ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือควรปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง

53. ไม่ทราบว่ามีโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำกิจกรรม มักเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่ใดหรือจังหวัดใดต่อ

แนวคำถามด้านปัญหา

54. ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย

แนวคำถามด้านการเสนอความคิดเห็น

55. ในอนาคต ท่านคาดว่าแนวโน้มของการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัยจะเป็นอย่างไร

56. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

สถานที่เก็บ Questionnaire

พื้นที่	จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง นักท่องเที่ยว		ช่วงเวลา ลงพื้นที่	แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 3	
		ไทย	ต่างชาติ							
1	แม่ฮ่องสอน	44	100	30/12/11-02/01/12	อ.ปางมะผ้า (สถานศึกษาธรรมชาติ และสัตว์ป่าถ้ำน้ำลอด)	ไทย = 15 ท่าน	เส้นทางปาย (ขับรถ ATV เส้นทางปาย)	ไทย = 15 ท่าน	อุทยานแห่งชาติแม่เงา	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
	เชียงใหม่	44	100	30/12/11-02/01/12	เส้นอ.แม่แตง (ปางช้างแม่แตง)	ไทย = 15 ท่าน	ปิ่นผาค้าเมืองออน ทางหลวง 1006 เส้น อ.แม่ออน	ไทย = 15 ท่าน	เดินป่า อช ดอยอินทนนท์	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
	น่าน	44	99	30/12/11-02/01/12	อช ดอยภูคา	ไทย = 15 ท่าน	เส้นแม่น้ำว้า (สองแพแม่น้ำว้า)	ไทย = 15 ท่าน	อช แม่จรม	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 33 ท่าน		ต่างชาติ = 33 ท่าน		ต่างชาติ = 33 ท่าน
รวม		132	299							
2	พิษณุโลก	44	100	30/12/11-02/01/12	อช ทุ่งแสลงหลวง (ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ)	ไทย = 15 ท่าน	อ.นครไทย (อช ภูหินร่องกล้า)	ไทย = 15 ท่าน	เส้นแม่น้ำเข็ก (ลองแก่ง)	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
	เพชรบูรณ์	44	97	30/12/11-02/01/12	อ.เขาค้อ (อช เขาค้อ, ถ้ำสมบัติ)	ไทย = 15 ท่าน	อช น้ำหนาว (ดูนก ดูแมลง ผีเสื้อ)	ไทย = 15 ท่าน	อ. หล่มเก่า (ภูทับเบิก)	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 32 ท่าน		ต่างชาติ = 32 ท่าน		ต่างชาติ = 32 ท่าน
รวม		88	197							
3	กาญจนบุรี	44	100	21/01/11-22/01/12	อช ไทรโยค (ชมถ้ำ ที่ถ้ำดาวดึง)	ไทย = 15 ท่าน	อช ทองผาภูมิ	ไทย = 15 ท่าน	อ.สังขละบุรี (ช้างกระ ยาน ดุริยชัยวัด)	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
	เพชรบุรี	44	100	28/01/11-29/01/12	อช แก่งกระจาน (เขาพะเนินทุ่ง, เดินป่า)	ไทย = 15 ท่าน	อ.แก่งกระจาน (ชมถ้ำ ถ้ำห้วยช้าง)	ไทย = 15 ท่าน	อ.เขาชัย (ปิ่นผาค้า ถ้ำเขาชัย)	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
รวม		88	200							
4	กระบี่	44	100	30/12/11-31/01/12	อ่าวไร่เลย์	ไทย = 15 ท่าน	อช เกาะลันตา	ไทย = 15 ท่าน	อช หาดนพรัตนธารา-อ่าวลิง หมู่เกาะพีพี	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
	ตรัง	44	100	01/01/11-02/01/12	อช หาดเจ้าไหม (ตำนาน)	ไทย = 15 ท่าน	เกาะเหลาเหลียง	ไทย = 15 ท่าน	หาดยาว	ไทย = 15 ท่าน
						ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน		ต่างชาติ = 34 ท่าน
รวม		88	200							

โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

พื้นที่	จังหวัด	จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยว		ช่วงเวลาดังพื้นที่	แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยวจุดที่ 3	
		ไทย	ต่างชาติ							
5	นครราชสีมา	44	100	24/12/11-26/12/11	เขาใหญ่ (หอดูดาวหนองผักชี, หอดูดาวมอสิงโต)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	อ.ปากช่อง(ไร่ทองสมบูรณ์ ไร่องุ่น)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	อ.วังน้ำเขียว (ส่องสัตว์ที่ เขาแผงม้า)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน
	สระบุรี	44	100	24/12/11-26/12/11	อช เขาใหญ่	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	อ.มวกเหล็ก	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	อ.แก่งคอย(ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน
	นครนายก	44	99	24/12/11-26/12/11	อช เขาใหญ่	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน	อ.เมือง (น้ำตกธารรัตนา)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน	อช อุทยานวังตะไคร้ (น้ำตก)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน
	ปราจีนบุรี	44	100	24/12/11-26/12/11	อช เขาใหญ่ (ชีจรรย์าน)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	อช ทับลาน (ตุนก ผีเสื้อแมลง ลำแปลง นกเงือก)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	แก่งหินเพิง (ส่องแก่ง ผ.1.3-2), ขับรถ ATV เส้นทางสายธรรมชาติแก่งหินเพิง อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน
	รวม	176	399							
6	เลย	44	99	30/12/11-02/01/12	อช ภูกระดึง (เดินป่า)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน	อช ภูเรือ	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน	อ.ด่านซ้าย(เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง)	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 33 ท่าน
	หนองคาย	44	100	14/01/12-15/01/12	บึงโขงหลง	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	ภูทอก	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน	หาดจอมมณี	ไทย = 15 ท่าน ต่างชาติ = 34 ท่าน
	รวม	88	199							
	รวมทั้งสิ้น	667	1,493							

ส่วนที่ 2 Questionnaire (สำหรับนักท่องเที่ยว)

แบบสอบถาม:

- วัตถุประสงค์:
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
 2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย

คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย:

"การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งเดินทางไปยังพื้นที่ในแหล่งธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมที่มีความตื่นเต้นและท้าทายอันเกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ และ การอนุรักษ์"

ส่วนที่ 1.1: ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ: ชาย หญิง
2. อายุ:ปี
3. สถานะ:
 โสด แต่งงาน หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (จำนวนบุตร)
4. รายได้ต่อเดือน
 น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 - 24,999 บาท
 25,000 - 34,999 บาท 35,000 - 49,999 บาท
 50,000 - 69,999 บาท 70,000 บาทขึ้นไป
5. อาชีพ
 เจ้าของกิจการ ทำงานอิสระ พนักงานบริษัท
 นิสิต/นักศึกษา ว่างาน แม่บ้าน / พ่อบ้าน
 เกษียณรับบำนาญ ข้าราชการ
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
6. ภูมิลำเนา
จังหวัด.....
7. ท่านเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติปีละกี่ครั้ง?
 1 ครั้ง 2 ครั้ง
 3 ครั้ง มากกว่า 3 ครั้ง (โปรดระบุ.....)
8. ท่านเตรียมการท่องเที่ยวโดยวิธีใด
 จองตั๋วเครื่องบินนำเที่ยว ทั้งที่พัค และ กิจกรรมท่องเที่ยว ด้วยตนเอง
 ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว (เอเจนซีทัวส์) จองตั๋วเครื่องบินนำเที่ยว ทั้งที่พัค และ กิจกรรมท่องเที่ยว
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)



ชื่อ.....
นามสกุล.....
โทร.....
อีเมลล์.....
วันที่.....
สถานที่.....
จังหวัดที่เก็บข้อมูล.....

ส่วนที่ 1.2: ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย:

9. ท่านเคยไปเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในต่างประเทศหรือไม่

- ไม่เคย ○ เคย, กรุณาระบุประเทศ.....สถานที่.....จำนวน.....ครั้ง
 กรุณาระบุประเทศ.....สถานที่.....จำนวน.....ครั้ง

10. ท่านเคยไปเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยหรือไม่

- ไม่เคย ○ เคยกรุณาระบุจังหวัด

11. ท่านเคยทำกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยใดต่อไปนี้(ตอบได้มากกว่า 1)

- | | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ดูนก | <input type="checkbox"/> ดูแมลง | <input type="checkbox"/> ไล่เขา |
| <input type="checkbox"/> ดูสัตว์ป่า | <input type="checkbox"/> ชีชีข้าง | <input type="checkbox"/> ชมดอกไม้ |
| <input type="checkbox"/> ไร่องาน | <input type="checkbox"/> เดินป่า | <input type="checkbox"/> ซี่รถATV |
| <input type="checkbox"/> จักรยานเสือภูเขา | <input type="checkbox"/> ปีนเขา | <input type="checkbox"/> ส่องสัตว์ |
| <input type="checkbox"/> ล่องแพ | <input type="checkbox"/> แคนยูน | <input type="checkbox"/> ปีนผา |
| <input type="checkbox"/> คายัค | <input type="checkbox"/> ดำน้ำ | <input type="checkbox"/> เทียวล่า |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ..... | | |

12. ท่านมีโอกาสท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยบ่อยเพียงไร

- น้อยกว่าหนึ่งครั้งต่อปี ○ ครั้งแรก
 ○ มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปีโปรดระบุจำนวน.....ครั้งต่อปี






13. กรุณาระบุจังหวัดที่ท่านท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในครั้งนี้ (ระบุได้มากกว่า 1 จังหวัด)

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เชียงใหม่ | <input type="checkbox"/> น่าน | <input type="checkbox"/> แม่ฮ่องสอน |
| <input type="checkbox"/> พิษณุโลก | <input type="checkbox"/> เพชรบูรณ์ | <input type="checkbox"/> กาญจนบุรี |
| <input type="checkbox"/> เพชรบุรี | <input type="checkbox"/> กระบี่ | <input type="checkbox"/> ตรัง |
| <input type="checkbox"/> นครราชสีมา | <input type="checkbox"/> สระบุรี | <input type="checkbox"/> นครนายก |
| <input type="checkbox"/> ปราจีนบุรี | <input type="checkbox"/> เลย | <input type="checkbox"/> หนองคาย |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... | | |

14. การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้น่าเลือกพักที่ใด

- โรงแรม ○ รีสอร์ท
 ○ โฮมสเตย์ ○ เต็นท์/ แค้มป์
 ○ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2: กรุณาใส่เครื่องหมาย X ของความสำคัญของปัจจัยต่างๆ และ ของระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยนั้นในจังหวัดที่ท่านท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ปัจจัยนี้สำคัญเพียงใด					คุณมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของไทยอย่างไร				
	ต่ำ 1	2	3	4	สูง 5	 1	 2	 3	 4	 5
ปัจจัยด้านพื้นที่										
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเอกลัษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความอุดมสมบูรณ์ของชีวภาพ, พันธุ์พืช, สัตว์ป่า, หรือ สัตว์ทะเล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีทัศนียภาพและความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพพื้นที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพในการเข้าถึง เช่น เส้นทาง การคมนาคม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ปัจจัยด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม										
7. ความกลมกลืนและความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกกับสภาพแวดล้อม เช่น การออกแบบที่พัก การวางผังสิ่งปลูกสร้าง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. มีความคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (Carrying Capacity) เช่นมาตรการควบคุมนักท่องเที่ยว ตามทั้งขณะ ควบคุมเสียง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. มีการสร้างจิตสำนึกให้กับผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นกิจกรรมทางสิ่งแวดล้อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ผู้ประกอบการ ด้านนิเวศและผจญภัย มีจิตสำนึก และมีกิจกรรมรณรงค์การลดทุนด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ การจัดการน้ำเสีย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น										
11. ชุมชนท้องถิ่นมีความสนใจและให้ความร่วมมือกับนโยบายหรือโครงการด้านนิเวศและผจญภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้เชิงนิเวศและผจญภัย และสามารถถ่ายทอดความรู้สู่นักท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ชุมชนท้องถิ่นยังคงรักษาวถีการดำเนินชีวิต สืบทอด และ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ปัจจัยนี้สำคัญเพียงใด					คุณมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของไทยอย่างไร				
	ต่ำ				สูง	😊	😐	😐	😐	😞
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ปัจจัยด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย										
14. กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยมีประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. กิจกรรมแต่ละประเภท มีการดูแลรักษาอุปกรณ์ เครื่องมือ ให้มีความปลอดภัย และมีมาตรฐาน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. กิจกรรมมีความสนุก ตื่นเต้น และมีความหลากหลาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. กิจกรรมมีความเหมาะสมกับพื้นที่ สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านบุคลากร										
18. ไกด์นำเที่ยวมีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านนิเวศและผจญภัย พร้อมความสามารถในการถ่ายทอดความรู้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. ผู้ดูแลกิจกรรมต่างๆ ด้านเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นผู้ที่มีความชำนาญในพื้นที่ และ มีความเชี่ยวชาญในกิจกรรมอื่นๆ และมีกระวิงด้านความปลอดภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. มีจำนวนบุคลากรที่มีมาตรฐาน และผ่านการฝึกอบรม ที่เพียงพอ ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านราคา										
21. ราคาของกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยมีความเหมาะสมกับมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของอุปกรณ์ รวมถึงการให้บริการที่เพียงพอ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. ราคาของที่พัก มีความคุ้มค่ากับ บริการที่ได้รับ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. มีมาตรฐานการควบคุมด้านการอิงราคา และ มาตรฐานราคาของผู้ประกอบการ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย										
24. มีความสะดวกในการจองกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย โดยตรงไปยังผู้จัดกิจกรรมนิเวศและผจญภัยในพื้นที่	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. มีความสะดวกในการจองที่พัก และ กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยผ่าน อินเทอร์เน็ต	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. มีความสะดวกในการจองกิจกรรมโดยผ่านตัวกลาง หรือ ตัวแทนจำหน่าย เช่น เอเจนซีนำเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายโดยผู้ประกอบการ										
27. มีการสื่อสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เพียงพอ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. มีรูปแบบสื่อที่หลากหลาย ว่า ในแต่ละพื้นที่ มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีที่ใดบ้าง และมีจุดเด่นอย่างไร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรักษาลูกค้าในระยะยาว เช่น ให้ข้อมูลลูกค้าที่เคยมาเกี่ยวกับกิจกรรมใหม่	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ปัจจัยนี้สำคัญเพียงใด					คุณมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของไทยอย่างไร				
	ต่ำ	2	3	4	สูง	1	2	3	4	5
ปัจจัยด้านเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน										
30. นโยบายของภาครัฐ เอื้อต่อการท่องเที่ยวในการเข้าไปยังพื้นที่นิเวศและอนุรักษ์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. การสนับสนุนด้านการตลาดของ ททท. ด้านนิเวศและผจญภัย มีความเพียงพอ เช่น การจัดงาน ท่องเที่ยวไทย การจัดกิจกรรมการตลาดต่างๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. มีการควบคุมคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยโดยหน่วยงานรัฐมีความเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของหน่วยงานราชการ										
33. มีการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยที่เพียงพอ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในแต่ละพื้นที่ผ่านช่องทางต่างๆไปยังนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. มีการจัดกิจกรรมในการส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผจญภัยอย่างสม่ำเสมอ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและผจญภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปัจจัยด้านข้อมูล										
37. มีการเผยแพร่ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศถูกต้อง ครบถ้วน และ เพียงพอ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. มีการให้ข้อมูลด้านหลักการของกิจกรรมผจญภัย อย่างถูกต้อง และ มีความเป็นสากล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. มีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการ และ ผู้เกี่ยวข้อง ด้านการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและผจญภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

41. คุณจะแนะนำให้เพื่อนหรือญาติของคุณมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยหรือไม่ (NPS)

แนะนำแน่นอน

ไม่แนะนำแน่นอน

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0
○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

42. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

Thank You Very Much

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่

บริษัท อินโนเวทีฟ เนตเวิร์ค จำกัด

231/66 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 5 ถนนจรัญสนิทวงศ์ บางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600

ติดต่อคุณนริศรา โทร. 085-988-3889 หรือ Email: innovativenetwork.bkk@gmail.com

Appendix B

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พื้นที่ 1 : เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน

ตารางที่ B-1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศ ในพื้นที่ 1

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	143 47.7	81 54.0	224 49.8
หญิง	157 52.3	69 46.0	226 50.2
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

พื้นที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.0

ตารางที่ B-1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 1

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	อายุ	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	
0-18 ปี	9	1		10	7	2		9	19
วัยเด็ก	3.0	0.3		3.3	4.7	1.3		6.0	4.2
18-22 ปี	54	2		56	53	1		54	110
วัยศึกษา	18.0	0.7		18.7	35.3	0.7		36.0	24.4
23-30 ปี	72	36	1	109	40	3		43	152
วัยเริ่มทำงาน	24.0	12.0	0.3	36.3	26.7	2.0		28.7	33.8
31-50 ปี	38	47	3	88	31	9	1	41	129
วัยครอบครัว	12.7	15.7	1.0	29.3	20.7	6.0	0.7	27.3	28.7
51-60 ปี	4	15	6	25	3			3	28
วัยใกล้เกษียณ	1.3	5.0	2.0	8.3	2.0			2.0	6.2
60 ปีขึ้นไป		11	1	12					12
วัยเกษียณ		3.7	0.3	4.0					2.7
รวม	177 59.0	112 37.3	11 3.7	300 100.0	134 89.3	15 10.0	1 0.7	150 100.0	450 100.0

พื้นที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.6 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วร้อยละ 41.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุที่คล้ายคลึงกับชาวต่างชาติ โดยมีอายุในช่วง 23-50ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.5 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วเพียงร้อยละ 10.7 น้อยกว่าชาวไทยรวม (ร้อยละ 21.2)

ตารางที่ B-1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติในพื้นที่ 1

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								
	<1,000 USD	1,000-4,999 USD	5,000-9,999 USD	10,000-14,999 USD	15,000-19,999 USD	20,000-24,999 USD	25,000-29,999 USD	30,000 USD++	รวม
พนักงานบริษัท	15 5.0	29 9.7	27 9.0	17 5.7	4 1.3	2 0.7	4 1.3	11 3.7	109 36.3
นิสิต/นักศึกษา	36 12.0	12 4.0	7 2.3	2 0.7					57 19.0
ทำงานอิสระ	6 2.0	19 6.3	8 2.7	3 1.0	3 1.0	1 0.3	3 1.0	1 0.3	44 14.7
เกษียณรับบำนาญ	4 1.3	17 5.7	5 1.7					4 1.3	30 10.0
เจ้าของกิจการ	3 1.0	2 0.7	2 0.7		7 2.3	4 1.3	2 0.7	4 1.3	24 8.0
ว่างงาน	4 1.3	4 1.3							8 2.7
ข้าราชการ		1 0.3						4 1.3	5 1.7
อื่นๆ	8 2.7	7 2.3	1 0.3		3 1.0	1 0.3	2 0.7	1 0.3	23 7.7
รวม	76 25.3	91 30.3	50 16.7	22 7.3	17 5.7	8 2.7	11 3.7	25 8.3	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 36.3 ส่วนใหญ่มีรายได้ 1,000 – 9,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 19.0 ส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่ำกว่า 4,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 14.7 ส่วนใหญ่จะมีรายได้ 1,000-4,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทยในพื้นที่ 1

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน						
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	35,000-49,999 บาท	50,000-69,999 บาท	70,000 บาทขึ้นไป	รวม
พนักงานบริษัท	27 18.0	17 11.3	9 6.0			2 1.3	55 36.7
นิสิต/นักศึกษา	55 36.7						55 36.7
ข้าราชการ	3 2.0	7 4.7	2 1.3			1 0.7	13 8.7
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	8 5.3	2 1.3	1 0.7				11 7.3
ทำงานอิสระ		4 2.7	1 0.7	2 1.3	1 0.7		8 5.3
เจ้าของกิจการ		1 0.7		2 1.3		3 2.0	6 4.0
เกษียณรับบำนาญ	1 0.7						1 0.7
อื่นๆ				1 0.7			1 0.7
รวม	94 62.7	31 20.7	13 8.7	5 3.3	1 0.7	6 4.0	150 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้ 2 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 36.7 ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 25,000 บาทต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 36.7 เท่ากับกลุ่มพนักงานบริษัท ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนาในพื้นที่ 1

ภูมิสำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย	8 2.7	150 100.0	158 35.1
กรุงเทพและปริมณฑล		19 12.7	19 4.2
ภาคเหนือ		110 73.3	110 24.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		14 9.3	14 3.1
ภาคกลางและตะวันออก		5 3.3	5 1.1
ภาคใต้		2 1.3	2 0.4
ไม่ได้ระบุ	8 2.7		8 1.8
ทวีปเอเชีย	90 30.0		90 20.0
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	16 5.3		16 3.6
เอเชียตะวันออก	63 21.0		63 14.0
เอเชียใต้	2 0.7		2 0.4
เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง	9 3.0		9 2.0
ทวีปออสเตรเลีย	13 4.3		13 2.9
ทวีปอเมริกา	53 17.7		53 11.8
ทวีปยุโรป	117 39.0		117 26.0
ทวีปแอฟริกา	7 2.3		7 1.6
ไม่ได้ระบุ	12 4.0		12 2.7
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป โดยมีสัดส่วนร้อยละ 39.0 รองลงมาเป็นทวีปเอเชีย มีสัดส่วนร้อยละ 30.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของพื้นที่ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.3 รองลงมาเป็นกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.7

ตารางที่ B-1.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 1

เดินทางมีกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	166 55.3	75 50.0	241 53.6
2 ครั้ง	59 19.7	36 24.0	95 21.1
3 ครั้ง	38 12.7	26 17.3	64 14.2
มากกว่า 3 ครั้ง	37 12.3	13 8.7	50 11.1
เฉลี่ย	5.51	5.23	5.44
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 55.3 และอีกร้อยละ 44.7 มีการท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี เช่นเดียวกับชาวต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0

ตารางที่ B-1.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 1

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	79 26.3	79 52.7	158 35.1
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์	12 4.0	58 38.7	70 15.6
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	209 69.7	13 8.7	222 49.3
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมด คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 69.7 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนการซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมดเพียงร้อยละ 8.7 โดยมีสัดส่วนที่ดำเนินการท่องเที่ยวเอง โดยไม่ใช้บริการทัวร์ถึงร้อยละ 52.7

ตารางที่ B-1.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 1

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	204 68.0	135 90.0	339 75.3
เคย	96 32.0	15 10.0	111 24.7
ทวีปเอเชีย	7 2.3	3 2.0	10 2.2
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	4 1.3	1 0.7	5 1.1
เอเชียตะวันออก	2 0.7	1 0.7	3 0.7
เอเชียใต้	1 0.3		1 0.2
เอเชียตะวันออกกลาง		1 0.7	1 0.2
ทวีปออสเตรเลีย	1 0.3		1 0.2
ทวีปอเมริกา	29 9.7	1 0.7	30 6.7
ทวีปยุโรป	11 3.7	1 0.7	12 2.7
ทวีปแอฟริกา	17 5.7		17 3.8
ไม่ได้ระบุ	31 10.3	10 6.7	41 9.1
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.0 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศในทวีปอเมริกา

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 10.0

ตารางที่ B-1.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยในพื้นที่ 1

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	211 70.3	35 23.3	246 54.7
เคย	89 29.7	115 76.7	204 45.3
กรุงเทพและปริมณฑล	-	1 0.7	1 0.2
ภาคเหนือ	32 10.7	41 27.3	73 16.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1 0.3	4 2.7	5 1.1
ภาคกลางและตะวันออก	12 4.0	35 23.3	47 10.4
ภาคใต้	9 3.0	16 10.7	25 5.6
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ	8 2.7	10 6.7	18 4.0
ไม่ได้ระบุ	27 9.0	8 5.3	35 7.8
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนร้อยละ 29.7 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีสัดส่วนถึงร้อยละ 70.3

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.7 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก

ตารางที่ B-1.10 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 1

เที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	104 34.7	49 32.7	153 34.0
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	163 54.3	78 52.0	241 53.6
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	33 11.0	23 15.3	56 12.4
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	2.39	2.70	2.52
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

สำหรับพื้นที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65.3 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยร้อยละ 67.3

ตารางที่ B-1.11 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 1

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	94 31.3	87 58.0	181 40.2
ขี่ช้าง	160 53.3	13 8.7	173 38.4
เดินป่า	77 25.7	90 60.0	167 37.1
ชมดอกไม้	55 18.3	72 48.0	127 28.2
ดูสัตว์ป่า	73 24.3	52 34.7	125 27.8
ดำน้ำ	81 27.0	19 12.7	100 22.2
ปีนเขา	71 23.7	12 8.0	83 18.4
ดูแมลง	44 14.7	38 25.3	82 18.2
เที่ยวถ้ำ	29 9.7	52 34.7	81 18.0
จักรยานเสือภูเขา	71 23.7	8 5.3	79 17.6
ล่องแพ	38 12.7	40 26.7	78 17.3
ส่องสัตว์	48 16.0	18 12.0	66 14.7
ขี่รถ ATV	43 14.3	5 3.3	48 10.7
แคนนู	34 11.3	11 7.3	45 10.0
คายัค	37 12.3	4 2.7	41 9.1
ไต่เขา	25 8.3	11 7.3	36 8.0
โรยตัว	27 9.0	6 4.0	33 7.3
ปีนผา	17 5.7	1 0.7	18 4.0

พื้นที่ 1 กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ขี่ช้าง มีสัดส่วนร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 31.3

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ เดินป่า มีสัดส่วนร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 58.0

ตารางที่ B-1.12 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 1

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	224 74.7	107 71.3	331 73.6
พิษณุโลก	59 19.7	96 64.0	155 34.4
น่าน	65 21.7	30 20.0	95 21.1
เพชรบูรณ์	27 9.0	55 36.7	82 18.2
กระบี่	59 19.7	5 3.3	64 14.2
นครราชสีมา	42 14.0	18 12.0	60 13.3
กาญจนบุรี	25 8.3	28 18.7	53 11.8
เพชรบุรี	23 7.7	26 17.3	49 10.9
ตรัง	34 11.3	13 8.7	47 10.4
แม่ฮ่องสอน	29 9.7	16 10.7	45 10.0
เลย	12 4.0	16 10.7	28 6.2
สระบุรี	19 6.3	6 4.0	25 5.6
นครนายก	11 3.7	1 0.7	12 2.7
ปราจีนบุรี	8 2.7	4 2.7	12 2.7
หนองคาย	8 2.7	1 0.7	9 2.0

พื้นที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งนี้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 74.7 รองลงมาเป็นจังหวัดน่าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.7 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่ ถึงร้อยละ 71.3 รองลงมาเป็นพิษณุโลก ร้อยละ 64.0

ตารางที่ B-1.13 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 1

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	199 66.3	55 36.7	254 56.4
รีสอร์ท	38 12.7	22 14.7	60 13.3
โฮมสเตย์	35 11.7	30 20.0	65 14.4
เตนท์ / แคมป์	10 3.3	37 24.7	47 10.4
อื่นๆ	18 6.0	6 4.0	24 5.3
รวม	300 100.0	150 100.0	450 100.0

พื้นที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม ร้อยละ 66.3 รองลงมาเป็นรีสอร์ท ร้อยละ 12.7 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่พักในโรงแรม ร้อยละ 36.7 รองลงมาก็คือเดย์/แคมป์ ร้อยละ 24.7

พื้นที่ 2 : พิษณุโลก เพชรบูรณ์

8.1.5 พื้นที่ 5:

ตารางที่ B-1.14 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศในพื้นที่ 2

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	104 52.0	59 59.0	163 163.0
หญิง	96 48.0	41 41.0	137 137.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 300.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยชาวต่างชาติมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 52.0 และชาวไทยมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 59.0

ตารางที่ B-1.15 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 2

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	
0-18 ปี	6			6	2			2	8
วัยเด็ก	3.0			3.0	2.0			2.0	2.7
18-22 ปี	39	2		41	63	1		64	105
วัยศึกษา	19.5	1.0		20.5	63.0	1.0		64.0	35.0
23-30 ปี	31	31		62	22	2		24	86
วัยเริ่มทำงาน	15.5	15.5		31.0	22.0	2.0		24.0	28.7
31-50 ปี	21	51	5	77	3	2		5	82
วัยครอบครัว	10.5	25.5	2.5	38.5	3.0	2.0		5.0	27.3
51-60 ปี		10	1	11		2	2	4	15
วัยใกล้เกษียณ		5.0	0.5	5.5		2.0	2.0	4.0	5.0
60 ปีขึ้นไป		3		3		1		1	4
วัยเกษียณ		1.5		1.5		1.0		1.0	1.3
รวม	97 48.5	97 48.5	6 3.0	200 100.0	90 90.0	8 8.0	2 2.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.5 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วถึงร้อยละ 51.5 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีลักษณะอายุน้อยกว่า โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 18-30 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.7 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วเพียงร้อยละ 10.0 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมากับเพื่อน

ตารางที่ B-1.16 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติในพื้นที่ 2

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								
	<1,000 USD	1,000-4,999 USD	5,000-9,999 USD	10,000-14,999 USD	15,000-19,999 USD	20,000-24,999 USD	25,000-29,999 USD	30,000 USD++	รวม
ทำงานอิสระ	4 2.0	17 8.5	22 11.0	7 3.5	4 2.0	1 0.5		1 0.5	56 28.0
พนักงานบริษัท	6 3.0	15 7.5	19 9.5	11 5.5	2 1.0				53 26.5
นิสิต/นักศึกษา	44 22.0								44 22.0
เจ้าของกิจการ		3 1.5	3 1.5	4 2.0					10 5.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน		9 4.5							9 4.5
ว่างงาน	4 2.0	2 1.0							6 3.0
เกษียณรับบำนาญ	1 0.5	4 2.0	1 0.5						6 3.0
ข้าราชการ		1 0.5	3 1.5	1 0.5	1 0.5				6 3.0
อื่นๆ	1 0.5	9 4.5							10 5.0
รวม	60 30.0	60 30.0	48 24.0	23 11.5	7 3.5	1 0.5		1 0.5	200 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัทและทำงานอิสระ ร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 1,000-14,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 22.0 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.17 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทยในพื้นที่ 2

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน			
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	รวม
นิสิต/นักศึกษา	61 61.0			61 61.0
พนักงานบริษัท	18 18.0	2 2.0		20 20.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5 5.0			5 5.0
ทำงานอิสระ	2 2.0	1 1.0		3 3.0
เกษียณรับบำนาญ			2 2.0	2 2.0
เจ้าของกิจการ	1 1.0			1 1.0
ข้าราชการ		1 1.0		1 1.0
อื่นๆ	7			7

	7.0			7.0
รวม	94 94.0	4 4.0	2 2.0	100 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.0 โดยทั้งหมดมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 20.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.18 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนาในพื้นที่ 2

ภูมิสำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย		100 100.0	100 33.3
กรุงเทพและปริมณฑล		3 3.0	3 1.0
ภาคเหนือ		91 91.0	91 30.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		2 2.0	2 0.7
ภาคกลางและตะวันออก		4 4.0	4 1.3
ทวีปเอเชีย	70 35.0		70 23.3
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	13 6.5		13 4.3
เอเชียตะวันออก	55 27.5		55 18.3
เอเชียตะวันออกกลาง	2 1.0		2 0.7
ทวีปออสเตรเลีย	20 10.0		20 6.7
ทวีปอเมริกา	38 19.0		38 12.7
ทวีปยุโรป	67 33.5		67 22.3
ทวีปแอฟริกา	5 2.5		5 1.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปเอเชีย มีสัดส่วนร้อยละ 35.0 รองลงมา เป็นทวีปยุโรป มีสัดส่วนร้อยละ 33.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.0

ตารางที่ B-1.19 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 2

เดินทางปีละกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	150 75.0	44 44.0	194 64.7
2 ครั้ง	32 16.0	24 24.0	56 18.7
3 ครั้ง	7 3.5	17 17.0	24 8.0
มากกว่า 3 ครั้ง	11 5.5	15 15.0	26 8.7

เฉลี่ย	5.27	4.00	4.54
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี ถึงร้อยละ 75.0 อีกร้อยละ 25.0 มีการท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี

ซึ่งแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.0

ตารางที่ B-1.20 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 2

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	127 63.5	46 46.0	173 57.7
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์		48 48.0	48 16.0
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	73 36.5	6 6.0	79 26.3
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ดำเนินการเองและไม่ใช้บริการทัวร์เลย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บริการทัวร์บางส่วน คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตารางที่ B-1.21 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 2

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	172 86.0	98 98.0	270 90.0
เคย	28 14.0	2 2.0	30 10.0
ทวีปเอเชีย	2 1.0	2 2.0	4 1.3
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	1 0.5	2 2.0	3 1.3
เอเชียใต้	1 0.5		1 0.3
ทวีปออสเตรเลีย	3 1.5		3 1.0
ทวีปอเมริกา	11 5.5		11 3.7
ทวีปยุโรป	8 4.4		8 2.7
ทวีปแอฟริกา	4 2.0		4 1.3
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.0 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศในทวีปอเมริกา

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 2.0 เท่านั้น

ตารางที่ B-1.22 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย ในพื้นที่ 2

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	165 82.5	23 23.0	188 62.7
เคย	35 17.5	77 77.0	112 37.3
ภาคเหนือ	11 5.5	51 51.0	62 20.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3 1.5	1 1.0	4 1.3
ภาคกลางและตะวันออก	9 4.5	10 10.0	19 6.3
ภาคใต้	12 6.0	3 3.0	15 5.0
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ		10 10.0	10 3.3
ไม่ได้ระบุ		2 2.0	2 0.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 17.5 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคใต้ รองลงมาเป็นภาคเหนือ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีสัดส่วนถึง 82.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77.0 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ

ตารางที่ B-1.23 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 2

เที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	17 8.5	27 27.0	44 14.7
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	171 85.5	52 52.0	223 74.3
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	12 6.0	21 21.0	33 11.0
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	2.50	3.90	3.39
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 73.0

ตารางที่ B-1.24 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 2

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	101 50.5	69 69.0	170 56.7
ขี่ช้าง	130 65.0	11 11.0	141 47.0
เดินป่า	39 19.5	64 64.0	103 34.3
ปีนเขา	65 32.5	13 13.0	78 26.0
ชมดอกไม้	27 13.5	48 48.0	75 25.0
ดูสัตว์ป่า	29 14.5	44 44.0	73 24.3
ดูแมลง	36 18.0	27 27.0	63 21.0
ดำน้ำ	54 27.0	7 7.0	61 20.3
จักรยานเสือภูเขา	45 22.5	6 6.0	51 17.0
เที่ยวถ้ำ	11 5.5	34 34.0	45 15.0
ล่องแพ	20 10.0	24 24.0	44 14.7
โรยตัว	23 11.5	9 9.0	32 10.7
คายัค	28 14.0	2 2.0	30 10.0
ขี่รถ ATV	27 13.5	3 3.0	30 10.0
ส่องสัตว์	17 8.5	12 12.0	29 9.7
ไต่เขา	17 8.5	7 7.0	24 8.0
แคนนู	16 8.0	5 5.0	21 7.0
ปีนผา	9 4.5	3 3.0	12 4.0

สำหรับพื้นที่ 2 กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ขี่ช้าง มีสัดส่วนร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 50.5

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 69.0 รองลงมา คือ เดินป่า มีสัดส่วนร้อยละ 64.0

ตารางที่ B-1.25 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 2

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	134 67.0	66 66.0	200 66.7
พิษณุโลก	92 46.0	80 80.0	172 57.3
เพชรบูรณ์	41 20.5	51 51.0	92 30.7
นครราชสีมา	51 25.5	19 19.0	70 23.3
กระบี่	50 25.0	7 7.0	57 19.0
แม่ฮ่องสอน	43 21.5	11 11.0	54 18.0
กาญจนบุรี	25 12.5	21 21.0	46 15.3
เพชรบุรี	15 7.5	15 15.0	30 10.0
น่าน	17 8.5	12 12.0	29 9.7
ตรัง	25 12.5	4 4.0	29 9.7
สระบุรี	18 9.0	8 8.0	26 8.7
เลย	9 4.5	11 11.0	20 6.7
ปราจีนบุรี	14 7.0	4 4.0	18 6.0
หนองคาย	14 7.0	4 4.0	18 6.0
นครนายก	11 5.5	4 4.0	15 5.0

สำหรับพื้นที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งนี้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไป
ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 67.0 รองลงมาไปยังจังหวัดพิษณุโลกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดพิษณุโลก โดยมีสัดส่วนร้อยละ 80.0 รองลงมาไปยัง
จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.0

ตารางที่ B-1.26 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 2

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	85 42.5	28 28.0	113 37.7
รีสอร์ท	53 26.5	18 18.0	71 23.7
โฮมสเตย์	34 17.0	9 9.0	43 14.3
เดย์/แคมป์	28 14.0	39 39.0	67 22.3
อื่นๆ		6 6.0	6 2.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรมซึ่งทัวร์จะจองให้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.5 รองลงมาเป็นรีสอร์ท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะพักในเดย์/แคมป์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.0 รองลงมาเป็นโรงแรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.0

พื้นที่ 3 : เพชรบุรี กาญจนบุรี

ตารางที่ B-1.27 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศในพื้นที่ 3

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	105 52.5	48 48.0	153 51.0
หญิง	95 47.5	52 52.0	147 49.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

พื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 52.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีสัดส่วนเพศหญิงร้อยละ 52.0

ตารางที่ B-1.28 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 3

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	
0-18 ปี	1			1	17			17	18
วัยเด็ก	0.5			0.5	17.0			17.0	6.0
18-22 ปี	21	2		23	18	1		19	42
วัยศึกษา	10.5	1.0		11.5	18.0	1.0		19.0	14.0
23-30 ปี	54	20		74	38	5		43	117
วัยเริ่มทำงาน	27.0	10.0		37.0	38.0	5.0		43.0	39.0
31-50 ปี	26	52	7	85	9	11		20	105
วัยครอบครัว	13.0	26.0	3.5	42.5	9.0	11.0		20.0	35.0
51-60 ปี	1	9	1	11		1		1	12
วัยใกล้เกษียณ	0.5	4.5	0.5	5.5		1.0		1.0	4.0

60 ปีขึ้นไป วัยเกษียณ		4 2.0	2 1.0	6 3.0					6 2.0
รวม	103 51.5	87 43.5	10 5.0	200 100.0	82 82.0	18 18.0		100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.5 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วร้อยละ 48.5 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคล้ายคลึงกัน โดยมีอายุอยู่ในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.0 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วร้อยละ 18.0

ตารางที่ B-1.29 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติในพื้นที่ 3

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								
	<1,000 USD	1,000- 4,999 USD	5,000- 9,999 USD	10,000- 14,999 USD	15,000- 19,999 USD	20,000- 24,999 USD	25,000- 29,999 USD	30,000 USD++	รวม
ทำงานอิสระ	3 1.5	15 7.5	14 7.0	12 6.0	7 3.5	5 2.5		1 0.5	57 28.5
พนักงานบริษัท	4 2.0	16 8.0	21 10.5	10 5.0	2 1.0	1 0.5	2 1.0	1 0.5	57 28.5
เจ้าของกิจการ		1 0.5	9 4.5	16 8.0	5 2.5	3 1.5		2 1.0	36 18.0
นิสิต/นักศึกษา	12 6.0	3 1.5	3 1.5	2 1.0					20 10.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	3 1.5	4 2.0		1 0.5	1 0.5				9 4.5
เกษียณรับบำนาญ	1 0.5	1 0.5	1 0.5	2 1.0				3 1.5	8 4.0
ข้าราชการ			2 1.0	4 2.0			1 0.5	1 0.5	8 4.0
ว่างงาน	1 0.5			1 0.5					2 1.0
อื่นๆ		2 1.0						1 0.5	3 1.5
รวม	24 12.0	42 21.0	50 25.0	48 24.0	15 7.5	9 4.5	3 1.5	9 4.5	200 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มทำงานอิสระและพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 57.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ 1,000-14,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-19,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.30 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทยในพื้นที่ 3

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน					รวม
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	35,000-49,999 บาท	50,000-69,999 บาท	
พนักงานบริษัท	22 22.0	13 13.0	3 3.0	1 1.0		39 39.0
นิสิต/นักศึกษา	28 28.0					28 28.0
ทำงานอิสระ		7 7.0	2 2.0	2 2.0		11 11.0
เจ้าของกิจการ		1 1.0	4 4.0	2 2.0	2 2.0	9 9.0
ข้าราชการ		2 2.0	1 1.0	1 1.0		4 4.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	1 1.0	1 1.0	1 1.0			3 3.0
ว่างงาน	1 1.0					1 1.0
อื่นๆ	2 2.0	1 1.0		1 1.0	1 1.0	5 5.0
รวม	54 54.0	25 25.0	11 11.0	7 7.0	3 3.0	100 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 2 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 39.0 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา ที่มีสัดส่วนร้อยละ 28.0 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.31 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนาในพื้นที่ 3

ภูมิสำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย	2 1.0	100 100.0	102 34.0
กรุงเทพและปริมณฑล		37 37.0	37 12.3
ภาคเหนือ		22 22.0	22 7.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		21 21.0	21 7.0
ภาคกลางและตะวันออก		20 20.0	20 6.7
ไม่ได้ระบุ	2 1.0		2 0.7
ทวีปเอเชีย	26 13.0		26 8.7
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	3 1.5		3 1.0
เอเชียตะวันออก	22 11.0		22 7.3
เอเชียตะวันออกกลาง	1 0.5		1 0.3
ทวีปออสเตรเลีย	14 7.0		14 4.7
ทวีปอเมริกา	43 21.5		43 14.3
ทวีปยุโรป	112 56.0		112 37.3
ทวีปแอฟริกา	3 1.5		3 1.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป ร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็นทวีปอเมริกา ร้อยละ 21.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯและปริมณฑล ร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็นภาคเหนือ ร้อยละ 22.0

ตารางที่ B-1.32 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 3

เดินทางมีกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	135 67.5	41 41.0	176 58.7
2 ครั้ง	44 22.0	25 25.0	69 23.0
3 ครั้ง	9 4.5	16 16.0	25 8.3
มากกว่า 3 ครั้ง	12 6.0	18 18.0	30 10.0
เฉลี่ย	6.17	4.00	4.87
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.5 และอีกร้อยละ 32.5 มีการท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 59.0

ตารางที่ B-1.33 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 3

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	94 47.0	65 65.0	159 53.0
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์	3 1.5	27 27.0	30 10.0
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	103 51.5	8 8.0	111 37.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 51.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมดเพียงร้อยละ 8.07 โดยส่วนใหญ่จะดำเนินการท่องเที่ยวเอง โดยไม่ใช้บริการทัวร์ถึงร้อยละ 65.0

ตารางที่ B-1.34 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 3

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	149 74.5	88 88.0	237 79.0
เคย	51 25.5	12 12.0	63 21.0
ทวีปเอเชีย	12 6.0	8 8.0	20 6.7
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	2 1.0	5 5.0	7 2.3
เอเชียตะวันออก	4 2.0	3 3.0	7 2.3
เอเชียใต้	6 3.0		62.0
ทวีปออสเตรเลีย	5 2.5	2 2.0	7 2.3
ทวีปอเมริกา	11 5.5	1 1.0	12 4.0
ทวีปยุโรป	10 5.0	1 1.0	11 3.7
ทวีปแอฟริกา	1 0.5		1 0.3
ไม่ได้ระบุ	12 6.0		12 4.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.5 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศเอเชียมาก่อน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 12.0 ส่วนใหญ่เป็นประเทศในเอเชีย

ตารางที่ B-1.35 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย
ในพื้นที่ 3

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	155 77.5	20 20.0	175 58.3
เคย	45 22.5	80 80.0	125 41.7
กรุงเทพและปริมณฑล	1 0.5	1 1.0	2 0.7
ภาคเหนือ	16 8.0	19 19.0	35 11.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		13 13.0	13 4.3
ภาคกลางและตะวันออก		17 17.0	17 5.7
ภาคใต้	23 11.5	9 9.0	32 10.7
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ		17 17.0	17 5.7
ไม่ได้ระบุ	5 2.5	4 4.0	9 3.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 22.5 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคใต้ รองลงมาเป็นภาคเหนือ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีสัดส่วนถึง 77.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.0 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ B-1.36 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 3

เที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	59 29.5	6 6.0	65 21.7
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	121 60.5	46 46.0	167 55.7
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	20 10.0	48 48.0	68 22.7
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	2.30	3.21	2.94
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีสัดส่วนสูงถึง 94.0

ตารางที่ B-1.37 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 3

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	70 35.0	52 52.0	122 40.7
ชมดอกไม้	67 33.5	53 53.0	120 40.0
เดินป่า	51 25.5	59 59.0	110 36.7
ขี่ช้าง	78 39.0	21 21.0	99 33.0
ดูสัตว์ป่า	47 23.5	46 46.0	93 31.0
ดำน้ำ	55 27.5	26 26.0	81 27.0
จักรยานเสือภูเขา	54 27.0	17 17.0	71 23.7
ขี่รถ ATV	47 23.5	17 17.0	64 21.3
เที่ยวถ้ำ	24 12.0	34 34.0	58 19.3
แคนู	44 22.0	14 14.0	58 19.3
ปีนเขา	42 21.0	15 15.0	57 19.0
ส่องสัตว์	28 14.0	29 29.0	57 19.0
ล่องแพ	26 13.0	31 31.0	57 19.0
ดูแมลง	29 14.5	26 26.0	55 18.3
คายัค	29 14.5	15 15.0	44 14.7
ไต่เขา	32 16.5	8 8.0	40 13.3
โรยตัว	22 11.0	8 8.0	30 10.0
ปีนผา	18 9.0	6 6.0	24 8.0

สำหรับพื้นที่ 3 กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ขี่ช้าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ตุนก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.0

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ เดินป่า มีสัดส่วนร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ ชมดอกไม้ มีสัดส่วนร้อยละ 53.0

ตารางที่ B-1.38 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 3

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	83 41.5	41 41.0	124 41.3
กาญจนบุรี	44 22.0	45 45.0	89 29.7
พิษณุโลก	46 23.0	30 30.0	76 25.3
กระบี่	52 26.0	23 23.0	75 25.0
เพชรบุรี	32 16.0	36 36.0	68 22.7
เพชรบูรณ์	31 15.5	26 26.0	57 19.0
นครราชสีมา	28 14.0	17 17.0	45 15.0
แม่ฮ่องสอน	30 15.0	15 15.0	45 15.0
ตรัง	22 11.0	10 10.0	32 10.7
เลย	14 7.0	12 12.0	26 8.7
ปราจีนบุรี	15 7.5	7 7.0	22 7.3
นครนายก	14 7.0	7 7.0	21 7.0
สระบุรี	9 4.5	12 12.0	21 7.0
น่าน	9 4.5	8 8.0	17 5.7
หนองคาย	9 4.5	5 5.0	14 4.7

สำหรับพื้นที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 41.5 รองลงมาเป็นจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 26.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีสัดส่วนร้อยละ 45.0 รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.0

ตารางที่ B-1.39 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 3

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	85 42.5	31 31.0	116 38.7
รีสอร์ท	45 22.5	29 29.0	74 24.7
โฮมสเตย์	36 18.0	13 13.0	49 16.3

เดันท์ / แคมป์	31 15.5	13 13.0	44 14.7
อื่นๆ	3 1.5	14 14.0	17 5.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.5 รองลงมาพักในรีสอร์ต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.5 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่พักในโรงแรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.0 รองลงมาพักในรีสอร์ต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.0

พื้นที่ 4 : กระบี่ ตรัง

ตารางที่ B-1.40 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศ ในพื้นที่ 4

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	90 45.0	40 40.0	130 43.3
หญิง	110 55.0	60 60.0	170 56.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 4 กระบี่ ตรัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แตกต่างไปจากลักษณะของนักท่องเที่ยวรวมทั้งประเทศ โดยจะพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศหญิงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.0 และ 60.0 ตามลำดับ

ตารางที่ B-1.41 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 4

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	อายุ	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	
0-18 ปี	8			8	1			1	9
วัยเด็ก	4.0			4.0	1.0			1.0	3.0
18-22 ปี	52			52	28	1		29	81
วัยศึกษา	26.0			26.0	28.0	1.0		29.0	27.0
23-30 ปี	74	16	1	91	56	5		61	152
วัยเริ่มทำงาน	37.0	8.0	0.5	45.5	56.0	5.0		61.0	50.7
31-50 ปี	26	13	4	43	5	4		9	52
วัยครอบครัว	13.0	6.5	2.0	21.5	5.0	4.0		9.0	17.3
51-60 ปี	2		2	4					4
วัยใกล้เกษียณ	1.0		1.0	2.0					1.3
60 ปีขึ้นไป		2		2					2
วัยเกษียณ		1.0		1.0					0.7
รวม	162 81.0	31 15.5	7 3.5	200 100.0	90 90.0	10 10.0		100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-30 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.5 แต่มีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วเพียงร้อยละ 19.0 น้อยกว่าชาวต่างชาติรวม (ร้อยละ 41.8) แสดงถึง ในพื้นที่ 1 มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัวน้อยกว่าพื้นที่อื่นๆ

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีอายุคล้ายคลึงกับชาวต่างชาติ โดยมีอายุอยู่ในช่วง 23-30 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.0 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วเพียงร้อยละ 10.0 แสดงถึงส่วนใหญ่มักจะมาเที่ยวกับเพื่อน

ตารางที่ B-1.42 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 4

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								รวม
	<1,000 USD	1,000-4,999 USD	5,000-9,999 USD	10,000-14,999 USD	15,000-19,999 USD	20,000-24,999 USD	25,000-29,999 USD	30,000 USD++	
พนักงานบริษัท	32 16.0	13 6.5	13 6.5	9 4.5	7 3.5			1 0.5	75 37.5
นิสิต/นักศึกษา	38 19.0		9 4.5	1 0.5					48 24.0
ทำงานอิสระ	12 6.0	11 5.5	3 1.5	1 0.5	3 1.5	4 2.0	1 0.5	1 0.5	36 18.0
เจ้าของกิจการ	10 5.0	6 3.0	2 1.0		7 3.5	1 0.5	1 0.5	1 0.5	28 14.0
ข้าราชการ		2 1.0						1 0.5	3 1.5
ว่างงาน		2 1.0							2 1.0
เกษียณรับบำนาญ		1 0.5							1 0.5
อื่นๆ	2 1.0	4 2.0	1 0.5						7 3.5
รวม	94 47.0	39 19.5	28 14.0	11 5.5	17 8.5	5 2.5	2 1.0	4 2.0	200 100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.0 และมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มที่ทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 18.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 0-4,999 ดอลลาร์ต่อเดือน
4. กลุ่มเจ้าของกิจการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.0 มีรายได้กระจุกอยู่ในช่วง 0-4,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน และ 15,000-19,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.43 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทย ในพื้นที่ 4

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน				รวม
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	35,000-49,999 บาท	
พนักงานบริษัท	43 43.0	8 8.0	3 3.0		54 54.0
นิสิต/นักศึกษา	25 25.0				25 25.0
ทำงานอิสระ	2 2.0	10 10.0	1 1.0		13 13.0
เจ้าของกิจการ		1 1.0	4 4.0	1 1.0	6 6.0
ข้าราชการ		2 2.0			2 2.0
รวม	70 70.0	21 21.0	8 8.0	1 1.0	100 100.0

สำหรับพื้นที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 54.0 ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.0 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.44 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนาในพื้นที่ 4

ภูมิสำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย	10	100	100
	5.0	100.0	33.3
กรุงเทพและปริมณฑล		16	16
		16.0	5.3
ภาคเหนือ		2	2
		2.0	0.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		1	1
		1.0	0.3
ภาคกลางและตะวันออก		14	14
		14.0	4.7
ภาคใต้	1	67	68
	0.5	67.0	22.7
ไม่ได้ระบุ	9		9
	4.5		3.0
ทวีปเอเชีย	48		48
	24.0		16.0
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	17		17
	8.5		5.7
เอเชียตะวันออก	31		31
	15.5		10.3
ทวีปออสเตรเลีย	8		8
	4.0		2.7
ทวีปอเมริกา	37		37
	18.5		12.3
ทวีปยุโรป	70		70
	35.0		23.3
ไม่ได้ระบุ	27		27
	13.5		9.0
รวม	200	100	300
	100.0	100.0	100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป โดยมีสัดส่วนร้อยละ 35.0 รองลงมาจากทวีปเอเชีย มีสัดส่วนร้อยละ 24.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากภาคใต้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.0

ตารางที่ B-1.45 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 4

เดินทางปีละกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	82	35	117
	41.0	35.0	39.0
2 ครั้ง	54	17	71
	27.0	17.0	23.7
3 ครั้ง	35	15	50
	17.5	15.0	16.7
มากกว่า 3 ครั้ง	29	33	62
	14.5	33.0	20.7
เฉลี่ย	4.83	4.09	4.44
รวม	200	100	300
	100.0	100.0	100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 59.0 ซึ่งแตกต่างอย่างชัดเจนจากชาวต่างชาติรวม (ร้อยละ 38.4)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 61.0

ตารางที่ B-1.46 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 4

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	86 43.0	79 79.0	165 55.0
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์	8 4.0	8 8.0	16 5.3
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	106 53.0	13 13.0	119 39.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.0 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนซื้อแพ็คเกจทัวร์ทั้งหมดเพียงร้อยละ 13.0 โดยมีสัดส่วนที่ดำเนินการท่องเที่ยวเอง โดยไม่ใช้บริการทัวร์ถึงร้อยละ 79.0

ตารางที่ B-1.47 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 4

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	160 80.0	80 80.0	240 80.0
เคย	40 20.0	20 20.0	60 20.0
ทวีปเอเชีย	8 4.0	6 6.0	14 4.7
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้		5 5.0	5 1.7
เอเชียตะวันออก	5 2.5	1 1.0	6 2.0
เอเชียตะวันออกกลาง	3 1.5		3 1.0
ทวีปออสเตรเลีย	5 2.5		5 1.7
ทวีปอเมริกา	4 2.0	3 3.0	7 2.3
ทวีปยุโรป	4 2.0	1 1.0	5 1.7
ไม่ได้ระบุ	19 9.5	10 10.0	29 9.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.0 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศเอเชียมาก่อน โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนร้อยละ 20.0 เท่ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่กระบี่ ตรัง โดยประเทศที่เคยไปเป็นประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ตารางที่ B-1.48 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยในพื้นที่ 4

เที่ยวในประเทศไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	154 77.0	33 33.0	187 62.3
เคย	46 23.0	67 67.0	113 37.7
กรุงเทพและปริมณฑล	1 0.5		1 0.3
ภาคเหนือ	16 8.0	22 22.0	38 12.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1 0.5	2 2.0	3 1.0
ภาคกลางและตะวันออก	3 1.5	8 8.0	11 3.7
ภาคใต้	11 5.5	21 21.0	32 10.7
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ	3 1.5	10 10.0	13 4.3
ไม่ได้ระบุ	11 5.5	4 4.0	15 5.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่กระบี่ ตรัง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 23.0 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ รองลงมาเป็นภาคใต้

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.0 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ และภาคใต้

ตารางที่ B-1.49 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 4

เที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	65 32.5	11 11.0	76 25.3
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	98 49.0	48 48.0	146 48.7
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	37 18.5	41 41.0	78 26.0
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	2.95	3.10	3.03
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 67.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีสัดส่วนสูงถึง 89.0

ตารางที่ B-1.50 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 4

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	78 39.0	61 61.0	139 46.3
เดินป่า	72 36.0	56 56.0	128 42.7
ชมดอกไม้	52 26.0	47 47.0	99 33.0
ขี่ช้าง	76 38.0	9 9.0	85 28.3
ดูสัตว์ป่า	43 21.5	33 33.0	76 25.3
ดูแมลง	27 13.5	41 41.0	68 22.7
ล่องแพ	29 14.5	34 34.0	63 21.0
ดำน้ำ	43 21.5	19 19.0	62 20.7
ขี่รถ ATV	52 26.0	3 3.0	55 18.3
จักรยานเสือภูเขา	51 25.5	3 3.0	54 18.0
ปีนเขา	40 20.0	12 12.0	52 17.3
ส่องสัตว์	37 18.5	12 12.0	49 16.3
เที่ยวถ้ำ	12 6.0	35 35.0	47 15.7
รอยตัว	27 13.5	6 6.0	33 11.0
แคนนู	23 11.5	9 9.0	32 10.7
ปีนผา	28 14.0	3 3.0	31 10.3
คายัค	16 8.0	12 12.0	28 9.3
ไต่เขา	20 10.0	6 6.0	26 8.7

กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ เดินป่า มีสัดส่วนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.0

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ เดินป่า ร้อยละ 56.0

ตารางที่ B-1.51 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 4

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
กระบี่	95 47.5	41 41.0	136 45.3
เชียงใหม่	98 49.0	33 33.0	131 43.7
ตรัง	83 41.5	44 44.0	127 42.3
กาญจนบุรี	33 16.5	41 41.0	74 24.7
พิษณุโลก	19 9.5	33 33.0	52 17.3
สระบุรี	41 20.5	10 10.0	51 17.0
นครราชสีมา	32 16.0	5 5.0	37 12.3
เลย	26 13.0	10 10.0	36 12.0
เพชรบูรณ์	14 7.0	19 19.0	33 11.0
เพชรบุรี	25 12.5	5 5.0	30 10.0
แม่ฮ่องสอน	9 4.5	8 8.0	17 5.7
นครนายก	9 4.5	4 4.0	13 4.3
น่าน	3 1.5	7 7.0	10 3.3
หนองคาย	6 3.0	2 2.0	8 2.7
ปราจีนบุรี	2 1.0	-	2 0.7

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งนี้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไปที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 49.0 รองลงมาเป็นจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 47.5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปที่จังหวัดตรัง ร้อยละ 44.0 รองลงมาเป็นจังหวัดกระบี่และกาญจนบุรี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.0

ตารางที่ B-1.52 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 4

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	114 57.0	37 37.0	151 50.3
รีสอร์ท	63 31.5	33 33.0	96 32.0
โฮมสเตย์	21 10.5	12 12.0	33 11.0
เต็นท์ / แคมป์	2 1.0	18 18.0	20 6.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

ในพื้นที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม ร้อยละ 57.0 รองลงมาเป็นรีสอร์ท ร้อยละ 31.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะพักโรงแรม ร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็นรีสอร์ท ร้อยละ 33.0

พื้นที่ 5 : เขาใหญ่: นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี

ตารางที่ B-1.53 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศในพื้นที่ 5

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	206 51.5	115 57.5	321 53.5
หญิง	194 48.5	85 42.5	279 46.5
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่เขาใหญ่ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย โดยเพศชายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.5 และ 57.5 ตามลำดับ

ตารางที่ B-1.54 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 5

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	
0-18 ปี	2			2	4			4	6
วัยเด็ก	0.5			0.5	2.0			2.0	1.0
18-22 ปี	100	4		104	43	2		45	149
วัยศึกษา	25.0	1.0		26.0	21.5	1.0		22.5	24.8
23-30 ปี	118	84	8	210	41	18		59	269
วัยเริ่มทำงาน	29.5	21.0	2.0	52.5	20.5	9.0		29.5	44.8
31-50 ปี	19	40	13	72	17	65	1	83	155
วัยครอบครัว	4.8	10.0	3.3	18.0	8.5	32.5	0.5	41.5	25.8
51-60 ปี	3	2	2	7		8	1	9	16
วัยใกล้เกษียณ	0.8	0.5	0.5	1.8		4.0	0.5	4.5	2.7
60 ปีขึ้นไป	1	4		5					5
วัยเกษียณ	0.3	1.0		1.3					0.8
รวม	243 60.8	134 33.5	23 5.8	400 100.0	105 52.5	93 46.5	2 1.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-30 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.5 ซึ่งมีอายุน้อยกว่าชาวต่างชาติรวม (มีอายุ 23-50 ปี) และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วร้อยละ 39.3

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุที่กระจายกว่าชาวต่างชาติ โดยมีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.0 แต่มีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วถึงร้อยละ 47.5 มากกว่าชาวไทยรวม (ร้อยละ 21.2)

ตารางที่ B-1.55 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติในพื้นที่ 5

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								รวม
	<1,000 USD	1,000-4,999 USD	5,000-9,999 USD	10,000-14,999 USD	15,000-19,999 USD	20,000-24,999 USD	25,000-29,999 USD	30,000 USD++	
พนักงานบริษัท	23 5.8	53 13.3	29 7.3	3 0.8	2 0.5		3 0.8	3 0.8	116 29.0
นิสิต/นักศึกษา	79 19.8	5 1.3	3 0.8					2 0.5	89 22.3
ทำงานอิสระ	4 1.0	28 7.0	20 5.0	13 3.3	7 1.8	4 1.0	3 0.8		79 19.8
เจ้าของกิจการ	7 1.8	16 4.0	10 2.5	23 5.8	14 3.5	5 1.3	2 0.5		77 19.3
ข้าราชการ	3 0.8	5 1.3	6 1.5				1 0.3		15 3.8
ว่างงาน	7 1.8	4 1.0							11 2.8
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	2 0.5	2 0.5							4 1.0
เกษียณรับบำนาญ		1 0.3							1 0.3
อื่นๆ	5 1.3	3 0.8							8 2.0
รวม	130 32.5	117 29.3	68 17.0	39 9.8	23 5.8	9 2.3	9 2.3	5 1.3	400 100.0

สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มพนักงานบริษัทและทำงานอิสระ มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 48.8 มีรายได้กระจายอยู่ในช่วง 0-9,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 22.3 และมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มเจ้าของกิจการ ร้อยละ 19.3 มีรายได้กระจายตั้งแต่ 1,000-19,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.56 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทยในพื้นที่ 5

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน						รวม
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	35,000-49,999 บาท	50,000-69,999 บาท	70,000 บาทขึ้นไป	
พนักงานบริษัท	23 11.5	46 23.0	10 5.0	5 2.5	3 1.5	1 0.5	88 44.0
นิสิต/นักศึกษา	40 20.0						40 20.0
ทำงานอิสระ	6 3.0	10 5.0	8 4.0		1 0.5	2 1.0	27 13.5
เจ้าของกิจการ		4 2.0	6 3.0	2 1.0	3 1.5	5 2.5	20 10.0
ข้าราชการ		15 7.5	2 1.0			1 0.5	18 9.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	3 1.5					2 1.0	5 2.5
อื่นๆ	1 0.5				1 0.5		2 1.0
รวม	73 36.5	75 37.5	26 13.0	7 3.5	8 4.0	11 5.5	200

- สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ ดังนี้
1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 44.0 มีรายได้ในช่วง 0-24,999 บาทต่อเดือน
 2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา ที่มีสัดส่วนร้อยละ 20.0 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน
 3. กลุ่มทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 13.5 มีรายได้กระจายในช่วง 0-34,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.57 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิลำเนาในพื้นที่ 5

ภูมิลำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย	5	200	205
	1.3	100.0	34.2
กรุงเทพและปริมณฑล		93	93
		46.5	15.5
ภาคเหนือ		11	11
		5.5	1.8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		20	20
		10.0	3.3
ภาคกลางและตะวันออก		74	74
		37.0	12.3
ภาคใต้		2	2
		1.0	0.3
ไม่ได้ระบุ	5		5
	1.3		0.8
ทวีปเอเชีย	140		140
	35.0		23.3
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	45		45
	11.3		7.5
เอเชียตะวันออก	77		77
	19.3		12.8
เอเชียใต้	11		11
	2.8		1.8
เอเชียตะวันออกกลาง	7		7
	1.8		1.2
ทวีปออสเตรเลีย	27		27
	6.8		4.5
ทวีปอเมริกา	38		38
	9.5		6.3
ทวีปยุโรป	184		184
	46.0		30.7
ทวีปแอฟริกา	6		6
	1.5		1.0
รวม	400	200	600
	100.0	100.0	100.0

สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาเป็นทวีปเอเชีย 35.0

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้กับพื้นที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.5 รองลงมาเป็นภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.0

ตารางที่ B-1.58 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 5

เดินทางปีละกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	235 58.8	73 36.5	308 51.3
2 ครั้ง	91 22.8	50 25.0	141 23.5
3 ครั้ง	44 11.0	31 15.5	75 12.5
มากกว่า 3 ครั้ง	30 7.5	46 23.0	76 12.7
เฉลี่ย	4.00	4.98	4.59
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

ในพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 58.8 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.5

ตารางที่ B-1.59 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 3

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	233 58.3	116 58.0	349 58.2
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์	11 2.8	52 26.0	63 10.5
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	156 39.0	32 16.0	188 31.3
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ดำเนินการเองทั้งหมด ไม่ได้ใช้บริการทัวร์ โดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 58.3 ขณะที่ชาวไทย ส่วนใหญ่จะดำเนินการเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 58.0

ตารางที่ B-1.60 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 5

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	224 56.0	185 92.5	409 68.2
เคย	176 44.0	15 7.5	191 31.8
ทวีปเอเชีย	73 18.3		73 12.2
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	21 5.3		21 3.5
เอเชียตะวันออก	38 9.5		38 6.3
เอเชียใต้	14 3.5		14 2.3
ทวีปออสเตรเลีย	24 6.0		24 4.0
ทวีปอเมริกา	16 4.0	1 0.5	17 2.8
ทวีปยุโรป	56 14.0		56 9.3
ไม่ได้ระบุ	7 1.8	14 7.0	21 3.5
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่เขาใหญ่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.0 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศเอเชียมาก่อน โดยเฉพาะเอเชียตะวันออก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 7.5

ตารางที่ B-1.61 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยในพื้นที่ 5

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	228 57.0	93 46.5	321 53.5
เคย	172 43.0	107 53.5	279 46.5
กรุงเทพและปริมณฑล	4 1.0	1 0.5	5 0.8
ภาคเหนือ	57 14.3	16 8.0	73 12.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14 3.5	7 3.5	21 3.5
ภาคกลางและตะวันออก	36 9.0	43 21.5	79 13.2
ภาคใต้	59 14.8	15 7.5	74 12.3
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ	2 0.5	7 3.5	9 1.5
ไม่ได้ระบุ		18 9.0	18 3.0
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนร้อยละ 43.0 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคใต้และภาคเหนือ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศเป็นครั้งแรก มีสัดส่วนเพียง 57.0

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.5 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันออก

ตารางที่ B-1.62 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 5

เที่ยว Eco ในประเทศไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	134 33.5	56 28.0	190 31.7
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	221 55.3	75 37.5	296 49.3
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	45 11.3	69 34.5	114 19.0
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	2.58	3.86	3.35
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

ในพื้นที่เขาใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนร้อยละ 66.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยร้อยละ 72.0

ตารางที่ B-1.63 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 5

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	169 42.3	80 40.0	249 41.5
ขี่ช้าง	234 58.5	32 16.0	266 44.3
เดินป่า	102 25.5	87 43.5	189 31.5
ดูสัตว์ป่า	88 22.0	97 48.5	185 30.8
ชมดอกไม้	88 22.0	69 34.5	157 26.2
ดำน้ำ	110 27.5	32 16.0	142 23.7
ปีนเขา	110 27.5	29 14.5	139 23.2
ดูแมลง	93 23.3	34 17.0	127 21.2
จักรยานเสือภูเขา	95 23.8	25 12.5	120 20.0
ล่องแพ	44 11.0	59 29.5	103 17.2
ล่องสัตว์	48 12.0	43 21.5	91 15.2
ขี่รถ ATV	43 10.8	35 17.5	78 13.0
โรยตัว	47 11.8	27 13.5	74 12.3
เที่ยวถ้ำ	15 3.8	58 29.0	73 12.2
ไต่เขา	58 14.5	13 6.5	71 11.8
คายัค	51 12.8	9 4.5	60 10.0
แคนนู	32 8.0	18 9.0	50 8.3
ปีนผา	19 4.8	8 4.0	27 4.5

สำหรับพื้นที่เขาใหญ่ กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ขี่ช้าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 42.3

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ดูสัตว์ป่า มีสัดส่วนร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ เดินป่า มีสัดส่วนร้อยละ 43.5

ตารางที่ B-1.64 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 5

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	227 56.8	92 46.0	319 53.2
พิษณุโลก	124 31.0	73 36.5	197 32.8
นครราชสีมา	68 17.0	71 35.5	139 23.2
กระบี่	111 27.8	27 13.5	138 23.0
เพชรบูรณ์	53 13.3	58 29.0	111 18.5
กาญจนบุรี	52 13.0	51 25.5	103 17.2
แม่ฮ่องสอน	56 14.0	28 14.0	84 14.0
เพชรบุรี	32 8.0	52 26.0	84 14.0
นครนายก	18 4.5	53 26.5	71 11.8
ปราจีนบุรี	20 5.0	51 25.5	71 11.8
ตรัง	53 13.3	18 9.0	71 11.8
สระบุรี	20 5.0	37 18.5	57 9.5
น่าน	21 5.3	20 10.0	41 6.8
เลย	12 3.0	19 9.5	31 5.2
หนองคาย	17 4.3	7 3.5	24 4.0

สำหรับพื้นที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งนี้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 56.8 รองลงมาเป็นจังหวัดพิษณุโลกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.0 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกัน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 46.0

ตารางที่ B-1.65 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 5

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	189 47.3	50 25.0	239 39.8
รีสอร์ท	101 25.3	53 26.5	154 25.7
โฮมสเตย์	64 16.0	30 15.0	94 15.7
เดย์ / แคมป์	43 10.8	50 25.0	93 15.5
อื่นๆ	3 0.8	17 8.5	20 3.3
รวม	400 100.0	200 100.0	600 100.0

สำหรับพื้นที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม ร้อยละ 47.3 รองมาเป็นรีสอร์ท ร้อยละ 25.3 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะพักในรีสอร์ท ร้อยละ 26.5 รองมาเป็นโรงแรมและเดย์/แคมป์ ในสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 25.0

พื้นที่ 6 : เลยหนองคาย

ตารางที่ B-1.66 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านเพศในพื้นที่ 6

เพศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ชาย	108 54.0	61 61.0	169 56.3
หญิง	92 46.0	39 39.0	131 43.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 54.0 และ 61.0 ตามลำดับ

ตารางที่ B-1.67 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอายุและสถานะในพื้นที่ 6

สถานะ	ชาวต่างชาติ				ชาวไทย				รวม
	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	โสด	แต่งงาน	หย่าร้าง	รวม	
0-18 ปี	7			7	7	1		8	15
วัยเด็ก	3.5			3.5	7.0	1.0		8.0	5.0
18-22 ปี	44	1		45	17	1		18	63
วัยศึกษา	22.0	0.5		22.5	17.0	1.0		18.0	21.0
23-30 ปี	25	22		47	37	4		41	88
วัยเริ่มทำงาน	12.5	11.0		23.5	37.0	4.0		41.0	29.3
31-50 ปี	14	52	2	68	23	2	2	27	95
วัยครอบครัว	7.0	26.0	1.0	34.0	23.0	2.0	2.0	27.0	31.7
51-60 ปี		14		14	6			6	20
วัยใกล้เกษียณ		7.0		7.0	6.0			6.0	6.7
60 ปีขึ้นไป	1	18		19					19
วัยเกษียณ	0.5	9.0		9.5					6.3
รวม	91 45.5	107 53.5	2 1.0	200 100.0	90 90.0	8 8.0	2 2.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.5 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วถึงร้อยละ 54.5 แสดงถึงส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีลักษณะคล้ายคลึงกับชาวต่างชาติ โดยมีอายุอยู่ในช่วง 23-50 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.0 และมีสัดส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วเพียงร้อยละ 10.0แสดงถึงส่วนใหญ่จะมากับเพื่อน

ตารางที่ B-1.68 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวต่างชาติในพื้นที่ 6

ชาวต่างชาติ	รายได้ต่อเดือน								รวม
	<1,000 USD	1,000-4,999 USD	5,000-9,999 USD	10,000-14,999 USD	15,000-19,999 USD	20,000-24,999 USD	25,000-29,999 USD	30,000 USD++	
ทำงานอิสระ	20 10.0	7 3.5	17 8.5	29 14.5	14 7.0	2 1.0	2 1.0		91 45.5
นิสิต/นักศึกษา	48 24.0								48 24.0
พนักงานบริษัท	2 1.0	10 5.0	8 4.0	2 1.0	2 1.0	1 0.5		3 1.5	28 14.0
เจ้าของกิจการ		1 0.5		2 1.0	4 2.0	4 2.0	3 1.5		14 7.0
เกษียณรับบำนาญ	1 0.5	6 3.0	1 0.5	1 0.5				1 0.5	10 5.0
ว่างงาน	3 1.5							1 0.5	4 2.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	1 0.5	2 1.0							3 1.5
ข้าราชการ			1 0.5						1 0.5
อื่นๆ		1 0.5							1 0.5
รวม	75 37.5	27 13.5	27 13.5	34 17.0	20 10.0	7 3.5	5 2.5	5 2.5	200 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ

1. กลุ่มทำงานอิสระ มีสัดส่วนร้อยละ 45.5 ซึ่งมีรายได้กระจุกตัวในสองช่วง ได้แก่ น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน และ 5,000-14,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
2. กลุ่มนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.0 ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน
3. กลุ่มพนักงานบริษัท มีสัดส่วนร้อยละ 14.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 1,000 – 9,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

ตารางที่ B-1.69 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนของชาวไทยในพื้นที่ 6

ชาวไทย	รายได้ต่อเดือน					
	<10,000 บาท	10,000-24,999 บาท	25,000-34,999 บาท	35,000-49,999 บาท	50,000-69,999 บาท	รวม
พนักงานบริษัท	17 17.0	6 6.0	3 3.0	1 1.0		27 27.0
นิสิต/นักศึกษา	24 24.0					24 24.0
ทำงานอิสระ	9 9.0	4 4.0				13 13.0
ข้าราชการ	3 3.0	5 5.0	2 2.0			10 10.0
เจ้าของกิจการ		1 1.0	3 3.0	1 1.0	1 1.0	6 6.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	6 6.0					6 6.0
ว่างงาน	5 5.0					5 5.0
เกษียณรับบำนาญ			2 2.0			2 2.0
อื่นๆ	5 5.0	2 2.0				7 7.0
รวม	69 69.0	18 18.0	10 10.0	2 2.0	1 1.0	100 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท นิสิต/นักศึกษา และทำงานอิสระ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 27.0, 24.0 และ 13.0 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ B-1.70 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านภูมิสำเนาในพื้นที่ 6

ภูมิสำเนา	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ประเทศไทย	2 1.0	100 100.0	102 34.0
กรุงเทพและปริมณฑล		7 7.0	7 2.3
ภาคเหนือ		30 30.0	30 10.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		63 63.0	63 21.0
ไม่ได้ระบุ	2 1.0		2 0.7
ทวีปเอเชีย	59 29.5		59 19.7
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	12 6.0		12 4.0
เอเชียตะวันออก	45 22.5		45 15.0
เอเชียใต้	1 0.5		1 0.3
เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง	1 0.5		1 0.3
ทวีปออสเตรเลีย	16 8.0		16 5.3
ทวีปอเมริกา	34 17.0		34 11.3
ทวีปยุโรป	87 43.5		87 29.0
ทวีปแอฟริกา	2 1.0		2 0.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็นทวีปเอเชีย มีสัดส่วนร้อยละ 29.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.0 รองลงมาเป็นภาคเหนือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.0

ตารางที่ B-1.71 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ 6

เดินทางมีกี่ครั้ง	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
1 ครั้ง	156 78.0	59 59.0	215 71.7
2 ครั้ง	30 15.0	30 30.0	60 20.0
3 ครั้ง	11 5.5	11 11.0	22 7.3
มากกว่า 3 ครั้ง	3 1.5		3 1.0
เฉลี่ย	4.00		4.00
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 78.0 ซึ่งอีกร้อยละ 22.0 มีการท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปี

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.0

ตารางที่ B-1.72 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 6

วิธีการท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ทำเองทั้งหมด	105 52.5	54 54.0	159 53.0
ทำเอง และ ใช้บริการทัวร์	1 0.5	30 30.0	31 10.3
ใช้บริการทัวร์ทั้งหมด	94 47.0	16 16.0	110 36.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะดำเนินการเองทั้งหมด โดยไม่ใช้ทัวร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ดำเนินการเองเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 53.0

ตารางที่ B-1.73 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทยในพื้นที่ 6

เที่ยวต่างประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	152 76.0	89 89.0	241 80.3
เคย	48 24.0	11 11.0	59 19.7
ทวีปเอเชีย	14 7.0	10 10.0	24 8.0
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	1 0.5	6 6.0	7 2.3
เอเชียตะวันออก	6 3.0	4 4.0	10 3.3
เอเชียใต้	6 3.0		6 2.0
เอเชียตะวันออกกลาง	1 0.5		1 0.3
ทวีปออสเตรเลีย	2 1.0		2 0.7
ทวีปอเมริกา	17 8.5	1 1.0	18 6.0
ทวีปยุโรป	10 5.0		10 3.3
ทวีปแอฟริกา	2 1.0		2 0.7
ไม่ได้ระบุ	3 1.5		3 1.0
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

ในพื้นที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเที่ยวประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.0 โดยส่วนใหญ่เคยไปประเทศในทวีปอเมริกา

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนเคยไปเที่ยวประเทศอื่นมาก่อนเพียงร้อยละ 11.0 ส่วนใหญ่เป็นประเทศในเอเชีย

ตารางที่ B-1.74 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านการไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยในพื้นที่ 6

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ไม่เคย	146 73.0	26 26.0	172 57.3
เคย	54 27.0	74 74.0	128 42.7
กรุงเทพและปริมณฑล		1 1.0	1 0.3
ภาคเหนือ	25 12.5	36 36.0	61 20.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5 2.5		5 1.7
ภาคกลางและตะวันออก	10 5.0	14 14.0	24 8.0
ภาคใต้	13 6.5	21 21.0	34 11.3
หลายพื้นที่ทั่วประเทศ		2 2.0	2 0.7
ไม่ได้ระบุ	1 0.5		1 0.3
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 27.0 โดยจังหวัดที่เคยไปเที่ยวมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ รองลงมาเป็นภาคใต้

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมาก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.0 โดยจังหวัดที่เคยไปมาก่อน คือ จังหวัดในภาคเหนือ

ตารางที่ B-1.75 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 6

เที่ยว Eco ในประเทศไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ครั้งแรก	19 9.5	23 23.0	42 14.0
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	169 84.5	71 71.0	240 80.0
มากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี	12 6.0	6 6.0	18 6.0
เฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	3.58	2.83	3.33
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

พื้นที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 77.0

ตารางที่ B-1.76 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่เคยใช้บริการในพื้นที่ 6

กิจกรรม	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
ตุนก	100 50.0	66 66.0	166 55.3
ขี่ช้าง	131 65.5	14 14.0	145 48.3
เดินป่า	41 20.5	55 55.0	96 32.0
ชมดอกไม้	27 13.5	46 46.0	73 24.3
ดูสัตว์ป่า	32 16.0	38 38.0	70 23.3
ปีนเขา	57 28.5	7 7.0	64 21.3
จักรยานเสือภูเขา	44 22.0	16 16.0	60 20.0
ดูแมลง	28 14.0	32 32.0	60 20.0
ดำน้ำ	49 24.5	7 7.0	56 18.7
ล่องแพ	11 5.5	24 24.0	35 11.7
ส่องสัตว์	18 9.0	15 15.0	33 11.0
เที่ยวถ้ำ	5 2.5	27 27.0	32 10.7
คายัค	28 14.0	-	28 9.3
แคนนู	19 9.5	6 6.0	25 8.3
โรยตัว	19 9.5	4 4.0	23 7.7
ไต่เขา	13 6.5	4 4.0	17 5.7
ขี่รถ ATV	15 7.5	2 2.0	17 5.7
ปีนผา	7 3.5	1 1.0	8 2.7

สำหรับพื้นที่ 6 กิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ขี่ช้าง มีสัดส่วนร้อยละ 65.5 รองลงมา คือ ตุนก มีสัดส่วนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0

ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คือ ตุนก มีสัดส่วนร้อยละ 66.0 รองลงมา คือ เดินป่า มีสัดส่วนร้อยละ 55.0

ตารางที่ B-1.77 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านจังหวัดที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในพื้นที่ 6

เที่ยวในประเทศ	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	135 67.5	64 64.0	199 66.3
พิษณุโลก	91 45.5	59 59.0	150 50.0
กระบี่	55 27.5	20 20.0	75 25.0
เพชรบูรณ์	35 17.5	36 36.0	71 23.7
นครราชสีมา	43 21.5	16 16.0	59 19.7
เพชรบุรี	17 8.5	22 22.0	39 13.0
กาญจนบุรี	20 10.0	17 17.0	37 12.3
ตรัง	22 11.0	13 13.0	35 11.7
เลย	14 7.0	17 17.0	31 10.3
แม่ฮ่องสอน	19 9.5	11 11.0	30 10.0
หนองคาย	16 8.0	11 11.0	27 9.0
น่าน	17 8.5	9 9.0	26 8.7
สระบุรี	17 8.5	4 4.0	21 7.0
นครนายก	10 5.0	6 6.0	16 5.3
ปราจีนบุรี	9 4.5	6 6.0	15 5.0

สำหรับพื้นที่ 6 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยครั้งนี้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 67.5 รองลงมาเป็นจังหวัดพิษณุโลก ร้อยละ 45.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะไปจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกัน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 64.0 รองลงมาเป็นจังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.0

ตารางที่ B-1.78 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านประเภทห้องพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ 6

สถานที่พัก	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
โรงแรม	137 68.5	32 32.0	169 56.3
รีสอร์ท	19 9.5	18 18.0	37 12.3
โฮมสเตย์	27 13.5	28 28.0	55 18.3
เดย์แคมป์ / แคมป์	12 6.0	22 22.0	34 11.3
อื่นๆ	5 2.5		5 1.7
รวม	200 100.0	100 100.0	300 100.0

สำหรับพื้นที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.5 รองมาเป็นโฮมสเตย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.5 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.0 รองลงมาพักในโฮมสเตย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.0

2) การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว

พื้นที่ 1 : เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน

ตารางที่ B-2.1 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 1

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เชียงใหม่	8.14	7.32	7.87
น่าน	8.29	7.56	8.05
แม่ฮ่องสอน	8.48	7.88	8.28
รวม	8.30	7.59	8.06

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาเป็นจังหวัดน่านและเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดแม่ฮ่องสอน จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากที่สุด รองมาเป็นจังหวัดน่านและเชียงใหม่

ตารางที่ B-2.1 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 1

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เชียงใหม่		3 3.0	10 10.0	42 42.0	45 45.0	100 100.0
น่าน			10 10.0	47 47.0	43 43.0	100 100.0
แม่ฮ่องสอน		1 1.0	8 8.0	35 35.0	56 56.0	100 100.0
รวม		4 1.3	28 9.3	124 41.3	144 48.0	300 100.0

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้นักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 56.0 และ 45.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.0

ตารางที่ B-2.3 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 1

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เชียงใหม่	1 2.0	6 12.0	13 26.0	7 14.0	23 46.0	50 100.0
น่าน		2 4.0	12 24.0	20 40.0	16 32.0	50 100.0
แม่ฮ่องสอน	1 2.0	2 4.0	9 18.0	14 28.0	24 48.0	50 100.0
รวม	2 2.0	10 6.7	34 22.7	41 27.3	63 42.0	150 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้นักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.0 และ 46.0 ตามลำดับ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.0

พื้นที่ 2 : พิษณุโลก เพชรบูรณ์

ตารางที่ B-2.4 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 2

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
พิษณุโลก	8.44	7.54	8.14
เพชรบูรณ์	8.76	8.42	8.65
รวม	8.60	7.98	8.39

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์ จะมีการแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์ จะมีการแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ B-2.5 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 2

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
พิษณุโลก		1 1.0	13 13.0	30 30.0	56 56.0	100 100.0
เพชรบูรณ์			6 6.0	30 30.0	64 64.0	100 100.0
รวม		1 0.5	19 9.5	60 30.0	120 60.0	200 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์และพิษณุโลก ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.0 และ 56.0

ตารางที่ B-2.6 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 2

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
พิษณุโลก			15 30.0	20 40.0	15 30.0	50 100.0
เพชรบูรณ์			5 10.0	20 40.0	25 50.0	50 100.0
รวม			20 20.0	40 40.0	40 40.0	100 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่จะแนะนำต่อแน่นอนเพื่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0 ขณะที่จังหวัดพิษณุโลก อาจจะแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.0

พื้นที่ 3 : เพชรบุรี กาญจนบุรี

ตารางที่ B-2.7 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 3

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เพชรบุรี	8.30	7.82	8.14
กาญจนบุรี	8.10	8.06	8.09
รวม	8.20	7.94	8.11

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเพชรบุรี จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดกาญจนบุรี

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ B-2.8 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 3

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เพชรบุรี			11 11.0	46 46.0	43 43.0	100 100.0
กาญจนบุรี		2 2.0	12 12.0	46 46.0	40 40.0	100 100.0
รวม		2 1.0	23 11.5	92 46.0	83 41.5	200 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเพชรบุรีและกาญจนบุรี ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.0

ตารางที่ B-2.9 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 3

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เพชรบุรี	1 2.0	2 4.0	11 22.0	12 24.0	24 48.0	50 100.0
กาญจนบุรี			7 14.0	24 48.0	19 38.0	50 100.0
รวม	1 1.0	2 2.0	18 18.0	36 36.0	43 43.0	100 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้นักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่จะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.0

พื้นที่ 4 : กระบี่ ตรัง

ตารางที่ B-2.10 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 4

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
กระบี่	7.60	7.76	7.65
ตรัง	7.98	7.70	7.89
รวม	7.79	7.73	7.77

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดตรัง จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยในจังหวัดกระบี่ จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดตรัง

ตารางที่ B-2.11 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 4

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
กระบี่	3 3.0		20 20.0	40 40.0	37 37.0	100 100.0
ตรัง			11 11.0	51 51.0	38 38.0	100 100.0
รวม	3 1.5		31 15.5	91 45.5	75 37.5	200 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดตรังและกระบี่ ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.0 และ 40.0 ตามลำดับ

ตารางที่ B-2.12 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 4

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
กระบี่	1 2.0	1 2.0	10 20.0	20 40.0	18 36.0	50 100.0
ตรัง	1 2.0	1 2.0	10 20.0	19 38.0	19 38.0	50 100.0
รวม	22.0	2.0	20.0	39.0	37.0	100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.0

และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตรัง มีสัดส่วนอาจแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.0

พื้นที่ 5 : เขาใหญ่: นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี

ตารางที่ B-2.14 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 5

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
นครราชสีมา	8.09	7.70	7.96
สระบุรี	8.25	7.38	7.96
นครนายก	8.58	7.48	8.21
ปราจีนบุรี	8.52	7.70	8.25
รวม	8.36	7.57	8.10

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดนครนายก จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากที่สุด รองลงเป็นจังหวัดปราจีนบุรี สระบุรี และนครราชสีมา

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดนครราชสีมาและปราจีนบุรี จะมีการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากที่สุด รองลงเป็นจังหวัดนครนายก และสระบุรี

ตารางที่ B-2.15 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 5

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
นครราชสีมา		1	7	49	43	100
		1.0	7.0	49.0	43.0	100.0
สระบุรี		2	16	28	54	100
		2.0	16.0	28.0	54.0	100.0
นครนายก		1	8	32	59	100
		1.0	8.0	32.0	59.0	100.0
ปราจีนบุรี		1	11	29	59	100
		1.0	11.0	29.0	59.0	100.0
รวม		5	42	138	215	400
		1.3	10.5	34.5	53.8	100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดปราจีนบุรี นครนายกและสระบุรี ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้นักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.0, 59.0 และ 54.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อนักท่องเที่ยวหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.0

ตารางที่ B-2.16 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 5

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
นครราชสีมา			17	13	20	50
			34.0	26.0	40.0	100.0
สระบุรี		4	14	14	18	50
		8.0	28.0	28.0	36.0	100.0
นครนายก		2	13	23	12	50
		4.0	26.0	46.0	24.0	100.0
ปราจีนบุรี	1	2	14	10	23	50
	2.0	4.0	28.0	20.0	46.0	100.0
รวม	1	8	58	60	73	200
	0.5	4.0	29.0	30.0	36.5	100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี นครราชสีมา และสระบุรี ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.0, 40.0 และ 36.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.0

พื้นที่ 6 : เลย หนองคาย

ตารางที่ B-2.17 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ 6

พื้นที่ / จังหวัด	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	รวม
เลย	8.26	8.00	8.17
หนองคาย	8.58	7.36	8.17
รวม	8.42	7.68	8.17

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดหนองคาย จะมีการแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดเลย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเลย จะมีการแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทยมากกว่าจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ B-2.18 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ในพื้นที่ 6

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
เลย		7 7.0	8 8.0	32 32.0	53 53.0	100 100.0
หนองคาย			5 5.0	38 38.0	57 57.0	100 100.0
รวม		7 3.5	13 6.5	70 35.0	110 55.0	200 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดหนองคายและเลย ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.0 และ 53.0

ตารางที่ B-2.19 การแนะนำต่อนักท่องเที่ยวของชาวไทย ในพื้นที่ 6

พื้นที่ / จังหวัด	ไม่แนะนำ แน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำต่อ แน่นอน	รวม
พิษณุโลก	1 2.0		10 20.0	14 28.0	25 50.0	50 100.0
เพชรบูรณ์		2 4.0	11 22.0	25 50.0	12 24.0	50 100.0
รวม	1 1.0	2 2.0	21 21.0	39 39.0	37 37.0	100 100.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่จะแนะนำต่ออย่างแน่นอนให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำต่อให้เพื่อนหรือญาติมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0

Appendix C

1) พื้นที่ศักยภาพในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

พื้นที่ 1 : เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน

- เชียงใหม่



จังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากเชียงใหม่มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะภูเขา และสายน้ำ อีกทั้งยังมีชนบทรอบเนินมประเพณี วัฒนธรรมของชาวเหนือ เนื่องจากภูมิประเทศที่เป็นใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ทำให้เอื้อต่อกิจกรรมผจญภัยต่างๆ มากมาย โดยเชียงใหม่มีภูเขาสลับซับซ้อน โดยมีเทือกเขา

อยู่ 3 แนว คือ เทือกเขาแดนลาว เทือกเขาถนนธงชัย และเทือกเขาผีปันน้ำ ทำให้เป็นแหล่งกำเนิดลำน้ำที่สำคัญ หล่อเลี้ยงชีวิตชาวเชียงใหม่ เช่น ลำน้ำแม่แตง ลำน้ำแม่แจ่ม แม่น้ำฝาง และ แม่น้ำปิง โดยเฉพาะแม่น้ำปิงซึ่งเปรียบเสมือน สายน้ำแห่งวัฒนธรรม ที่หล่อเลี้ยงภูมิปัญญาของชาวเชียงใหม่

การเดินทางของเชียงใหม่ ถือว่ามีความพร้อมในระดับสูง เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาค เนื่องจาก เชียงใหม่ มีท่าอากาศยานเชียงใหม่ ที่เอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในปัจจุบัน ที่มีสายการบินราคาประหยัด หลายเที่ยวบิน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ไม่ยาก “เชียงใหม่” อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 696 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวกลุ่มประหยัด สามารถเดินทางมาได้จากทางรถไฟ แต่ใช้เวลาค่อนข้างยาวนาน ประมาณ 15 ชั่วโมง โดยมีทั้งรถด่วนและรถเร็ว ออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพฯ ทุกวัน การเดินทางอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมคือ รถโดยสาร (รถทัวร์) โดยใช้เวลาประมาณ 9 ชั่วโมงครึ่ง จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การเดินทางแบบรถทัวร์ ในปัจจุบัน สะดวกสบายมาก เนื่องจากมีผู้ให้บริการที่หลากหลาย และมีความสะดวกสบายตามมาตรฐานราคาสำหรับการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ซึ่งมีความสะดวกและเป็นส่วนตัว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย หรือนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณสูง สามารถเลือกเดินทางโดยใช้เครื่องบิน ซึ่งมีสายการบินให้เลือกหลายหลาย เช่น การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ นกแอร์ แอร์เอเชีย และ วันทูโก เป็นต้น



- **น่าน**

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดเล็กๆ ที่ห้อมล้อมไปด้วยภูเขาอันยิ่งใหญ่ มีผู้คนหลายเชื้อชาติ โดยเฉพาะชาวไทยลื้อที่มีงานศิลปะ สร้างสรรค์มากมาย น่านมีความเฉพาะตัว มีความสวยงามของขุนเขา สายน้ำ ทะเลหมอก จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้ แนวชายแดนของน่าน ติดกับประเทศลาว ตามแนวทิว



เขาหลวงพระบาง เป็นระยะทางถึง 277 กิโลเมตร ส่วนที่ติดกับแพร์ ก็มีทิวเขาผืนน้ำขวางกัน น่านจึงได้รับการกล่าวขานว่าเป็นป่าเมืองดอย เพราะการเดินทางติดต่อที่ยากลำบาก แต่ด้วยการคมนาคมลำบากนี้เอง ที่ทำให้น่านยังคงความเป็นธรรมชาติไว้อย่างมาก โดยชาวบ้าน ดำรงชีวิตอย่างสงบด้วยการทำการเกษตร ประมง ปลูกข้าว พืชไร่ และยาสูบ

การเดินทางไปจังหวัดน่าน มีหลายช่องทาง สำหรับทางรถยนต์ มีระยะทางจากกรุงเทพฯ ประมาณ 668 กิโลเมตร โดยเส้นทางถนนเป็นเส้นทางที่คดเคี้ยว ทำให้ต้องใช้ความระมัดระวังค่อนข้างสูง แม้สภาพพื้นผิวถนนจะดีมาก หากเดินทางโดยรถประจำทาง จะใช้เวลาประมาณ 10 ชั่วโมง สำหรับเครื่องบินจะใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ ประมาณ 1 ชั่วโมง สำหรับการเดินทางในตัวเมือง อาจเดินทางโดยรถสองแถวซึ่งมีสายเดียว คือ รถรอบเมือง นอกจากนี้ยังมีรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถสามล้อถีบ การท่องเที่ยวในแต่ละแห่งใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการท่องเที่ยว จึงต้องทำให้แต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากเพียงพอ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละแห่งได้เต็มที่ เพื่อคุ้มค่ากับระยะทางและเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- **แม่ฮ่องสอน**



ปัจจัยพื้นฐานของจังหวัดแม่ฮ่องสอน หรือเมืองสามหมอกมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดน่าน โดยมีภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อนทอดขนานไปกับทิวเขาถนนธงชัย และทิวเขาแดนลาว ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 356 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแม่ฮ่องสอนได้หลายวิธีทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และเครื่องบิน "แม่ฮ่องสอน" มีสนามบิน 2 แห่ง คือ ในอำเภอเมือง และอำเภอปาย มีเที่ยวบินระหว่างเส้นทางเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน ให้บริการ อย่างไรก็ตาม

การเดินทางโดยเครื่องบิน บางครั้งไม่สามารถลงจอดได้เนื่องจากหมอกและควันที่ปกคลุมสนามบิน ทั้งนี้ในตัวเมืองแม่ฮ่องสอนมีพาหนะหลายรูปแบบบริการ รวมทั้งการเช่าจักรยาน และรถมอเตอร์ไซด์ แม่ฮ่องสอนมีลักษณะพิเศษที่เป็นจุดแข็งหรือศักยภาพในการพัฒนาของตัวเองที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ หลายประการ อาทิ เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ห่างไกล ภูมิประเทศเป็นภูเขาและป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ถึงร้อยละ 90 ของพื้นที่ นอกจากนี้ เมืองแม่ฮ่องสอนตั้งอยู่ในหุบเขาที่มีหมอกปกคลุมตลอดทั้งปี โดยในฤดูฝนจะมีฝนตกชุก ฤดูหนาวอากาศเย็นมาก แม่ฮ่องสอนมีภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและธรรมชาติสวยงาม และสิ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป คือ ทุ่งบัวตอง และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอีกหลายแห่ง มีประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประชาชนพื้นถิ่นที่ราบชาวไทใหญ่และชาวไต กับชาวไทภูเขา มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และยังมีโครงการตามพระราชดำริ ที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

พื้นที่ 2 : พิษณุโลก เพชรบูรณ์

กลุ่มจังหวัดนี้มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งในระยะที่ผ่านมาทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ ยังไม่ได้รับการพัฒนาและนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น ทั้งการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมีชีวิตชีวาแก่แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด และการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ กลุ่มจังหวัดยังมีความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานหลัก ทั้งทางถนน ทางรถไฟ และทางอากาศ และมีสถาบันการศึกษาที่สามารถผลิตบุคลากร เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจนี้ได้อย่างพอเพียง อย่างไรก็ตาม ควรมีการเตรียมวางแผนด้านอัตราค่าจ้างคน ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การคมนาคมขนส่งและเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร รวมทั้งการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่ให้มีการเติบโตบนความสมดุลและยั่งยืน

• พิษณุโลก

เป็นเมืองใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง นักท่องเที่ยวติดกับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการชื่นชมธรรมชาติของสายน้ำและป่าเขาที่สวยงามน่าท่องเที่ยว แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมากนัก สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังไม่ได้รับการพัฒนาในพื้นที่เท่าใดนัก จังหวัดพิษณุโลกอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 377 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 10,815 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาและที่ราบสลับป่าไม้ทางด้านตะวันออก นอกนั้นเป็นที่ราบลุ่มอยู่โดยทั่วไป มีแม่น้ำสำคัญ คือ แม่น้ำน่าน ซึ่งไหลผ่านบริเวณตัวเมือง ข้อได้เปรียบของพิษณุโลกด้านการท่องเที่ยว คือ จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองหลักของกลุ่มอินโดจีน โดยมีจุดตัดหรือสี่แยกเชื่อมโยงทางด้านเหนือคือคนหมิงของจีน ผ่านเชียงรายไปสู่ทางใต้ คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ และเชื่อมโยงกับเมืองสำคัญทางทิศตะวันตก คือ เมืองเมาะละแม้งของพม่า ผ่านแม่สอดไปสู่ทิศตะวันออกผ่านจังหวัดมุกดาหาร สหวั่นนะเขต สปป.ลาว และดำนิงประเทศเวียดนาม ซึ่งเส้นทางดังกล่าวหากมีการเปิดประชาคมอาเซียน ก็จะทำให้มีโอกาสด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะพิษณุโลก ถือว่าเป็นเสาหลักของกลุ่มสี่แยกอินโดจีน จำเป็นต้องพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ได้มาตรฐานสากลหรือดียิ่งขึ้น

• เพชรบูรณ์

จังหวัดเพชรบูรณ์ มีเนื้อที่ประมาณ 12,668 ตารางกิโลเมตร ด้านทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดเลย ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดจังหวัดขอนแก่นและชัยภูมิ ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพิษณุโลก นครสวรรค์ และพิจิตร แบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า อำเภอชนแดน อำเภอหนองไผ่ อำเภอบึงสามพัน อำเภอวิเชียรบุรี อำเภอศรีเทพ อำเภอวังโป่ง อำเภอน้ำหนาว และอำเภอเขาค้อ ได้มีการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2527 เป็นพื้นที่ที่มีธรรมชาติแปลกและสวยงาม ทั้งยังเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ เป็นยุทธภูมิที่สำคัญอันเนื่องจากความขัดแย้งของลัทธิและแนวความคิดทางการเมือง "อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า" จึงเป็นอุทยานแห่งชาติเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยที่รักษาไว้ซึ่งประวัติศาสตร์ของการสู้รบ และความสวยงามทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าปกคลุมด้วยป่าไม้ 3 ชนิด คือ ป่าเต็งรัง ป่าดิบเขา และป่าสนเขา ป่าเต็งรังเป็นป่าที่ขึ้นในพื้นที่ระดับต่ำบริเวณเชิงเขา พื้นดินเป็นดินที่ขาดความอุดมสมบูรณ์ค่อนข้างแห้งแล้ง พันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ เต็ง รัง พะยอม เหียง ตะคร้อ พลวง ฯลฯ ส่วนป่าดิบเขาจะขึ้นในบริเวณเขาสูง ซึ่งมีปริมาณน้ำฝนค่อนข้างมาก อากาศชื้น เป็นป่ารกทึบพันธุ์ไม้ที่พบเห็นทั่วไปได้แก่ ก่อเดือย ก่อหัวหมู อบเชย ทะโล้ ส่วนไม้พื้นล่างได้แก่ หวายปาล์มชนิดต่างๆ สำหรับป่าสนเขาเป็นป่าบนที่ราบหลังภู มีสนสองใบและสนสามใบขึ้นปะปนกัน แต่ส่วนใหญ่เป็นสนสองใบ บางแห่งอยู่รวมกันเป็นป่าสนกว้างขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ยังพบ

พันธุ์กล้วยไม้ป่า ดอกไม้ป่าหลายชนิดขึ้นอยู่ตามลานหิน เช่น เอื้องม้าวิ่ง เอื้องตาเหิน เอื้องคำหิน เอื้องสายสามสี ช้องนางคลี่ เหนง้าน้ำทิพย์ กุหลาบขาว กุหลาบแดง ฟองหิน รวมทั้งมอส เฟิร์น ไลเคน และตะไคร้ชนิดต่างๆ ซึ่งในช่วงปลายฤดูฝนต่อฤดูหนาว ดอกไม้ป่าเหล่านี้จะออกดอกบานสะพรั่งมีสีสดงดงามมาก ในอดีตอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า มีสัตว์ป่าหลายชนิด เช่น เสือ กวาง เก้ง กระเจิง นกชนิดต่างๆ ครั้นต่อมาเมื่อกลายเป็นแหล่งอาศัยของคนจำนวนมาก และยังคงเป็นสมรภูมิแห่งการสู้รบมาก่อน สัตว์ป่าต่างๆ จึงถูกล่าเป็นอาหารเสียมมาก ในปัจจุบันไม่พบสัตว์ป่าขนาดใหญ่อาศัยอยู่เลย คงพบแต่ต้นกวางชนิดเท่านั้น

พื้นที่ 3 : กาญจนบุรี เพชรบุรี

ภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพสูงมากในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย แต่ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากนัก รวมถึงยังขาดการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม จากความได้เปรียบในเรื่องพื้นที่ที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์ ทิวเขา หุบเขา ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล จึงเหมาะกับการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นอย่างยิ่ง เช่น ถ้ำหินปูน ที่มีทั้งหินงอกหินย้อยที่สวยงาม มีชายหาดที่สวยงาม มีอุทยานแห่งชาติที่สมบูรณ์มากที่สุด

• กาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรี พบว่ามีปัจจัยพื้นฐานที่มีความพร้อมในระดับสูงและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ โดยอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันตก 129 กม. มีเนื้อที่ประมาณ 19,483.148 ตารางกิโลเมตร หรือ 12,176,967 ไร่ เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา ทิศตะวันตกของจังหวัดมีอาณาเขตติดกับประเทศพม่า ด้านเหนือเป็นเขตป่าทุ่งใหญ่นเรศวร มีพื้นที่ครอบคลุมสองจังหวัด คือ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี กับอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร มีพื้นที่ประมาณ 2 ล้านไร่ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่ามากมาย และเป็นผืนป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่มาก นอกจากนั้น ยังมีแม่น้ำสายสำคัญ 2 สาย คือ ลำน้ำแควน้อย และลำน้ำแควใหญ่ อีกทั้งเป็นจังหวัดที่พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นป่าไม้ มากถึงร้อยละ 63 ของพื้นที่ ทำให้ฤดูฝนมีฝนตกชุกตลอดฤดู ในฤดูหนาวก็หนาวจัดแทบทุกปี

กาญจนบุรีเป็นเมืองที่มีสภาพภูมิประเทศเหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นอย่างยิ่ง และยังมีปัจจัยเสริม คือ ความเป็นแหล่งอารยธรรมยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ทั้งทิวเขา หุบเขา ป่าไม้ สายน้ำ น้ำตก ทำให้ได้รับการขนานนามว่าเป็น "อัญมณีแห่งภาคตะวันตก" ที่คนนิยมไปเที่ยวมากที่สุดเมืองหนึ่งของประเทศไทย

• เพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรี มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยเนื้อที่ประมาณ 6,225.138 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,890,711 ไร่ จัดเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 36 ของประเทศไทย แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอเขาย้อย อำเภอหนองหญ้าปล้อง อำเภอชะอำ อำเภอท่ายาง อำเภอบ้านลาด อำเภอบ้านแหลม และอำเภอแก่งกระจาน



เพชรบุรีเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 2,000 ปี นับตั้งแต่สมัยทวารวดี จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ เดิมเป็นหนึ่งในเมืองศูนย์กลางของพระพุทธศาสนาเพชรบุรีตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 123 กิโลเมตร การเดินทางสะดวกสบายทั้งทางรถยนต์และรถไฟ เป็นจังหวัดที่เปรียบเสมือนกับประตูที่เชื่อมระหว่างจังหวัดทางภาคกลางและภาคใต้เข้าด้วยกันด้วยทะเลที่ตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างจังหวัดเพชรบุรี สมุทรสาคร ในภาคกลาง และประจวบคีรีขันธ์ในภาคใต้ จึงเป็นรอยเชื่อมต่อ

ที่สำคัญระหว่างฝั่งทะเลตะวันออกสู่ตะวันตก ทำให้เพชรบุรีเป็นเมืองที่มีความสำคัญมาตั้งแต่อดีต และมีระยะการเดินทางไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯ

สภาพภูมิประเทศเป็นป่าเขาสลับซับซ้อน มีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างไทยกับพม่า ส่วนทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบไปจนถึงชายฝั่งทะเลอ่าวไทย พื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรีมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเพชรบุรี แม่น้ำบางกลอย และแม่น้ำบางตะนูน

อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน มีศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จัดเป็นอุทยานแห่งชาติที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศ ซึ่งมีจุดเด่นของแนวป่าตะวันตก รอยต่อระหว่างเหนือกับใต้ ทำให้เกิดความหลากหลายในระบบนิเวศมากมาย เรียกได้ว่า การได้มาเยือนสถานที่แห่งนี้ มักได้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยเฉพาะเป็นแหล่งดูนก ดูผีเสื้อ อันดันทันๆ ของประเทศไทย นอกจากจะพื้นที่กางเต็นท์ บ้านพักอุทยานฯ ตามหน่วยต่าง ๆ อย่างเช่น จุดที่ทำกาเหว่าเขื่อนแก่งกระจาน (ชมเขื่อนและเกาะแก่งน้อยใหญ่), แค้มป์บ้านกร่าง (ดูนก ดูผีเสื้อ ส่องสัตว์), พะเนินทุ่ง (จุดชมทะเลหมอก และน้ำตกธารทิพย์) และยังข้ามไปยังฝั่ง หน่วยจัดการน้ำตกป่าละอู (หัวหิน) หรือต้องการบรรยากาศริมน้ำเพชร ก็มีรีสอร์ททั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ชีวิตชีวิตรอบแบบโฮมสเตย์ โดยสามารถข้ามไปยังหมู่บ้านชุมชนที่อยู่ท้ายเขื่อนหรือหมู่บ้านกระเหรี่ยง

พื้นที่ 4: กระบี่ และตรัง

พื้นที่ภาคใต้ ถือว่ามีทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีความสวยงามในระดับโลก และมีชื่อเสียงมายาวนาน ถือเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสูง ทั้งนี้ กระบี่มีจุดแข็งจากการเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมต่อจังหวัดท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันหลายจังหวัดได้ง่าย โดยสามารถเดินทางโดยเรือไปถึงภูเก็ตได้ใน 1 ชั่วโมง และนั่งรถไฟถึงตรังได้ใน 1 ชั่วโมง ทั้งนี้ จังหวัดกระบี่ และตรัง มีจุดขาย ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัยที่ครบถ้วน และยังมีวัฒนธรรมของธรรมชาติในระดับสูง

- **กระบี่**

จังหวัดกระบี่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 814 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 4,708 ตารางกิโลเมตร กระบี่ประกอบด้วย ภูเขา ที่ดอน ที่ราบ หมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 130 เกาะ อดมไปด้วยป่าชายเลน ตัวเมืองกระบี่มีแม่น้ำยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามันที่ตำบลปากน้ำ นอกจากนี้ ยังมีคลองปกาสัย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดกระบี่คือ เทือกเขาพนมเบญจา จากหลักฐานทางโบราณคดี สันนิษฐานได้ว่าบริเวณเมืองกระบี่เคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณที่เก่าแก่มากแห่งหนึ่งในประเทศไทย เขาชนาน้ำ เป็นเขาสูงลูกสูงประมาณ 100 เมตร ชานาน้ำแม่น้ำกระบี่ด้านหน้าตัวเมือง ถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองกระบี่ สามารถไปเที่ยวชมได้โดยเช่าเรือหางยาวที่ท่าเรือเจ้าฟ้า ใช้เวลาเดินทางเพียง 15 นาที นอกจากการนั่งเรือชมเขาและป่าชายเลนที่มีความสมบูรณ์แล้ว ยังสามารถเดินขึ้นไปเที่ยวถ้าได้ ซึ่งภายในมีหินงอกหินย้อย

- **ดั่ง**

สภาพพื้นที่เป็นเนินสูงๆ ต่ำๆ สลับด้วยเขาเล็กๆ กระจายกระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบมีจำนวนน้อยซึ่งใช้เพาะปลูกข้าว ทางทิศตะวันออกมีเทือกเขาบรรทัดยาวจากเหนือจดตอนใต้ และเป็นเส้นแบ่งเขตแดนจังหวัดตรงกับจังหวัดพัทลุง มีเนื้อที่ป่าเกือบร้อยละ 20 ของเนื้อที่จังหวัด ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แถบเทือกเขาบรรทัด ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย สภาพป่าเป็นป่าดิบชื้น มีป่าชายเลนสำหรับท่องเที่ยวที่ที่อยู่ติดชายทะเล และมีลำน้ำสำคัญๆ 3 สาย อันได้แก่ แม่น้ำตรัง ซึ่งมีต้นกำเนิดจากเขาวังหีบ เทือกเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช แม่น้ำปะเหลียน เกิดจากเทือกเขาบรรทัด เขตอำเภอปะเหลียน คลองกะลาเสและต้นน้ำ ที่เกิดจากควนปลวกרון ควนชะโน และควนน้ำแดง ชายแดนตรัง กระบี่ นอกจากนี้ยังมีลำห้วยบริวารที่คอยส่งน้ำให้อีกกว่า 100 สาย ทั้งยังมีชายฝั่งด้านตะวันตก ติดทะเลอันดามันที่ยาวถึง 119 กิโลเมตร กับเกาะต่างๆ กระจายอยู่กว่า 46 เกาะ และป่าชายเลนที่ยังคงอยู่ในสภาพที่อุดมสมบูรณ์

พื้นที่ 5: เขาใหญ่ : นครราชสีมา นครนายก สระบุรี และปราจีนบุรี

“เขาใหญ่” ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติเมื่อปี 2548 มีอาณาเขตครอบคลุมด้านตะวันตกของเทือก เขาพนมดงรัก ตรงแนวรอยต่อของพื้นที่ 4 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี นครนายก นครราชสีมา และสระบุรี พื้นที่บริเวณนี้มีประวัติสืบเนื่องมา เดิมเป็นป่าดิบที่ขนาดใหญ่เต็มไปด้วยสัตว์ป่ามากมาย ทั้งสัตว์ร้าย ไซ้ป่า และโจรผู้ร้ายชุกชุม ใครที่ต้องเดินทางผ่านป่าผืนนี้ต้องเสี่ยงอันตรายอย่างมาก จึงได้ชื่อว่า “ดงพญาไฟ” ครั้นเมื่อทางรถไฟสายกรุงเทพฯ-นครราชสีมา สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราช ดำริว่า ดงพญาไฟนี้ น่าจะเป็นทรัพยากรอันมีค่าสูงของชาติในกาลต่อไป จึงทรงโปรดให้เปลี่ยนชื่อเรียกจากดงพญาไฟ ซึ่งฟังดูน่ากลัว มาเป็น “ดงพญาเย็น” ทั้งนี้ วันที่ 14 กรกฎาคม 2548 อุทยานแห่งชาติ ในบริเวณดงพญาเย็น-เขาใหญ่ได้รับการประกาศให้เป็น “มรดกโลกทางธรรมชาติ” จากองค์การ UNESCO โดยมีพันธะสัญญาที่ประเทศไทยต้องดูแลจัดการพื้นที่ป่าผืนนี้ให้คงอยู่ในสภาพป่าที่สมบูรณ์ให้ได้มากที่สุด นอกจากการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าและการป้องกันไฟป่าอันเป็นการควบคุมโดยทั่วไป การบริหารจัดการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการกำหนดพื้นที่แนวกันชน (BUFFER ZONE) เพื่อจำกัดกิจกรรมในพื้นที่กันชนมิให้กระทบและรบกวนสภาพธรรมชาติของพืชพันธุ์สัตว์ป่า

- **นครราชสีมา**

เขาใหญ่มีความพร้อมด้านทรัพยากรสูง เนื่องจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งสภาพป่าและสัตว์ป่าที่ชุกชุม และยังคงความสวยงามตามธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็น น้ำตกเหวสุวัต น้ำตกเหวนรก น้ำตกผากล้วยไม้ จุดชมทิวทัศน์ผาเดียวดาย และหอดูดาวหอนางผกขี รวมทั้งสถานที่อื่นๆ อีกมากมาย จึงทำให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นสถานที่พักผ่อนทางธรรมชาติที่สำคัญและเป็นที่ยุ้กันทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างดี ประกอบกับการคมนาคมที่สะดวก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปใช้ประโยชน์ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เพื่อดำเนินกิจกรรม นันทนาการต่างๆ มากมาย อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์พบว่า เขาใหญ่มีปัญหาเรื่องการปล่อยให้มี การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อรองรับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาความแออัด สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ รวมทั้งอาจก่อให้เกิดผลกระทบจากกิจกรรมนันทนาการ ซึ่งจะนำไปสู่ความเสื่อมโทรมของทรัพยากร และสูญเสียสภาพธรรมชาติ และความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ ส่งผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลดลง และเป็นผลเสียต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวด้วย

ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ป่าส่วนใหญ่เป็นป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณ ป่าดิบเขาทุ่งหญ้า และป่าเต็งรัง มีนกชุกชุมกว่า 350 ชนิด ที่น่าสนใจและพบได้บ่อย เช่น นกขุนแผนหัวแดง นกแก้วแล้ว สีน้ำเงิน (BLUE PITTA) นกกระเต็นลาย (BANDED KINGFISHER) นกโพระดกคอสี่ฟ้าเคราดำ

(MOUSTACHED BARBET) นกกก (GREAT HORNBILL) นกพญาไฟใหญ่ (SCARLET MINIVET) ส่วนนกที่ค่อนข้างหายากแต่หาได้ที่เขาใหญ่ เช่น ไก่ฟ้าพญาลอ (SIAMESE FIREBACK) นกโกโรโกโส (CORAL BILLED GROUND-CUCKOO) นกยางลายเสือ (MALAYAN NIGHT-HERON) และนกอ้ายจิว (ORIENTAL DARTER) เป็นต้น

- **นครนายก**

สภาพพื้นที่ของจังหวัดนครนายก โดยทั่วไปเป็นที่ราบอยู่ในหุบเขาตอนเหนือและตะวันออก เป็นเนินสูงและป่าเขาติดต่อกับเขาตองพญาเย็น ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบลุ่มภูเขาที่สำคัญ คือ เขาใหญ่ เขาเขียว เขาชะโงก และเขานางรอง เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารและเกิดน้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง นครนายกเป็นเมืองที่มีขนาดเล็ก เงียบสงบเหมาะกับการอยู่อาศัยและท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นเมืองในพื้นที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงมีกิจกรรมที่สามารถทำได้ทั้งครอบครัว เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 305 ถนนเลียบบคลองรังสิต-นครนายก ผ่านอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี อำเภอองครักษ์ อำเภอบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ระยะทางประมาณ 105 กิโลเมตร หรือไปตามทางหลวงหมายเลข 1 เลี้ยวขวาที่แยกหินกองไปตามถนนสุวรรณศร ทางหลวงหมายเลข 33 จนถึงนครนายก ระยะทางประมาณ 137 กิโลเมตร มีน้ำตกนางรองและน้ำตกสาริกา ซึ่งน้ำตกทั้ง 2 แห่ง เป็นน้ำตกขนาดใหญ่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนครนายก มีชื่อเสียงมาช้านาน ก่อนการจัดตั้งอุทยานฯ การเดินทางไปยังน้ำตกทั้ง 2 แห่งนี้ ทำได้โดยสะดวกเพราะมีถนนลาดยาง แยกจากถนนสุวรรณศร เข้าไปประมาณ 20 กิโลเมตร

- **สระบุรี**

สระบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง หนองแซง เสาไห้ บ้านหมอ พระพุทธบาท หนองโดน แก่งคอย มวกเหล็ก วังม่วง วิหารแดง หนองแค ดอนพุด และเฉลิมพระเกียรติ มีพื้นที่ทั้งสิ้นประมาณ 3,576 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศทางตอนใต้ ตะวันออก และตะวันตก เป็นที่ราบมีระดับความสูงจากน้ำทะเลประมาณ 2 เมตร พื้นที่จะค่อยๆ ลาดสูงขึ้นไปทางตอนกลางซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบสลับเนินเขา มีระดับความสูงจากน้ำทะเลประมาณ 8-10 เมตร และสูงขึ้นไปจนถึงพื้นที่ราบสูงและภูเขาทางตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ มีแม่น้ำป่าสักไหลผ่านพื้นที่ทางตอนเหนือ ลงมาสู่พื้นที่ราบสลับเนินเขาทางตอนกลางและที่ราบทางตะวันตก รวมความยาว 105 กิโลเมตร จังหวัดสระบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานค่อนข้างพร้อม เป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี กิจกรรมการผจญภัย นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมที่สระบุรีนักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ไม่ต้องเดินเท้าในระยะทางไกล

- **ปราจีนบุรี**

จังหวัดปราจีนบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของภาคกลาง เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรในด้านการท่องเที่ยวมากมายและหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะผืนป่ามรดกโลกของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทับลาน ที่นับเป็นสมบัติล้ำค่าในด้านของทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งของประเทศและของโลก จังหวัดปราจีนบุรีมีเนื้อที่ประมาณ 4,762 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,054,449 ไร่ จัดเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 45 ของประเทศไทย สภาพพื้นที่แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เขตที่ราบสูงทางตอนบนของจังหวัด ติดเทือกเขาตองพญาเย็น บริเวณรอยต่อของจังหวัดนครนายกและจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะเป็นที่ราบสูงคล้ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มียอดเขาสูง 1,326 เมตร พื้นที่ส่วนมากเป็นป่าทึบและเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำหลายสาย และเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำทางตอนล่าง มีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำบางปะกง ซึ่งเกิดจากแควหนุมานและแควพระปรัง ไหลมาบรรจบกันที่อำเภอกบินทร์บุรี ผ่านอำเภอศรีมหาโพธิ์ อำเภอประจันตคาม อำเภอเมืองปราจีนบุรี อำเภอบ้านสร้าง ทั้งนี้ กิจกรรมล่องแก่งน้ำใสที่ 'แก่งหินเพิง' เป็นจุดขายหลักทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนี้

พื้นที่ 6: หนองคาย เลย

• หนองคาย

จังหวัดหนองคาย คือ ประตูสู่ประเทศลาวและเวียดนาม ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากนิยมเดินทางเข้า-ออกระหว่างด่านชายแดนของหนองคาย ไปยังประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของการท่องเที่ยวพักผ่อน ช้อปปี้ง หรือติดต่อธุรกิจ จังหวัดหนองคายมีพื้นที่ล้อมรอบทั้งหมด 7,332.38 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,582,675 ไร่ เป็นจังหวัดเขตชายแดนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 615 กิโลเมตร จังหวัดหนองคายมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แขวงต่างๆ ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีเขตแดนติดกับเขตแดนของจังหวัดหนองคาย ได้แก่ กำแพงนครเวียงจันทน์ แขวงบริคำไชย และแขวงคำม่วน หนองคายมีด่านผ่านแดนไปสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวม 6 ด่าน มี 3 จุดเป็นด่านถาวร อีก 3 จุดเป็นด่านผ่อนผัน มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวสำหรับการเดินทางเชื่อมไป-มาระหว่างทั้งสองประเทศเป็นหลัก ซึ่งประเทศไทยและประเทศออสเตรเลียได้ร่วมมือกันสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นประตูสำคัญสู่อินโดจีน

• เลย

เป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อนท่ามกลางสายหมอกปกคลุมเหนือยอดภู อุดมไปด้วยพืชพันธุ์ป่าไม้นานาชนิดที่รู้จักกันดี คือ ภูกระดึง ภูหลวง และภูเรือ อากาศอันเย็นสบาย ภูมิประเทศที่งดงาม ประเพณีวัฒนธรรมอันแตกต่างไปจากถิ่นอื่น ได้แก่ การละเล่นผีตาโขน ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ที่รอคอยนักเดินทางมาสัมผัสเมืองแห่งขุนเขาดินแดนมหัศจรรย์แห่งนี้ จังหวัดเลย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 520 กิโลเมตร มีพื้นที่ 11,424 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ริมฝั่งแม่น้ำโขง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิติชัย รัตนะ. การศึกษาเพื่อเสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมชุมชนในการสนับสนุนการวิจัยอุทยานแห่งชาติ. วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล Volume 6, Number 2, 2008. (ISSN 1686-5456)
- กิติชัย รัตนะ. การสร้างเครือข่ายชุมชนในงานศึกษาสภาพเศรษฐกิจ-สังคม. วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล Volume 6, Number 2, 2008. (ISSN 1686-5456)
- กิติชัย รัตนะ. เทคนิคการเข้าถึงและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมชุมชนในงานศึกษาเศรษฐกิจ-สังคม. วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล Volume 6, Number 2, 2008. (ISSN 1686-5456)
- กุลวรา สุวรรณพิมล. การศึกษาความต้องการ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และบริเวณใกล้เคียง. ภูเก็ต : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต, 2541. 137 หน้า. (ว 99399)
- คัศจรรย์า เดชะสุรวานิชย์. ทักษะคิดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ต่อบริการขนส่งพัสดุกีฬาทางอากาศ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543. 114 หน้า. (วพ 116942)
- จีรนุช ศิริรัตน์พิริยะ. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวนโยบายของรัฐ ให้เอกชนรับสัมปทานพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในเขตอุทยานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2534. (17), 120 หน้า. (วพ 52643)
- ชณพรรธน์ ชินณะพงศ์. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ บริเวณอุทยานนกน้ำ บึงบรเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535. (7), 92 หน้า. (วพ 55391)
- ชาตรี ทังเจริญกุล. ทักษะของนักท่องเที่ยวและพนักงานของบริษัทการบินไทย ต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของบริษัท : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542. 144 หน้า. (ว 101791)
- ดวงพร โรจน์เจริญวัฒนา. ทักษะคิดของผู้มาท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2543. 96 หน้า. (ว 111073)
- ทองหยด สนวนทอง. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539. 106 หน้า. (วพ 85795)
- ธนากร วิชัยกุล. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและการบริการบริเวณศูนย์ศึกษาธรรมชาติสวนป่าทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545. 140 หน้า. (วพ 124498)
- บริษัท แทรเวลเเลเนี่ยม จำกัด. โครงการสำรวจรวบรวม และเรียบเรียงข้อมูล สถานการณ์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย, 2554.
- บริษัทเอคอรัน-ออมนิแทร์ค มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช คอนซัลแทนส์. แนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการโฆษณาในตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ : บริษัท, 2538. 167 หน้า. (ว 93118)
- นุปผา ส่งเสริม. ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544. 132 หน้า. (วพ 125418)

- บุษบา สุธีธร. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. นนทบุรี : สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช, 2542. 127 หน้า. (ว 129410)
- ปรียาพร พรหมพิทักษ์. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแผนการพัฒนาส่งอำนวยความสะดวก บริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527. 3 แผ่น (155 เฟรม). (วพ MF17944)
- ปองจิต แจ่มจำรัส. ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมบริเวณสถานตากอากาศชะอำ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2528. 4 แผ่น (190 เฟรม). (วพ MF18794)
- ปิติ หุ่นจ้อย. ภาพพจน์ของตำรวจท่องเที่ยวในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเมืองพัทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541. 111 หน้า. (วพ 99197)
- เมือง พรหมเกษา. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการของตำรวจท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณีกองกำกับการ 2 กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539. 113 หน้า. (วพ 78882)
- รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542. 303 หน้า. (วพ 106453)
- ศศิรัตน์ ธนพันธ์พานิช. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. [ภูเก็ต] : สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม เขตการศึกษา 4, 2542. 153 หน้า. (ว 129408)
- ศิริ ศิริผันแก้ว. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่บางแสน กับสภาพทางชนชั้นทางเศรษฐกิจ-สังคม วัฒนธรรม และภาระทางครอบครัวของนักท่องเที่ยว. ชลบุรี : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2540. 43 หน้า. (ว 88865)
- สุทธิดา วงษ์พันธุ์. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544. 116 หน้า. (ว 124833)
- สุพัตรา พรประสิทธิ์. การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2541. 106 หน้า. (วพ 92656)
- สุรศักดิ์ ขุนณรงค์. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ : ศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539. 163 หน้า. (วพ 85935)
- อรณี บุญมีนิมิตร. พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2540. 126 หน้า. (วพ 91412)
- สรัสวดี อาสาสรรพกิจ. การศึกษาเพื่อหาปัจจัยในการกำหนดความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542
- พวงเพชร ธนสิน. การประยุกต์ใช้เทคนิคและวิธีทางภูมิศาสตร์เพื่อการพัฒนาเมืองโบราณเวียงท่ากานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548
- สุเพ็ญศรี เหลี่ยมสมุทร. ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท อนุสาร อสท ปีที่ 41 ฉบับที่ 12. 2544
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. เกษตรสัญจร อนุสาร อสท ปีที่ 41 ฉบับที่ 10. 2544
- สิ้นธุ์ สโรบล และอดิร วงษ์ทับทิม. การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2546. 327 หน้า

- พจนา สวนศรี. การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2541
- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว ปีที่ 8 เล่มที่ 2. 2538. หน้า 42 - 45

ภาษาอังกฤษ

- Gary Inkpen. Information Technology for Travel and Tourism. 2nd ed. London: Addison Wesley Longman; 1998.
- Goeldner, Charles R., Ritchie, J.R. Brent. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 9th ed. New Jersey: John Wiley & Sons; 2003.
- Dimitrios Buhalis. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. London: Ashford Colour press; 2003.
- David A. Fennell. Ecotourism: an introduction. 2nd ed. London: Routledge; 1999
- Lew. A.A. The Ecotourism Market in the Asia Pacific Region: A Survey of Asia Pacific and North American Tour Operators. 1997.
- Ceballos-Lascurin, H. Ecotourism as a Worldwide Phenomenon. In Lindberg, K. and D. Hawkins, eds. Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. Bennington, VT: The Ecotourism Society; 1993. pp. 12-14
- Campbell, D. Ecotourism Booms in South East Asia. The Ecotourism Society Newsletter 4(4); 1994. pp. 1-3.

ECO & ADVENTURE TOURISM

รายงานขั้นสุดท้าย
โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริม
ตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

www.etatjournal.com , www.tourismthailand.org