

รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
Khao Yai National Park Development Model Eco-Tourism Management

กัญญารัตน์ จงวิไลเกษม

Kanyarat Chongwilaikasem

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: kanyarat1887@gmail.com

Received: July 15, 2023

Revised: August 22, 2023

Accepted: August 23, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 2) อิทธิพลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และ 3) รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 440 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง จำนวน 15 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยและนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นข้อความบรรยายวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และ 3) รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “POON MODEL” จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว “P” (2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว “O” (3) การปฏิบัติการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน “O” และ (4) การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวออนไลน์ “N”.

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนา, การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

Abstract

This research was aimed to: 1) study the development level of management in an ecotourism, tourism resources marketing mix, tourism policy and potential of tourism attractions, 2) study an influence of tourism resources, marketing mix, tourism policy and potential of tourism attractions, affect the development level of management in Khao Yai ecotourism and, 3) study Khao Yai National Park development model ecotourism management. The mixed methods of quantitative and qualitative research were utilized; for quantitative, the samplings were 440 tourists traveling for Khao Yai National Park ecotourism. The probability sampling collection by questionnaire, and data analysis by structural equation modeling. For qualitative research, the in-depth interviewing of the 15 key informants knowledgeable in development administration for ecotourism directly. The purposive sampling and triangulation data analysis interpretation were used to make the conclusion inductive and present the qualitative data as a descriptive combination with quantitative data.

The research findings suggested: 1) the development of management in an ecotourism, tourism resources marketing mix, tourism policy, and potential of tourism attractions were at a high level, 2) the tourism resources influenced the development level of management in Kao Yai ecotourism totally in high level, the next lower were marketing mix, tourism policy and potential of tourism attractions, 3) development model ecotourism for this research was in “POON” model with four components: (1) Peregrine policy “P,” (2) Origination of value added tourism products “O,” (3) Organizing of tourism to sustainability “O,” and (4) Networking in online tourism “N.”

Keywords: Development Model, Ecotourism Management, Khao Yai National Park

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Eco-Tourism and Sustainable Tourism: New Perspectives) ที่กำลังได้รับความสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้นจากกลุ่มนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวทั่วโลก โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นการให้ความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวและดำเนินรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการทัศน์ของแนวคิดทฤษฎีแนวใหม่ ๆ และกรณีศึกษาต่าง ๆ ในบริบทการท่องเที่ยวอันหลากหลายมิติจากภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกที่มีความโดดเด่นในรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่อาจกล่าวได้ว่า เป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้านสภาวะแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้ และช่วยกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น (Seba, 2012; Fernández-Bedoya, Meneses-La-Riva & Suyo-Vega, 2021)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิต การท่องเที่ยวตามแหล่งอนุรักษ์ทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ การสนับสนุนคนพื้นเมืองให้มีการศึกษาและความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงการแบ่งปันความรู้ทั้งคนในพื้นที่และผู้เยี่ยมเยือน มุ่งรักษาสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจโดยไม่จำเป็นต้องทำให้ธรรมชาติเสียหาย มีเป้าหมายหลักในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการหลอมรวมกันเป็นหนึ่งเดียวระหว่างการอนุรักษ์ชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายความว่าทุกคนที่มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรนำหลักแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ ได้แก่ การลดผลกระทบทางกายภาพ สังคม พฤติกรรม และทางจิตใจ การสร้างความตระหนักและความเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม การมอบประสบการณ์แบ่งปันให้กันและกันทั้งผู้เยี่ยมเยือนและเจ้าบ้าน การให้ความสนับสนุนทางการเงินในการอนุรักษ์ การสร้างรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นและอุตสาหกรรม และรับรู้ถึงสิทธิและความเชื่อของชนพื้นเมืองในพื้นที่และทำงานร่วมกันเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับทุกคน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้กลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการชั้นนำในเศรษฐกิจโลกในทศวรรษที่ผ่านมา (Ismail, et al, 2020; Saidmamatov, et al, 2020; The International Ecotourism Society, 2015)

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งหนึ่งที่ได้รับค่านิยมจากนักท่องเที่ยว เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของไทย ที่ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2505 และได้รับสมญานามว่าเป็น "อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน" (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2562) จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ของปีงบประมาณ 2564 เมื่อเดือนตุลาคม 2563 ข้อมูล ณ วันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 68,262 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2564) และด้วยเหตุที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่คนไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นอุทยานแห่งชาติที่เป็นมรดกโลก อยู่ห่างไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีกิจกรรมทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เส้นทางที่มุ่งหน้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาพร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันเมื่อมีความเจริญเข้ามา พื้นที่ทางธรรมชาตีก็ค่อย ๆ สูญหายไป สิ่งที่เข้ามาทดแทน คือ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ มลพิษจากขยะและของเสียตามแหล่งท่องเที่ยว ภูมิทัศน์ที่เคยเขียวชอุ่มกลับถูกทดแทนด้วยพื้นที่คอนกรีต เสียงรบกวนจากยานพาหนะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่ของสัตว์ป่า รวมถึงการลักลอบตัดไม้ทำลายป่า (ณัฐนันท์ คำทอง และเพชรรัตน์ โลวีชากรติกุล, 2561) ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้ก็ไม่ได้เพียงแต่เกิดขึ้นมาจากนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมีปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องภายในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อีกด้วย

ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ปัจจุบันนี้กำลังดำเนินไปอย่างถูกต้องทางหรือไม่ และจะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไรท่ามกลางภาวะที่ต้องเผชิญกับปัญหาใหม่ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนี้ ด้วยเหตุที่ผู้คนหันมาใส่ใจชื่นชมในความงามตามธรรมชาติอันส่งผลต่อความยั่งยืนของระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม จึงนำมาสู่การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งรักษาสิ่งแวดล้อมพร้อมกับการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ โดยไม่จำเป็นต้องทำให้ธรรมชาติเสียหาย อันเป็นกระแสที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ

(Ismail, Imran, Khan & Qureshi, 2021; Pelasol, 2012; Buhalis, 2000; Sgeerazi, 2008) รวมถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในวิถีใหม่อันนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับสถานการณ์แนวโน้มมุมมองทิศทางในอนาคต รวมถึงมิติของปัญหาอุปสรรคข้อเสนอนั้นต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งยังมีคุณค่าและคุณประโยชน์สำหรับนักวิจัย นักวิชาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อยอดองค์ความรู้เพื่อการผลิตงานวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบริบทต่าง ๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
3. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 3 นโยบายการท่องเที่ยว ขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Seba (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบด้านลบที่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ได้เริ่มแพร่หลายนับตั้งแต่ช่วงปลายค.ศ.1980 เป็นต้นมาการพัฒนาการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอัตราการขยายตัวเร็วที่สุดอันหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จึงมีความสำคัญมากต่ออนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ทฤษฎี 5A's ตามแนวคิดของ Tourism Western Australia (2008), Smith (1994) และงานวิจัยของ Sgeerazi (2008) อธิบายไว้อย่างสอดคล้องกันว่า ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาเยี่ยมชม มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดหรือจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้
2. กิจกรรม (Activities) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางจากถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าชม ทั้งนี้หมายรวมถึงระบบขนส่งและสาธารณูปโภคด้านการขนส่งที่เอื้อให้การเดินทางเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
3. การเข้าถึง (Access) คือ สถานที่พักที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างความรู้สึกสบายและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือการบริการต่าง ๆ ที่จัดไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสะดวกสบาย ตอบสนองความต้องการ และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น บริการร้านอาหาร สปา ร้านค้าของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ ผับ บาร์ ห้างสรรพสินค้า หรือแม้แต่บริการโทรคมนาคม เป็นต้น
5. ที่พัก (Accommodation) มีความหมายครอบคลุม 3 ประการ ได้แก่ 1) คนในชุมชนต้องมีความตระหนักและมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ไม่เห็นนักท่องเที่ยวเป็นศัตรู 2) คนที่ต้องเผชิญหน้ากับนักท่องเที่ยวโดยตรงต้องมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวอย่างมาก ทั้งนี้หมายรวมถึง คนทุกคน ธุรกิจทุกประเภท หรือแม้แต่หน่วยงานราชการหรือกึ่งราชการที่ต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่จะต้องตระหนัก และให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว การตระหนักถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว หรือประเทศชาติที่มีในสายตา นักท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2003) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งหลายธุรกิจนำมาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมายประกอบกับปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่กิจการจะต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกัน 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

Wheelen & Hunger (2012) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การรวมกันโดยเฉพะอย่างยิ่งตัวแปรที่สำคัญภายใต้การควบคุมขององค์กร ที่สามารถใช้ในการทำให้เกิดความต้องการ (Demand) และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตัวแปรเหล่านี้ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ส่วนส่งเสริมการตลาด (Promotion) และราคา (Price) โดยตัวแปรเหล่านี้จะมียอดประกอบย่อยที่สามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อปรับให้เหมาะสมกับความสามารถขององค์กร

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุทยานแห่งชาติด้วย ดังที่แผนแม่บทอุทยานแห่งชาติแบบบูรณาการ พ.ศ. 2560-2564 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ได้ระบุถึงเหตุผลและความจำเป็นของแผนแม่บทการดำเนินงานเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติโดยรวม หรือระบบการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติของประเทศที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในด้านจำนวนแหล่งที่ประกาศจัดตั้งเนื้อที่รวมการกระจายและการ

ครอบคลุมความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการพัฒนาก่อนเพื่อการท่องเที่ยว นันทนาการและการศึกษาหาความรู้ของประชาชน แต่อย่างไรก็ดี ระบบการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติ จำเป็นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของประเทศในแต่ละยุคแต่ละสมัยที่สำคัญ ได้แก่

1. นโยบายของรัฐบาลในเรื่องการสงวน การอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
2. ยุทธศาสตร์ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ
3. รัฐธรรมนูญและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
4. การฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ
5. อนุสัญญาสากลและข้อตกลงนานาชาติ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ประเทศไทยให้สัตยาบันหรือให้การรับรองไว้หลายฉบับ รวมทั้งความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในระดับโลก

องค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

Cooper & Boniface (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น การพิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด สภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น
- 2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
- 4) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว

มากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พอกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม, รีสอร์ท, บังกะโล และเกสต์เฮาส์ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยตามประเด็นศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงปริมาณมีประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวนนักท่องเที่ยวจากสถิติล่าสุดของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ปังปประมาณ พ.ศ. 2565 ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 - มกราคม พ.ศ. 2565 รวมจำนวน 723,192 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2565) มีคุณสมบัติคือ เป็นชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ขึ้นไป มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความสามารถในการแสดงความคิดเห็น และเป็นผู้ซึ่งยินดีและเต็มใจที่จะเข้าร่วมให้ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Rule of thumb (Westland, 2010) คือ 5 - 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Ding, Velicer & Harlow, 1995) เนื่องจากขนาดตัวอย่างมีขนาดใหญ่ (Hair et al., 2010) โดยการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 15 ตัวแปรสังเกต เมื่อคำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคดังกล่าว จึงได้เท่ากับ 440 ตัวอย่าง (22 x 20)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) มีจำนวน 4 กลุ่ม 1) กลุ่มผู้นำชุมชน / ปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่จากจังหวัดนครนายก สระบุรี ปราชญ์บุรี และนครราชสีมา 2) กลุ่มผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จากจังหวัดนครนายก สระบุรี ปราชญ์บุรี และนครราชสีมา 3) กลุ่มผู้ว่าราชการจังหวัด / ผู้แทน นครนายก สระบุรี ปราชญ์บุรี และนครราชสีมา และ 4) กลุ่มผู้แทนจากสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คุณสมบัติคือ เป็นผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ตามเกณฑ์ของ Creswell (2013) ได้ดังนี้ กลุ่ม 1 4 คน กลุ่ม 2 4 คน กลุ่ม 3 4 คน และ กลุ่ม 4 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามและเกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบลิเคิร์ตสเกล (likert scale) (Likert, 1967) 5 ระดับ ใน 5 ประเด็น ดังนี้ 1.

มาตรวัดทรัพยากรการท่องเที่ยว (RESO) 2. มาตรวัดส่วนประสมทางการตลาด (MARK) 3. มาตรวัดนโยบายการท่องเที่ยว (POLI) 4. มาตรวัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (POTE) และ 5. มาตรวัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ECOT)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ประกอบด้วย 5 ประเด็นคือ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ส่วนประสมทางการตลาด 3) นโยบายการท่องเที่ยว 4) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และ 5) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้สนับสนุนผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่ออธิบายระดับของทรัพยากรการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถิติเชิงอนุมาน ใช้วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และเพื่อหาอิทธิพลของทรัพยากรการท่องเที่ยว (TOURRESO) ส่วนประสมทางการตลาด (MARKMIX) นโยบายการท่องเที่ยว (TOURPOLI) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (TOURPOTE) ที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ECOTOUR) ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ค่าสถิติสำคัญในการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (สุภมาศ อังสุโชติ และคณะ, 2554) ได้แก่ 1) ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Statistic) 2) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) 3) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสมบูรณ์ (Absolute Fit Index) 4) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน และ 5) ดัชนีแสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (CN)

การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกข้อมูลที่ได้อยู่ในลักษณะความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจำแนกข้อมูลแล้วทำการเปรียบเทียบข้อมูลและสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Conclusion) จากนั้นนำเสนอเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
2. จำแนกและจัดระบบข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ
3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analysis Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของปัจจัยนั้น
4. นำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยายเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ และนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ผลการวิจัย

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

สัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี รองลงมา คือช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี และมีส่วนน้อยที่มีช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นส่วนมากและมีสถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา คือ อาชีพพนักงานบริษัท

1. ระดับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ระดับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม

มาตรวัด	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.28	0.557	มาก
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.25	0.605	มาก
3. นโยบายการท่องเที่ยว	4.35	0.567	มาก
4. ส่วนประสมทางการตลาด	4.27	0.565	มาก
5. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	4.34	0.602	มาก

1.1 การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านคือ ด้านการจัดการเรื่องพื้นที่ รองลงมาคือ ด้านการจัดการเรื่องคน และด้านการจัดการเรื่องกระบวนการและกิจกรรมเท่ากัน และด้านการจัดการเรื่องการมีส่วนร่วม ตามลำดับ

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 3 ด้านคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รองลงมาคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และด้านแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ตามลำดับ

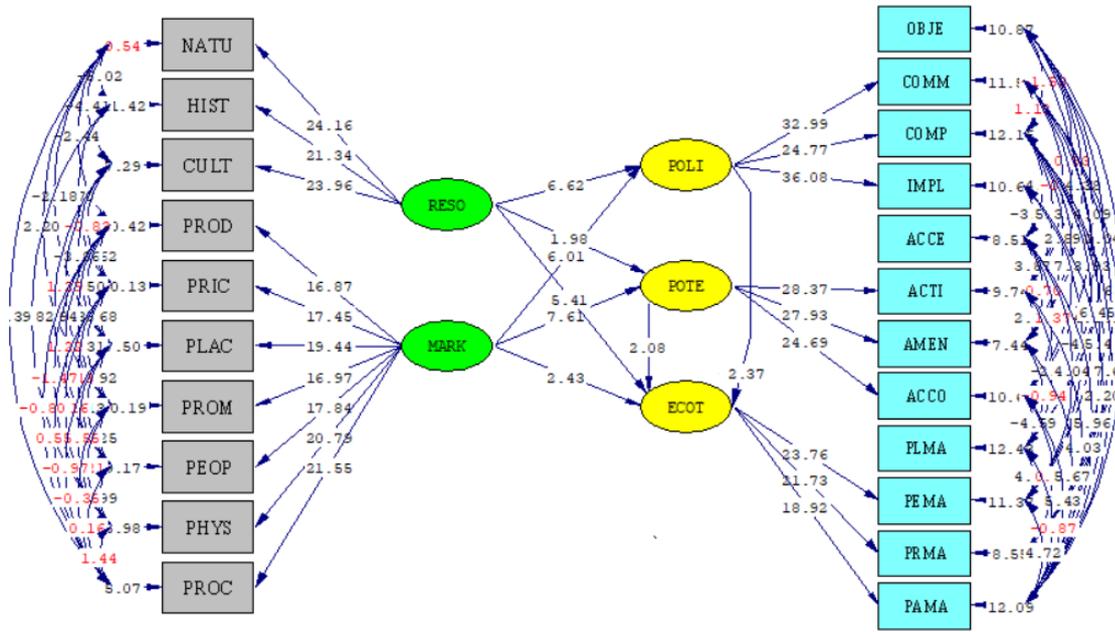
1.3 นโยบายการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านคือ ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบายและด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารและการบังคับใช้ และด้านสมรรถนะของหน่วยงาน ตามลำดับ

1.4 ส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคคล รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

1.5 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและด้านที่พัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

2. อิทธิพลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ดังแบบจำลองโครงสร้าง ในรูปแบบค่าที่ (t-value) ดังภาพที่ 1



Chi-Square=81.25, df=63, P-value=0.06072, RMSEA=0.026

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบค่าที่ (t-value)

ผลการวิเคราะห์ตามภาพที่ 1 นำมาสร้างเป็นสมการโครงสร้าง (structural equations) สามารถสรุปตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

2.1 การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขึ้นกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{aligned}
 ECOT &= 0.51**RESO + 0.44*MARK + 0.27*POLI \\
 &\quad (0.09) \quad (0.18) \quad (0.11) \\
 &\quad 5.41 \quad 2.43 \quad 2.37 \\
 &+ 0.25*POTE, Errorvar. = 0.20, R^2 = 0.80 \dots \dots \dots (4.23) \\
 &\quad (0.12) \quad (0.03) \\
 &\quad 2.08 \quad 7.42
 \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขึ้นกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ร้อยละ 80

2.2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\text{POTE} = 0.13 * \text{RESO} + 0.80 * \text{MARK}, \text{Errorvar.} = 0.17, R^2 = 0.83 \quad (4.24)$$

(0.06)	(0.11)	(0.03)
1.98	7.61	5.07

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด โดยสามารถอธิบายการผันแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 83

2.3 นโยบายการท่องเที่ยว ขึ้นกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\text{POLI} = 0.51 ** \text{RESO} + 0.45 ** \text{MARK}, \text{Errorvar.} = 0.17, R^2 = 0.83 \dots \dots \dots (4.25)$$

(0.08)	(0.07)	(0.02)
6.62	6.01	8.53

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นโยบายการท่องเที่ยว ขึ้นกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด โดยสามารถอธิบายการผันแปรของนโยบายการท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 83

3. รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ผลการสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผู้วิจัยจัดทำโมเดลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “POON MODEL” จำนวน 4 องค์ประกอบ ดังนี้

3.1 การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว (Peregrine Policy) คือ การกำหนดนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย การตั้งเป้าหมายเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวให้เป็นไปตามระบบนิเวศการท่องเที่ยว โดยปฏิบัติตามเกณฑ์เป้าหมายของ travel & tourism competitiveness index (TTCI) และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยปฏิบัติตามเกณฑ์เป้าหมายของ travel & tourism competitiveness index (TTCI)

3.2 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Origination of Value added Tourism Products) คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงธุรกิจให้การท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการ

3.3 การปฏิบัติการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน (Organizing of Tourism to Sustainability) คือ การท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มไปสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วย การปฏิบัติการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC)

3.4 การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวออนไลน์ (Networking in Online Tourism) คือการสร้างเครือข่ายออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบด้วย การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือภายในเครือข่าย การเผยแพร่ความรู้ความเชี่ยวชาญ การเผยแพร่ข้อความสั้น การเพิ่มเติมข้อมูลความรู้ต่าง ๆ และการเผยแพร่เนื้อหาเฉพาะ

อภิปรายผล

1. การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในด้านการจัดการเรื่องพื้นที่มากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นการมุ่งเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสระบบนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Kerimbergenovich, et al (2020) ที่ศึกษาพบว่า พื้นที่อุทยานแห่งชาติถือเป็นทุนทางธรรมชาติ (Natural Capital) เนื่องจากเป็นแหล่งต้นทางของระบบนิเวศ (Ecosystem Services) ช่วยป้องกันภัยพิบัติทางธรรมชาติการท่องเที่ยวและนันทนาการแหล่งพันธุกรรมที่สำคัญ รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพในการจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านการอนุรักษ์รักษาสีเขียวแวดล้อมเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความงดงามตามธรรมชาติ มากกว่าด้านอื่น ๆ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีความเป็นธรรมชาติสูงมาก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการมาท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของ Eco Tourism in Thailand (2021) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) ที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือที่เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ (Climate) ทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenery) และสัตว์ป่า (Wildlife) นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

นโยบายการท่องเที่ยว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การกำหนดกรอบการทำงานในเชิงปฏิบัติให้ชัดเจนมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวที่กระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด อันเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้สวยงามอยู่เสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว และอุษารตี ภูมาลี (2560) ที่ศึกษาพบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นต้องคำนึงถึงด้วยว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น และ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการจัดการอย่างยั่งยืน ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ และช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

ส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสนใจ และใส่ใจในพฤติกรรมของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ ภายอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งถือว่าการแสดงออกด้วยมิตรไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพเรียบร้อย เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ และสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรไท ครุฑเวช และคณะ (2564) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยให้ความสำคัญกับบุคคลผู้ให้บริการการท่องเที่ยวว่าควรเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยและทำงานอย่างคล่องแคล่ว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพูดจาไพเราะ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดี สามารถแก้ไขปัญหา ให้ความ

ช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมถึงการมีมัคคุเทศก์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาก โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย สอดคล้องกับ Karim, et al (2021); Henderson (2017) ที่พบว่า แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาความสามารถในการเข้าถึงง่าย เช่น ปรับปรุง พัฒนา เส้นทาง การท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางและป้ายเตือนภัยที่สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่ายในการบอกทางและเตือนภัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีเส้นทางคมนาคมเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถติดต่อหรือเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ตลอดจนความสะดวกสบายที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็วและปลอดภัย

2. อิทธิพลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด นโยบายการท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากผลการวิจัยสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกัน และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่ส่งผลทางตรงมากที่สุด เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดีจากทุก ๆ ฝ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์อาจทำลายความงามอันทรงคุณค่าเหล่านี้ได้ลง สอดคล้องกับแนวคิดของ Akbar, et al (2020); Rasoolimanesh, Dahalan & Jaafar (2016) ที่ศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังต้องการได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค ได้ถูกนำมาพิจารณาเป็นกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน

3. รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการวิจัยนำมาสู่การสร้างต้นแบบ (Model) องค์ความรู้ ซึ่งผู้วิจัยจัดทำโมเดลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “POON MODEL” จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว (Peregrine Policy) 2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Origination of Value added Tourism Products) 3) การปฏิบัติการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน (Organizing of Tourism to Sustainability) และ 4) การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวออนไลน์ (Networking in Online Tourism) สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักอุทยานแห่งชาติกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2562) ที่ระบุถึงระบบการบริหารจัดการอุทยานแห่งชาติ จำเป็นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของประเทศในแต่ละยุคแต่ละสมัยที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายของรัฐบาลในเรื่องการสงวน การอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ รัฐธรรมนูญและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. นโยบายการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำเป็นต้องผสมองค์ความรู้ของทุกหน่วยงานและชุมชนอย่างบูรณาการ เพื่อการร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญภายในบริเวณอุทยานแห่งชาติ และนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพและคุณภาพต่อไป

2. นโยบายการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สะท้อนให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ถึงส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นต้องพัฒนาองค์ประกอบย่อยภายใต้บริบทดังกล่าวให้เป็นที่น่าสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

3. ภาครัฐควรพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของท้องถิ่น ชุมชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น

4. การบูรณาการความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายออนไลน์ ควรมุ่งเน้นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับผลการวิจัยที่พบว่า การสร้างเครือข่ายออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยจะต้องสร้างให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือภายในเครือข่าย การเผยแพร่ความรู้ความเชี่ยวชาญ การเผยแพร่ข้อความสั้น การเพิ่มเติมข้อมูลความรู้ต่าง ๆ และการเผยแพร่เนื้อหาเฉพาะ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพียงที่เดียวเท่านั้น จึงควรมีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากอุทยานแห่งชาติแหล่งอื่น ๆ ในประเทศ เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบเพื่อค้นหาแนวทางพัฒนาที่ดีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

2. จากผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญอย่างมากในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเจาะลึกทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ชัดเจนลุ่มลึกยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้โดดเด่นได้ต่อไป

3. ควรมีการศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมิติอื่น ๆ จากประสบการณ์ของผู้วิจัย น่าจะมีตัวแปรศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่ายชุมชนผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

4. จากผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญคือการดูแลสัตว์ป่าในบริเวณอุทยานแห่งชาติให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดจากการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาประเด็นดังกล่าวแบบเจาะลึกว่า แนวทางในการจัดการดูแลรักษาสัตว์ป่าในบริเวณอุทยานแห่งชาติให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดควรเป็นไปในทิศทางใด และหน่วยงานใดควรเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2564). *รายงานการวิจัยอุทยานแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (เปิดบางแหล่ง) (Khao Yai)*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2565, จาก http://park.dnp.go.th/visitor/nationparkshow.php?PTA_CODE=1001
- ณัฐนันท์ คำทอง, เพชรรัตน์ โล้วิชากรติกุล. (2561). แนวทางในการพัฒนาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. *วารสารสิ่งแวดล้อม*, 22(1), 16-24.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เขียว และ อุษารตี ภูมาลี. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากรฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 10(3), 585-599.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2562). *นโยบายการจัดการอุทยานแห่งชาติตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักอุทยานแห่งชาติกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2565). *นักท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2565, จาก <https://portal.dnp.go.th/Content/nationalpark?contentId=20014>
- อรไท ครุฑเวโซ และคณะ. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวเจนวายที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในสภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID-19. *วารสารรัชภาคย์*, 15(41), 252-258.
- Akbar, I., et al. (2020). Local residents' Participation in Tourism at a World Heritage Site and Limitations: A Case of Aksu- Jabagly Natural World Heritage Site, Kazakhstan. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 28(1), 35-51.
- Cooper, C. & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.
- Eco Tourism in Thailand. (2021). *The Best Ecotourism Experiences in Thailand*. Retrieved March 25, 2022, from <https://theculturetrip.com/asia/thailand/articles/the-10-best-ecotourism-experiences-in-thailand/>
- Fernández-Bedoya, V. H., Meneses-La-Riva, M. E. & Suyo-Vega, J. A. (2021). Ecotourism in Times of Covid-19: A Systematic Review from the Five Continents on How This Activity is Being Carried Out and What Proposals They Have for the Near Future. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(6), 1-10.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Upper Saddle River, NJ.: Prentice-Hall.

- Henderson, J. C. (2017). Destination development: Trends in Japan's inbound tourism. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 89-98.
- Ismail, F., et al. (2020). A Determination of Ecotourism Intentions Towards the Sustainable Environment for the Future of Tourism. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 12507-12521.
- Ismail, F., Imran, A., Khan, N. & Qureshi, M. I. (2021). Past, present and future of ecotourism, a systematic literature review from last decade. *Studies of Applied Economics*, 39(4), 1-13.
- Karim, R., et al. (2021). The Impact of 4Ps Marketing Mix in Tourism Development in the Mountain Areas: A Case Study. *International Journal of Economics and Business Administration*, 9(4), 231-245.
- Kerimbergenovich, A. A., et al. (2020). Ecotourism development in the Republic of Karakalpakstan: historical places and protected areas. *Journal of Critical Reviews*, 7(12), 1258-1262.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed). Pearson Education.
- Pelasol, Rhona J. (2012). *Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo*. Philippines International JPAIR Multidisciplinary Research is being Certified for QMS ISO 9001-2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the UK.
- Rasoolimanesh, S. M., Dahalan, N. & Jaafar, M. (2016). Tourists' perceived value and satisfaction in a community-based homestay in the Lenggong Valley World Heritage Site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, 72-81.
- Saidmamatov, O. et al. (2020). Employing ecotourism opportunities for sustainability in the Aral Sea Region: Prospects and challenges. *Sustainability*, 12(21), 9249.
- Seba, J. A. (2012). *Eco tourism and Sustainable Tourism: New Perspectives and Studies*. Canada: Apple Academic Press.
- Sgeerazi, K. (2008). *5 A's of Tourism Development*. Retrieved March 26, 2022, from http://www.academia.edu/9370582/5_As_of_Tourism_Development
- Smith, S. L. J. (1994). The tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- The International Ecotourism Society. (2015). *What is Ecotourism?*. Retrieved March 26, 2022, from <https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*. Retrieved March 25, 2022, from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html
- Wheelen, L. T. & Hunger, J D. (2012). *Strategic management and business policy: toward global sustainability*. Upper Saddle, N.J.: Pearson Prentice Hall.