

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยว
โคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

Factors Influencing Intention of Ecotourism along the Korat Geo Park Tourist
Route, Sung Noen District Nakhon Ratchasima Province.

พวงพรภัสสร วิริยะ¹

Phuangpornphat Viriya¹

Received June 07, 2021 & Revise December 08, 2021 & Accepted December 24, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวอายุ 20 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 494 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามอย่างมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1. การท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีศักยภาพการท่องเที่ยวครบทั้ง 8 ด้าน โดยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและโดดเด่นมาก เนื่องจากพื้นที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง โดยเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน เนื่องด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค ได้แก่ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Path Coefficient = 0.64) และความพึงพอใจ (Path Coefficient = 0.38) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Path Coefficient = 0.54) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบ (R^2) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 65 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล การตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค

¹อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

e-mail: aom.wealth@gmail.com, 089-9941542



Abstract

The objectives of this article are 1) to study the behaviours of ecotourists and 2) to study factors influencing the ecotourism intention along the Korat Geopark tourism route. It is survey research of 494 tourists aged 20 years and over. The subjects were randomly selected by using haphazard sampling method. A structured questionnaires was used as a tool for data collection. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, and analysis of structural equations. The results of the research were as follows: 1) Tourism along the Korat Geopark Tourist Route, had all 8 tourism potentials, with attractions being very important and outstanding, as there were various attractions, both natural and man-made. The subjects have travelled to the destination more than one time because of the uniqueness ecotourism, and 2) factors influencing the intention of ecotourism along the Korat Geopark tourism route was Image of tourist attractions (Path Coefficient = 0.64) and satisfaction (Path Coefficient = 0.38) had an indirect influence on tourist behavioral intentions. and tourist attraction image (Path Coefficient = 0.54). All the variables had the proportion of variance explained by the elements (R^2), the image of the attraction and the satisfaction that affected the intention of the tourism behaviour at 65% with a statistically significant level of 0.01.

Keywords: Factors influencing, Ecotourism intention, The Korat Geopark tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากถึง 1.83 ล้านบาทและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยมากถึง 705,500 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) (Tourism Market Research Center Tourism Authority of Thailand. , 2017) โดยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าในปี 2554-2558 มีการเติบโตกว่าร้อยละ 9 ต่อปี สถานการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (Kasikom Research Center, 2018) ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมให้มีการสำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2560) การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ สร้างการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันพบว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปและมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะสนใจทำการท่องเที่ยวตามลักษณะของความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) นอกจากนี้ในปี 2561กระแส “รักท้องถิ่น” (Local Love) กล่าวถึงลักษณะของผู้บริโภคที่ใส่ใจแสวงหาสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะถิ่น กล่าวคือ สินค้าที่ผลิตขึ้นและจำหน่าย

เฉพาะในพื้นที่ชุมชนนั้นๆ (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) (Tourism Market Research Center Tourism Authority of Thailand. , 2017) ส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจำนวนเพิ่มขึ้นและได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน ทั้งนี้ในปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเพื่อศึกษาระบบนิเวศความหลากหลายของพืชและของสัตว์มากขึ้น

ปัจจุบัน จังหวัดนครราชสีมา ได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 8,082 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ 350 ล้านบาท รวมรายได้ 8,432 ล้านบาทต่อปี (จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2557) ทั้งนี้จังหวัดนครราชสีมาและประเทศไทย เป็นประเทศที่ 3 ในแผนที่โลกที่มี "ดินแดนแห่ง 3 มงกุฎของยูเนสโก" หรือ (The UNESCO Triple Crown : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Global Geoparks อุทยานธรณีโลกของยูเนสโก) คือ ในพื้นที่ 1 จังหวัด มี 3 มรดกของยูเนสโก (เหมือนประเทศอิตาลีและเกาหลีใต้) ซึ่งปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมา มีมรดกของยูเนสโกแล้ว 2 อย่าง ได้แก่ 1 มรดกโลกป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่อยู่ในกลุ่ม World Heritage เมื่อ พ.ศ. 2548 และ 2 พื้นที่สงวนชีวมณฑลป่าสะแกราษ อยู่ในกลุ่ม Biosphere Reserve Area เมื่อ 2520 และเป้าหมายต่อไป 3 คือการสร้าง อุทยานธรณีโคราช / โคราชจีโอพาร์ค ให้เป็น UNESCO Global Geopark) (ประเทือง จินตสกุล, 2561) (Jintasakul P., 2018) ซึ่งต่อมาจังหวัดนครราชสีมาได้รับคำแนะนำจาก McKeever ผู้เชี่ยวชาญจากองค์การยูเนสโกใช้พื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่พื้นที่อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอเมือง ซึ่งมีขนาดพื้นที่รวม 3,243 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1 ใน 6 ของพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาให้เป็นอุทยานธรณีระดับจังหวัด และได้ประกาศให้จัดตั้งพื้นที่ 5 อำเภอดังกล่าว เป็นอุทยานธรณีระดับจังหวัด ซึ่งการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของอุทยานธรณีตามลำดับที่กล่าวมา สอดคล้องกับนโยบายของคสช. ในยุทธศาสตร์ที่ 6 ที่สนับสนุนให้จัดตั้งอุทยานธรณีแห่งชาติกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ เพื่อเป็นกลยุทธ์จัดระบบอนุรักษ์ พื้นฟูและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งจังหวัดนครราชสีมา นั้น มีความสำคัญทั้งทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญและความหลากหลายทางเชื้อชาติเหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวและความต้องการของตลาด ทั้งนี้จังหวัดนครราชสีมาซึ่งมีอุทยานธรณีโคราช (Korat Geopark :โคราช จีโอพาร์ค) เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่แสดงถึงจุดเด่นทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยพื้นที่ 5 อำเภอคือ อำเภอเมือง อำเภอสูงเนิน อำเภอสีคิ้ว อำเภอขามทะเลสอและอำเภอเฉลิมพระเกียรติ อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดขึ้นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเส้นทางโคราชจีโอพาร์คคือ (1) ชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ควังไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของโคราชจีโอพาร์ค (2) สื่อประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ควังคงมีข้อจำกัดและมีความน่าสนใจน้อย

ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค: กรณีศึกษาอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา บนฐานนิเวศน์และประวัติศาสตร์ของภูมิภาคจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา มีการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้

ภายใต้หลักการสร้างดุลยภาพของมิติเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมของการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การลดความเหลื่อมล้ำและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชนในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค : กรณีศึกษาอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

1. ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ Dickman (1996) แหล่งท่องเที่ยว มี 5 องค์ประกอบ (5A) ดังนี้คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว (attraction) 2) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) 3) การบริการที่พัก (accommodation) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (destination amenities) โดย Dickman (1996) มีความเห็นสอดคล้องกับ Middleton (1994) องค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว คือองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ หรือ แหล่งท่องเที่ยว
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ Zeithaml and Bitner (2009) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการคือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยตามสถานการณ์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ และปัจจัยส่วนบุคคล เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ของผู้บริโภคถึงสิ่งที่ตนได้รับจริงจากองค์กร (perceived performance) และเป็นตัวเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ ระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่มักไม่สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าและราคาได้อย่างถูกต้อง แต่จะตัดสินใจผ่านการรับรู้คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Kotler & Armstrong, 2010)
3. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม แนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความเป็นได้ในอนาคตที่ลูกค้าจะทำพฤติกรรมตามที่ตนได้ตั้งใจไว้ (Fishbein & Ajzen, 1975) ซึ่งพฤติกรรมในขั้นนี้ เกี่ยวข้องกับความสามารถในการทำกำไรและส่วนแบ่งตลาด ได้แก่ ความตั้งใจซื้อซ้ำและการแนะนำ บอกต่อให้ (Boulding et al., 1993; Zeithaml et al., 2009) แต่อย่างไรก็ตาม คำอธิบายเกี่ยวกับ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า 1) ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำจะลดลงเมื่อเวลาผ่านไป 2) นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจที่กลับมาเที่ยวซ้ำแล้ว ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนแปลงความตั้งใจ (Hughes, 1995)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ซึ่งตัวแปรในการศึกษาได้แก่ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

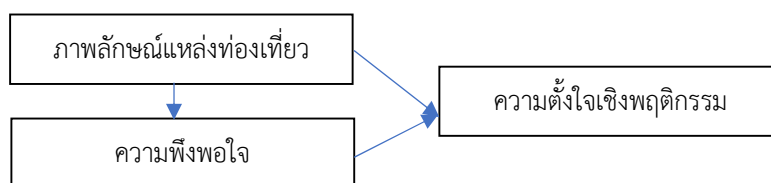
ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามคือ ระหว่างเดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนสิงหาคม 2563

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 (H1): ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 (H2): ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิด (ภาพ1) ผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวประเด็นภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ศึกษาประเด็นประสบการณ์การท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความตั้งใจมาเที่ยว การแนะนำบอกต่อ การเติมใจจ่าย การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมในการท่องเที่ยว และเพื่อบรรยายถึงสถานการณ์ที่เป็นอยู่ ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดนครราชสีมาปี 2563 ทั้งหมด จำนวน 5,689,455 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2563) (Nakhon Ratchasima Provincial Tourism and Sports Office, 2020)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนินที่ได้รับความนิยม จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างภายใต้เงื่อนไขการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Schumacher & Lomax, 1996) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้นเป็น 2 เท่า (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) (Silcharu T., 2012) ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 500 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi stage

sampling) (May, 1997) ได้แก่ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกวังเณร/น้ำตกวังควาบอย 2) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดป่าภูผาสูง/วัดธรรมจักรเสมาราม (พระนอน) /วัดวะภูแก้ว และ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เช่น ปราสาทเมืองโนนกู่ /ปราสาทเมืองแขก/ปราสาทเมืองเก่า จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาแหล่งละ 170 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 510 คน ซึ่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้ทั้งหมด 494 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจคุณภาพของเครื่องมือ โดยผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์หรือคำนิยามที่ต้องการวัด (IOC: Item-Objective Congruence) ระหว่าง 0.50-1.00 และผลการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.92 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สูงมาก จึงยอมรับคุณภาพของเครื่องมือ (Pallant, 2001)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด และยืนยันความเป็นตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis) เพื่อหาขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) (Wanichbuncha K., 2006) เพื่อค้นหารูปแบบของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวอุทยานธรณีโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีรายละเอียดดังนี้

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพครบทั้ง 8 ด้าน โดยด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีความสำคัญและโดดเด่นมาก เนื่องจากอำเภอสูงเนินมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ วัดพระนอน เมืองเสมา วัดป่าภูผาสูง น้ำตกวังเณร น้ำตกวังควาบอยและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

ทั้งนี้พื้นที่มีนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่อุทยานธรณี โดยมีความโดดเด่นเฉพาะตัวด้านนิเวศวิทยามีภูเขาควายมีลักษณะเด่นแปลกตาทางกายภาพ ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ทางด้านธรณีวิทยาที่บริเวณวัดป่าภูผาสูง นอกจากนี้มีน้ำตกวังเณร น้ำตกควบอยในพื้นที่ รวมถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านวัฒนธรรม เพราะเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ธรรมชาติแต่ยังคงรักษาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของพื้นที่ไว้เป็นอย่างดี จึงถือเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นที่มีทั้งคุณค่าทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในอดีต นอกจากนี้ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่มากกว่า 1 ครั้ง โดยเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เนื่องจากความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อำเภอสูงเนิน อีกทั้งนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงนิเวศ ร่วมกับครอบครัว/ญาติ ในช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ โดยเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 400 – 800 บาท กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมคือกิจกรรมทำบุญไหว้พระ ที่วัดป่าภูผาสูง วัดพระนอน กิจกรรมเที่ยวน้ำตกวังควบอย น้ำตกวังเณร และกิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ กับแหล่งโบราณสถานต่างๆในพื้นที่

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในประเด็นสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์คเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม บรรยากาศที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมาได้แก่ มีธรรมชาติที่หลากหลายทั้ง ภูเขา น้ำตก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อีกทั้งให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง มีวิถีชีวิต มีวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีความคุ้มค่าเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ 4.04 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในประเด็นกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 โดยให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ให้ความสำคัญระดับมาก อีกทั้งให้ความสำคัญระดับมาก รองลงมาได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มีแหล่งซื้อสินค้าานาชนิด และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.02 และ 4.00 ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 องค์ประกอบที่มีความสำคัญเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

รายการ			
สิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค ที่เป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม บรรยากาศที่ดี	4.54	0.86	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.19	0.81	มาก

3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีธรรมชาติที่หลากหลายทั้ง ภูเขา น้ำตก	4.29	0.72	มากที่สุด
4. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีความคุ้มค่าเงิน	4.04	0.78	มาก
รวม	4.26	0.79	มากที่สุด
กิจกรรมการท่องเที่ยว			
5. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีแหล่งซื้อสินค้า นานาชนิด	4.02	0.77	มาก
6. สถานที่ท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.00	0.69	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	4.17	0.71	มาก
8. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	4.08	0.80	มาก
รวม	4.06	0.74	มาก

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ด้านการรับรู้คุณค่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 โดยมีความประทับใจการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้ความตระหนักถึงคุณค่าของโคราชจีโอพาร์ค ได้รับความรู้ความเข้าใจ และเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 4.09 4.05 4.04 ตามลำดับ รองลงมาความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยพึงพอใจกับความสวยงามธรรมชาติ/ทิวทัศน์ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และความเป็นมิตรและการต้อนรับของคนในพื้นที่ตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 3.96 3.90 และ 3.78 ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่ามีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 โดยมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวปลอดภัยจากการก่อการร้าย และปลอดภัยจากก่อวินาศกรรมทางการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 3.98 3.77 และ 3.76 ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

รายการ			
ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านพึงพอใจกับความสวยงามธรรมชาติและทิวทัศน์ตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.99	0.78	มาก
2. ท่านพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.96	0.82	มาก
3. ท่านพึงพอใจกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.90	0.79	มาก
4. ท่านพึงพอใจกับความเป็นมิตรและการต้อนรับของคนในพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.78	0.69	มาก
รวม	3.90	0.77	มาก

ด้านความปลอดภัย

5. ท่านพึงพอใจในความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	4.01	0.79	มาก
6. ท่านพึงพอใจในความปลอดภัยของธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.98	0.85	มาก
7. ท่านพึงพอใจในความปลอดภัยจากการก่อการร้ายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.77	0.71	มาก
8. ท่านพึงพอใจในความปลอดภัยจากก่อวินาศกรรมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	3.76	0.69	มาก

รวม	3.88	0.76	มาก
-----	------	------	-----

ด้านการรับรู้คุณค่า

9. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีความน่าสนใจ	4.04	0.88	มาก
10. การท่องเที่ยวครั้งนี้ได้สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของโคราชจีโอพาร์ค	4.09	0.84	มาก
11. ท่านได้รับความประทับใจจากการมาท่องเที่ยวครั้งนี้	4.19	0.72	มาก
12. ท่านได้รับความรู้ ความเข้าใจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวอุทยานธรณีโคราชจากการมาท่องเที่ยวครั้งนี้	4.05	0.68	มาก

รวม	4.09	0.78	มาก
-----	------	------	-----

เมื่อพิจารณาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในอนาคตมากที่สุด ได้แก่ ตั้งใจแนะนำบอกต่อครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาได้แก่ ตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค ในอนาคตอย่างแน่นอน ค่าเฉลี่ย 4.40 ตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ค่าเฉลี่ย 4.24 นอกจากนี้มีความเห็นด้วยมากในเรื่องการเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและตั้งใจหาข้อมูลเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค ค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.11 ตามลำดับ ดังตาราง 3

ตาราง 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในอนาคตการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	4.24	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ท่านตั้งใจแนะนำบอกต่อครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก ให้มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	4.45	0.81	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ท่านเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	4.18	0.92	เห็นด้วยมาก
4. ท่านตั้งใจหาข้อมูลเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค	4.11	0.86	เห็นด้วยมาก
5. ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค ในอนาคตอย่างแน่นอน	4.40	0.79	เห็นด้วยมากที่สุด

รวม	4.22	0.82	เห็นด้วยมากที่สุด
-----	------	------	-------------------

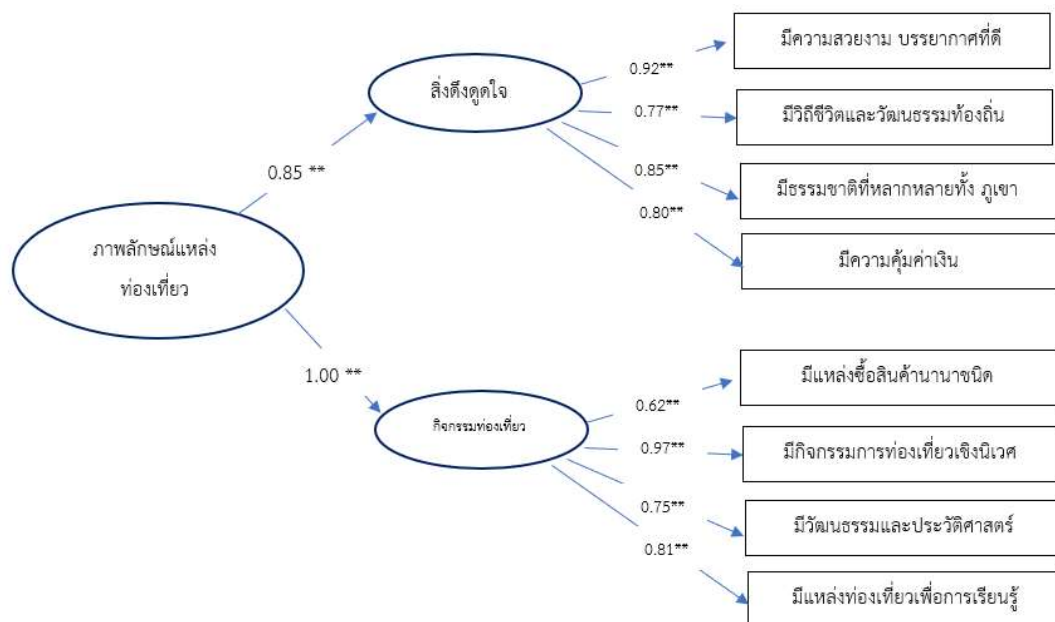
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งและอันดับสองของตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวแสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 10 ตัว มีขนาดตั้งแต่ 0.62 ถึง 1.00 และมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังภาพ 2

ส่วนองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 12 ตัว มีขนาดตั้งแต่ 0.51 ถึง 1.00 และมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังภาพ 3

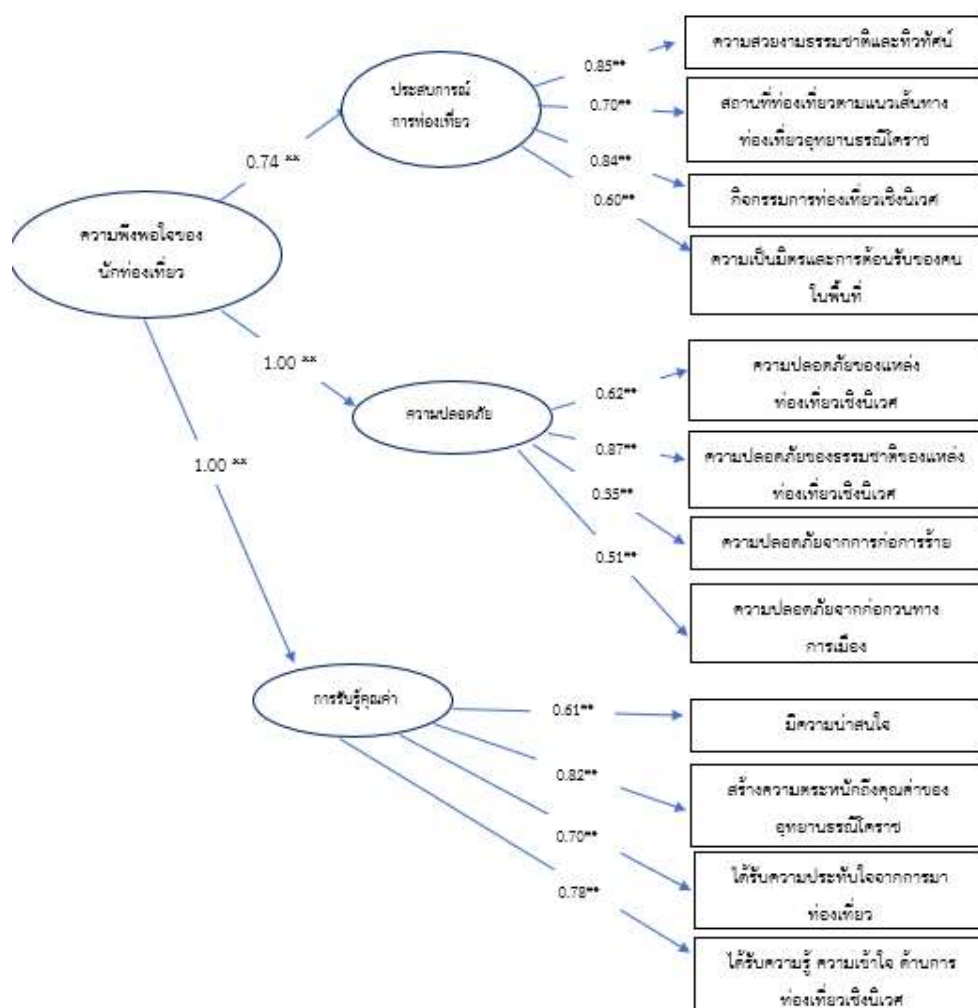
นอกจากนี้ องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งของโมเดล ตัวบ่งชี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 5 ตัว มีขนาดตั้งแต่ 0.70 ถึง 0.91 และมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังภาพ 4

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปร พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดคือ ปัจจัยความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคตอย่างแน่นอน รองลงมา คือ ตั้งใจที่จะบอกต่อแนะนำครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก เต็มใจที่จะจ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความปลอดภัย การรับรู้คุณค่า และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.38 ถึง 1.00 โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน คือ มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ดังภาพ 5



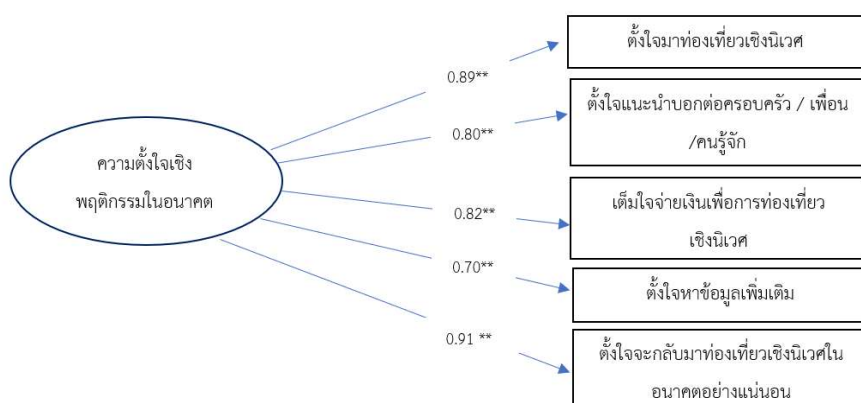
Chi-square = 36.89, df = 38, P-value = 0.705, RMSEA = 0.000, *p< .05, **p<.01

ภาพ 2: องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว



Chi-square = 12.59, df = 16, P-value = 0.745, RMSEA = 0.000, *p< .05, **p<.01

ภาพ 3: องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

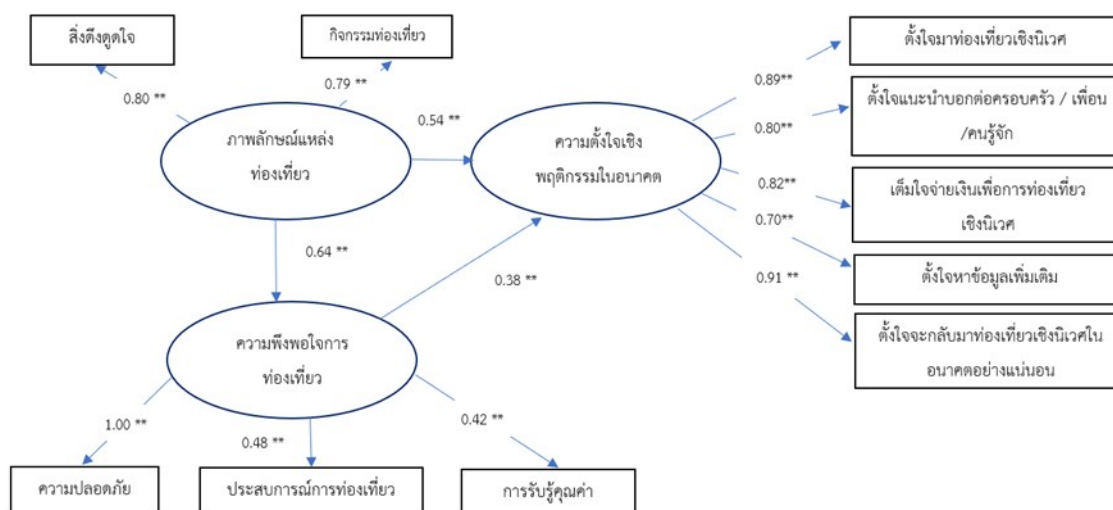


Chi-square = 10.89, df = 11, P-value = 0.495, RMSEA = 0.000, *p< .05, **p<.01

ภาพ 4: องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งของโมเดล ตัวบ่งชี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ

การทดสอบความสอดคล้องของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก มีค่าผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่า $p\text{-value} > 0.05$ ($p\text{-value} = 0.80$) และประเมินความสอดคล้องด้วยค่า χ^2 / df ควรมีค่าน้อยกว่า 2 ($\chi^2 / df = 10.24/15 = 0.68$) การวิเคราะห์ค่า GFI และ AGFI ซึ่งเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 หรือมีค่ามากกว่า 0.95 และ AGFI ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 (GFI=0.97, AGFI = 0.95) และค่า RMSEA ซึ่งเกณฑ์ที่กำหนดไว้ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 (RMSEA = 0.00) (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554) (Angsuchot S. et al., 2011) แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลในเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และความพึงพอใจนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรง เชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของระหว่างองค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (B) มากที่สุด ได้แก่ การตั้งใจกลับมาเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคตอย่างแน่นอน (0.91) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย (1.00) รองลงมาคือ สิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (0.85) โดยตัวแปรทั้งหมด มีค่าสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบ (R^2) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ร้อยละ 65 ดังภาพ 5



($\chi^2 = 10.24$ df = 15 P-value = 0.65 RMSEA = 0.00 SRMR = 0.03 GFI = 0.97 AGFI = 0.95, * $p < .05$, ** $p < .01$)

หมายเหตุ → หมายถึง เส้นอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาพ 5 โมเดลสมการโครงสร้างของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลการค้นหาโมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการค้นหารูปแบบ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า 1) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Path Coefficient = 0.64) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Path Coefficient = 0.54) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Path Coefficient = 0.38) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์

ตัวแปรผล	ตัวแปรเหตุ	ความพึงพอใจ			ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม		
		TE	DE	IE	TE	DE	IE
ภาพลักษณ์ (IM)		0.64	0.64	-	0.80	0.54	0.26
ความพึงพอใจ (SA)					0.38	0.38	

หมายเหตุ: DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังตาราง 5

ตาราง 5 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
(H1): ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	✓	
(H2): ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	✓	

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วิจัยครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

เมื่อนำผลของข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ จะพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ ความสำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติ และเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำหาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ดังนั้นควรส่งเสริมการวางแผนกลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยด้านการท่องเที่ยวควรนำเสนอภาพลักษณ์ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนให้สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศและธรรมชาติที่สวยงามในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรปรับปรุงในส่วนที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีสำคัญ ได้แก่ การ

พัฒนาด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการจองที่พักและการเดินทาง รวมทั้งการสนองตอบด้วยความเต็มใจและพร้อมให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวในการต้อนรับสร้างประทับใจ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและความเต็มใจแนะนำบอกต่อเพิ่มมากขึ้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก โดยรถยนต์ส่วนบุคคล เพราะเป็นการเดินทางที่มีความสะดวกและปลอดภัยสามารถเดินทางได้ตามความต้องการของผู้ที่มาเที่ยว Saithip Buapuek (2007) กล่าวว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นอกจากนี้ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมากขาดการเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คนในชุมชนมีความสามารถในการสื่อสารไม่ดีพอหน่วยงานภาครัฐจึงให้การสนับสนุนชุมชนในการพัฒนาความรู้ของชุมชนเช่น เรื่องการสื่อสาร การใช้สื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ชุมชน การให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ที่เป็นระบบ สอดคล้องกับเกษมณี เหลืองฐิติกาญญา (2559) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prayag (2009); Alegre & Cladera (2009) และพบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสามารถมีอิทธิพลเชิงบวกและเชิงลบกับความพึงพอใจ ทั้งนี้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความพึงพอใจ แสดงถึงการได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ส่วนในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน พบว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความพึงพอใจ แสดงถึงการได้รับประสบการณ์เกินกว่าความคาดหวัง ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวจริง และส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงขึ้น และพบว่าสอดคล้องกับ Pika (2004) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ Groonroos (1984) กล่าวว่า ภาพลักษณ์บ่งบอกถึงความคาดหวัง และ Parasuram et al. (1985) และ Kotler and Keller (2009) กล่าวว่า กรณีความคาดหวังมากกว่าคุณภาพของสินค้าและบริการที่ลูกค้ารับรู้จะส่งผลให้ลูกค้ามีความผิดหวังหรือไม่พอใจ ถ้ากรณีที่ความคาดหวังเป็นตามที่คาดไว้จะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และกรณีลูกค้าได้รับประสบการณ์จากการใช้สินค้าและบริการเกินกว่าที่คาดไว้จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความปลาบปลื้มและยินดี แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่นิยมการท่องเที่ยวแบบเดิมซ้ำ และมีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบได้ประสบการณ์ใหม่และองค์ความรู้สอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2553) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกและทำให้เกิดการเรียนรู้และหาประสบการณ์ที่หลากหลาย พร้อมกับหวนหาการท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกและทำให้เกิดการพักผ่อนได้อย่างแท้จริง (Hi-Tech to Hi-Touch) ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้รูปแบบ การท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ย้อนกลับสู่วิถีชีวิตอันดั้งเดิมและเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษา

การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช ต้องให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ่งดึงดูดใจ เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น โดยใกล้เคียงหรือบรรเทาธรรมชาติให้น้อยที่สุด การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติของท้องถิ่นเพื่อรักษาและคงความเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงต้องให้ความสำคัญความปลอดภัย เช่น มาตรการป้องกันความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น จัดกิจกรรมเด่นของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยไหว้พระนอนเมืองเสมา เทียนน้ำตกควบอย ปิดท้ายทานเช้าอาหารพื้นเมืองของท้องถิ่นสูงเนิน และสร้างการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเด่นของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดเป็นศูนย์ OTOP ศูนย์สาธิต ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน และธรรมชาติของชุมชนเพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชแบบเต็มรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจและประทับใจ ให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและความเต็มใจแนะนำบอกต่อเพิ่มมากขึ้นต่อไป นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์ค อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยนำเสนอเป็นการดำเนินกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ 1) กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนและการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม และ 5) กลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการให้เกิดความยั่งยืนต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อนำข้อมูลมากำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน
3. ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการศึกษาและปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชาติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยแทรกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ในหลักสูตรทุกระดับ และสนับสนุนให้เปิดหลักสูตรการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยบูรณาการศาสตร์ความรู้ทั้งการวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมและการจัดการ
4. ควรกำหนดมาตรฐานการออกแบบก่อสร้าง พร้อมทั้งระบบตรวจสอบขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ของแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และมีมาตรการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

5. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ในการสนับสนุนโครงการ หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

เอกสารอ้างอิง

- เกษมณี เหลืองฐิติกาญจนา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549) การวิเคราะห์ทางสถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง . (2553). การจัดทำเอกสารเผยแพร่งานวิจัยด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : ปิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ประเทือง จินตสกุล. (2561). โคราชจีโอพาร์ค สู่จีโอพาร์คโลกยูเนสโก. กองธรณีวิทยา. ส่วนอนุรักษ์แหล่งธรณีวิทยาและจัดตั้งอุทยานธรณี กรมทรัพยากรธรณี
- สุภมาศ อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2554). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ :เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- สายทิพย์ บัวเผือก. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ปี 2563. นครราชสีมา. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2563, จาก <http://nakhonratchasima.mots.go.th>
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. (2558). รายงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2558. นครราชสีมา. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2563, จาก <http://nkrat.nso.go.th/>
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2560). สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย. สืบค้น 12 มีนาคม 2564, จาก <https://kasikornresearch.com/>
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). สถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. สืบค้น 12 มีนาคม 2564, จาก www.tourismthailand.org/tatic.
- Alegre, J., Cladera, M. (2009). "Analyzing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return", European Journal of Marketing, 43(5/6): 670-685.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.

- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*, 2nd ed., Australia: Hodder Education.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An Introduction to Theory and Research*. Philippines: Addison-Wesley.
- Hughes, A. M. (1995). "Making a database pay off using recency, frequency, and monetary analysis", *Journal of Database Marketing*: 3(1), 77-89.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework for Marketing Management*. (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principle of Marketing* (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Gronroos, C. (1984). "Service quality model and its marketing implications", *European Journal of Marketing*, 18(4): 36-44.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel Tourism*. Oxford: Butterworth Heineman.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1985). "A conceptual model of services quality and its implication for future research", *Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.
- Pike, S. (2004). *Destination Marketing Organizations*. Oxford: ELSEVIER Ltd.
- Prayag, G. (2009). "Tourists' evaluations of destination image, satisfaction, and future behavioral intentions--The case of Mauritius", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26: 836-853.
- Schumacher, R. & Lomax, R. (1996). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates: Inc.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2009). *Service Marketing: Integrating Cu*

Translated Thai References

- Angsuchot, S., Wichitwanna, S., & Pinyopanuwat, R. (2011). *Statistical analysis for clinical research. Social and Behavioral Sciences: Techniques for using LISREL*. Third edition, revised edition. Bangkok: prosperous and stable printing. (In Thai)
- Buapueak, Saithip. (2007). *Behavior and Satisfaction of Thai Tourists toward Tourist Attraction in Koh Kret, Nonthaburi Province*. Master of Business Administration Department of Marketing. Graduate school Srinakharinwirot University. (In Thai)
- Choibamroong, Therdchai. (2007). *Annual of international Thai Tourism journal 2007*. Bangkok: Research Fund Office. (In Thai)
- Jintasakul. Pratuang. (2018). *Korat Geopark To the UNESCO World Geopark*. Geology Division. Conservation of geological resources and establishment of a geopark Department of Mineral Resources. (In Thai)
- Kasikorn Research Center. (2017). *Thailand tourism situation*. Retrieved March 12, 2021, from <https://kasikornresearch.com/> (In Thai)

- Lueangthitikanjana, Ketmanee. (2016). *Factors affecting the decision of traveling to Taiwan among Thai tourists*. (Master of Economics Business Economics). Thammasat University: Bangkok. (In Thai)
- Nakhon Ratchasima Provincial Statistical Office. (2015). *Nakhon Ratchasima Provincial Statistics Report 2015*. Nakhon Ratchasima. (In Thai)
- Office of Tourism and Sports. (2020). Report on the number of tourists in Nakhon Ratchasima Province, year 2563. Nakhon Ratchasima. Retrieved July 15, 2020, from <http://nakhonratchasima.mots.go.th> (In Thai)
- Silcharu, Thanin. (2012). *Research and Statistical Analysis with SPSS*. 11th edition. Bangkok: Business R&D. (In Thai)
- Tourism Market Research Center Tourism Authority of Thailand. (2017). *Situation of international tourism*. Retrieved March 12, 2021, from www.tourismthailand.org/tatic. (In Thai)
- Wanichbancha, Kanraya. (2006) *Statistical analysis: Statistics for decision making*. Bangkok University: Chulalongkorn University. (In Thai)