

### บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5850077

ชื่อโครงการ : การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย

1. อาจารย์ ดร.กীরติ ตระการศิริวานิช  
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชพล ทรงสุนทรวงค์  
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. นางสาวทิพยาภรณ์ รัตนลาโภ  
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail Address: oatxtra@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 15 มิถุนายน 2558 ถึง 14 มิถุนายน 2559

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ (4) เสนอแนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย และชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อุทยานแห่งชาติเขาสก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 อย่างน้อย 2 กิจกรรม จำนวน 1,000 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 502 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 498 คน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สำหรับสัมภาษณ์หัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ผู้นำชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงอุทยานแห่งชาติและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ใช้การวิเคราะห์ค่าถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานะภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 25,587 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง และใช้ร่างกายในอุทยานฯ เฉลี่ย 2,776 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โสด เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 46,003 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยาน 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง เดินป่า และใช้ร่างกายในอุทยานฯ เฉลี่ย 3,394 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

2) ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกรายพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุด

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่า หากมองมิติด้านความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากรและด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งมีมิติด้านความต้องการเหล่านี้ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับต่อมา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหากมองมิติด้านความต้องการ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม

4) แนวทางในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ตลาดหลักคือ ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ควรยกระดับแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และบูรณาการการสื่อสารการตลาด ส่วนตลาดนอกประเทศ ควรเน้นการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ ส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด

## ABSTRACT

Project Code : RDG5850077  
Project Title : Market Promotion for Ecotourism in Thailand  
Investigators : Trakansiriwanich K., Songsoonthornwong C., Rattanalapho T.  
Maejo University, Sukhothai Thammathirat Open University  
E-mail Address : oatxtra@gmail.com  
Project Duration : 15 June 2015 – 14 June 2016

The objectives of this research were (1) to study characteristics and tourist behaviors of eco-tourists in Thailand; (2) to study the needs for and satisfaction with eco-tourism of eco-tourists in Thailand; (3) to study factors affecting the decision to partake in eco-tourism of eco-tourists in Thailand; and (4) to propose guidelines for marketing promotion of eco-tourism in Thailand.

The research sample consisted of 1,000. They were classified into 502 Thai tourists and 498 foreign tourists, Thai and foreign eco-tourists who studied tourist information, had previous experiences in at least two tourist activities in Doi Inthanon National Park, Khao Yai National Park, Kaeng Krachan National Park, Kui Buri National park, Khao Sok National Park, and Surin Islands National Park from July 2015 to April 2016.

The employed data collecting instruments for the quantitative study were a questionnaire for tourists. In the qualitative study, the key informants consisted of heads of national parks, representatives of state work agencies in the areas, representatives of local administrative organizations in charge of national park areas, representatives of tourism work agencies, community leaders in tourism sites, and representatives of tourist companies with business operation in national parks. Data were analyzed with descriptive statistics of frequency, percentage, mean, and standard deviation, and with inferential statistical procedure of multiple regression analysis.

Research results showed that (1) regarding characteristics and tourist behaviors of eco-tourists in Thailand, the majority of Thai tourists were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with average monthly salary of 25,587 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound recording, spending on the average of 2,776 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves; as for foreign tourists, the majority were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with average monthly salary of 46,003 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound recording, spending on the average of 3,394 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves.

(2) regarding the needs for and satisfaction with eco-tourism of eco-tourists, both Thai and foreign tourists had the needs for and satisfaction with the majority of eco-tourism factors at the high level; however, if in-depth analysis of specific tourist areas were undertaken, it was found that Thai tourists who visited Surin Islands National Park had the needs for and were satisfied with eco-tourism factors at the highest level

(3) regarding factors affecting the decision to partake in eco-tourism of eco-tourists in Thailand, it was found that for the needs of Thai tourists, the factors of tourist area, tourism management with social responsibility, tourism personnel, and price were factors that affected their decision for making the trips; all of these need factors were positive factors that correlated with their subsequently obtained satisfaction; as for the needs of foreign tourists, the price factor was the factor that affected their decision for making the trips, with their opinion that the present prices were appropriate.

(4) regarding guidelines for marketing promotion of eco-tourism in Thailand, the promotion could be directed toward two main markets, namely, the market for Thai tourists and the market for foreign tourist; for the Thai tourists market, The focus should be on upgrading the level of ecotourism marketing plan, promotion of ecotourism activities, integration of marketing communications ; for the foreign tourists market, the focus should be on integration of marketing ecotourism, sale promotion, promotion of specific target groups and publicity through a variety of media.

**Keywords:** Tourist behavior, Factors affecting tourist's decision, Marketing promotion