

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎี

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. แนวคิดการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรมปาไม (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชน” ศูนย์วิจัยป่าไม้ (2558) ได้สรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเป็นหลัก และอาจรวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ด้วย 2) ควรเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม 3) เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ และการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยตรง อีกทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย 4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม 5) มุ่งเน้นคุณค่าลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นที่การเสริมแต่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme – UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้คำนิยามว่า “การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษามีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็น

การรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากรในท้องถิ่น”

2.1.1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องหรือจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การส่องสัตว์ การดูนก เทียวถ้ำ เทียน้ำตก พายเรือ ดูปะการัง ตั้งแคมป์ ล่องแพ ขี่ม้า นั่งช้าง เลี้ยงช้าง 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การชมความงามความเก่าแก่ลักษณะเฉพาะตัวของแหล่งประวัติศาสตร์ การศึกษาเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของแหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ชื่นชมงานศิลปกรรมและวัฒนธรรม การร่วมกิจกรรมเรียนรู้พฤติกรรมของผู้คนและชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 อ้างถึงใน กิรติ ตรีการศิริวานิช, 2559) สำหรับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะเป็นกิจกรรมซึ่งได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เลี้ยงช้าง ล่องแพ การเยี่ยมชมทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน และการเยี่ยมชมวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการ ในอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วยจำนวนครั้งของการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว ลักษณะในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปสถานที่พักแรมและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (ปราโมชน์ รอดจรัส, 2553 อ้างถึงใน กิรติ ตรีการศิริวานิช, 2559) พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของโลกแบ่งเป็นลักษณะจิตวิทยาได้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ตาม เป็นกลุ่มที่ต้องการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปและจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่ไม่เสี่ยงอันตราย ต้องการเที่ยวไปทางที่มีแสงที่ส่องสว่างสามารถทำกิจกรรมกลางแจ้งได้ เพื่อผ่อนคลายความเครียด กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องอาศัยแรงกายมากและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและง่ายดาย ต้องการบรรยากาศการเดินทางที่เป็นสิ่งที่คุ้นเคยกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตัวเองในถิ่นที่พำนักอยู่ ต้องการการจัดให้มีบริการอย่างครบครันทั้งที่พักอาหารเครื่องดื่มการเดินทางปลอดภัย ต้องกำหนดเวลาในโปรแกรมการท่องเที่ยวและจัดให้เป็นตามกำหนดการ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้นำ เป็นคนที่ต้องการเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่มีคนเข้าไปแล้วมาก ต้องการมีความรู้สึกที่ตัวเองเป็นผู้ค้นพบ ได้เข้าไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่มีใครเคยไป ต้องการเที่ยวในจินตนาการและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวของบุคคลอื่น ต้องการกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นและประสบการณ์ใหม่ๆ การเดินทางไปยังจุดหมายต้องใช้เวลาน้อยเพราะต้องการใช้เวลากับการแสวงหาสิ่งใหม่และทำกิจกรรมต่างๆ มากกว่าจะใช้เวลาอยู่ในยานพาหนะในการเดินทาง สถานที่พักอาหารต้องการได้เพียงแค่นอนพื้นฐานในการดำรงชีวิตมีอาหารใหม่ที่แปลกๆไม่เป็นอันตราย มีนักท่องเที่ยวพักอยู่จำนวนน้อยหรือไม่มีเลย ต้องการพบปะพูดคุย

เรียนรู้กับผู้อื่นในท้องถิ่นที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากตนเองและไม่เคยรู้มาก่อน ต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่รู้สึกว่ารัดเกินไปและมีความยืดหยุ่นมีเวลาส่วนตัวที่จะค้นหาสิ่งใหม่ให้ตนเอง (กมลทิพย์ ประสิทธิพรพันธุ์, 2553 อ้างถึงใน กิรติ ตระการศิริวานิช, 2559)

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิรติ ตระการศิริวานิช (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่าหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวต่อต้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านบุคลากร และด้านราคา ซึ่งความต้องการสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามแต่ละบุคคล และยังมีผู้ให้ความหมายทฤษฎีความต้องการไว้ว่า ความต้องการคือรูปแบบหนึ่งของความจำเป็นของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมและบุคลิกภาพส่วนบุคคล (วารุณี ตันตวิงค์วานิช, 2546 อ้างถึงใน กิรติ ตระการศิริวานิช, 2559) ความต้องการหมายถึง ความสามารถของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคล ซึ่งเป็นความต้องการในระดับที่ลึกซึ้งกว่าความจำเป็น (อัจจิมา เศรษฐบุตร, 2544 อ้างถึงใน กิรติ ตระการศิริวานิช, 2559) อีกนัยหนึ่ง สามารถกล่าวได้ว่าความต้องการหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามแต่ละบุคคลซึ่งมีความลึกซึ้งกว่าความจำเป็น (กิรติ ตระการศิริวานิช และคณะ, 2559)

2.1.4 แนวคิดการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการสื่อสาร สำหรับติดต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยใช้หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์การขายผ่านผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter), ยูทูบ (YouTube), ไลน์ (line) และอื่นๆ ซึ่งประโยชน์จากการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างใกล้ชิดและรวดเร็วสามารถตอบโต้สื่อสารได้แบบสองทิศทาง ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าหรือบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังประหยัดและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพราะเป็นสื่อที่มีต้นทุนต่ำในการติดต่อสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันในยุคปัจจุบัน สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภทหลักคือ 1) บล็อก (Bloggging) คือประเภทของระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียน blog เผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยข้อความที่โพสต์ลงในบล็อกเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัว จุดเด่นของบล็อกคือการสื่อสารเป็นการอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อก 2) ไมโครบล็อก (Microblogging) คือรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการกำหนดขนาดคำในการโพสต์แต่ละครั้ง เช่นทวิตเตอร์ เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์ในแต่ละครั้งการพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร และปัจจุบันทวิตเตอร์ก็เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คน เพราะใช้งานง่ายและใช้เวลาไม่นานนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่างๆที่ใช้ทวิตเตอร์ ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับสังคม 3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือเว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อ

สื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักกันมาก่อนหรือรู้จักกันภายหลังออนไลน์ ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่เหมือนกันคือโปรไฟล์เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชีการเชื่อมต่อเพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักผ่านทางออนไลน์และการส่งข้อความ อาจจะเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความสาธารณะซึ่งเว็บไซต์ในเครือข่ายทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้สูงสุดคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) 4) การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เป็นการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลดไฟล์สื่อประสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้อื่น เช่น YouTube Facebook และ Line (อรสา เติตวิวัฒน์ และคณะ, 2559)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 4 แนวคิด คือแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแนวคิดการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าจะจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการศึกษาในครั้งนี้

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อรณพ สุทธิจิระพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในตำบลกีดช้าง อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบททางด้านกายภาพ สังคมและสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่การสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1) ใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน จำนวน 20 คน กลุ่มที่ 2) โดยแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน และประชาชนในตำบลกีดช้างจำนวน 100 คน กลุ่มที่ 3) โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่นจำนวน 20 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ตำบลกีดช้างมีพื้นที่เหมาะสมกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีแม่น้ำแดงที่มีความสมบูรณ์สวยงาม มีแก่งมากมาย และลักษณะของสายน้ำที่ไหลเชี่ยว จากผลการศึกษารูปแบบกิจกรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวคือการล่องแพไม้ไผ่ การล่องแพยาง และเรือแคนู จึงทำให้เป็นแหล่งนันทนาการของผู้คนในพื้นที่และนอกพื้นที่เข้าไปเที่ยวพักผ่อน และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 2) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตำบลกีดช้าง พบว่าการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามา มากก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้น การใช้น้ำ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยวและที่สำคัญอาจถึงขั้นสูญเสียเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น 3) แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน พบว่าพื้นที่ของ

ตำบลก็ค้ำข้างเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงในการใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและนันทนาการจึงควรมีแนวทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของตำบลก็ค้ำข้าง คือ การท่องเที่ยวที่สามารถได้รับประโยชน์ และไม่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันการทำเกษตรกรรม โดยต้องมีการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างทั่วถึง รวมทั้งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชน

นภัสสร คุ้มถนอม (2558) ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว จำนวนเงินที่ใช้จ่าย รูปแบบการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง ช่วงระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3) ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) ข้อมูลด้านความต้องการตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบบคะแนนเรียงลำดับความสำคัญ 3 อันดับแรก เรียงจากมากไปน้อย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21- 30 ปี มีสถานะภาพ โสด มีระดับการศึกษา คือปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท 2) ด้านพฤติกรรมของหรือเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือเพื่อการพักผ่อนกับเพื่อนหรือครอบครัว จำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 – 4,500 บาทต่อครั้ง 3) รูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือท่องเที่ยวเป็นครอบครัว มาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวคือ 2 วัน 4) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เรียงตามลำดับ คือด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์ ด้านส่งเสริมการตลาดด้วยการใช้สื่อออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการที่หลากหลาย ด้านราคาด้วยการมีส่วนลด เช่นจากการชักชวนบอกต่อให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5) ด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3 อันดับแรก ได้แก่ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือหรือแพ ชมภูมิประเทศ และการเดินป่าเส้นทางธรรมชาติ

กิริติ ตระการศิริวานิช และคณะ (2559) วิจัยเรื่องการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการ

ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ 1) การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากวารสาร นิตยสาร เอกสารทางวิชาการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น รวมถึงการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและประชาชนในท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่าภาพรวมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านพื้นที่ การจัดการ บุคลากร ราคา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยแบ่งได้ 2 มิติ ได้แก่ 1) ตลาดภายในประเทศ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงาน ให้ความสนใจในกิจกรรมการเดินป่าและกิจกรรมผจญภัยในช่วงเวลาสั้นๆ จึงควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มีจำนวนวันทำกิจกรรมเพิ่มขึ้น 2) ตลาดภายนอกประเทศ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen-Y ที่มีรายได้สูงนิยมกิจกรรมเดินป่าและศึกษารธรรมชาติในช่วงระยะเวลาสั้นๆ จึงควรส่งเสริมกิจกรรมผจญภัยเกี่ยวกับธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มีกิจกรรมต่างๆเพิ่มขึ้น

อรสา เตติวัฒน์ และคณะ (2559) วิจัยเรื่องการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบความต้องการการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งออกแบบ พัฒนา ทดลองใช้ และประเมินต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สร้างแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ 3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 4) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวและประชากรในพื้นที่ 5) ออกแบบระบบด้วย Unified Modeling Language (UML) 6) ออกแบบหน้าจอรับข้อมูล กระบวนการทำงานและหน้าจอรายงาน 7) พัฒนาต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย 8) ทดสอบและประเมินผล 9) ติดตั้งระบบและนำไปใช้งาน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมและความต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการค้นหาข้อมูลที่ทำให้เลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเน้นที่ความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านเนื้อหา รูปแบบฟังก์ชันการใช้งาน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ประโยชน์ได้ สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการ และการโฆษณาได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนอกประเทศสามารถรับข่าวสารต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุม

จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ส่วนด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวก็จะเน้นในเรื่องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและเพื่อน สำหรับด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวจะเกี่ยวกับปัจจัยด้านพื้นที่ การจัดการ บุคลากร ราคา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

และในด้านการรับข้อมูลข่าวสารจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับ
การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาตั้งใจศึกษาในเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นประเด็นสำคัญ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved