

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่



นางสาว ศศิวิมล เลิศวสุรัตน์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามปริญญาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

GUIDELINE OF TOURISM MANAGEMENT FOR THE SURROUNDING AREA OF
KHAO YAI NATIONAL PARK



Miss Sasiwimon Leartwasurat

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยาน
แห่งชาติเขาใหญ่

โดย

นางสาวศศิวิมล เลิศสุวรรณ

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

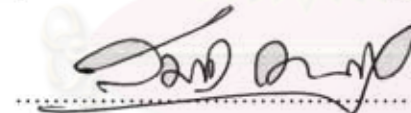
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณิงสุเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณิงสุเกษม)



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)



กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(นาง ศศิอาภา สุคนธ์รัตน์)

ศศิวิมล เลิศสุวรรณ : แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่. (TOURISM MANAGEMENT THE SURROUNDING AREA OF KHAO
YAI NATIONAL PARK) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ.ดร. สมบัติ กาญจนกิจ,
173 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการต่อองค์ประกอบ
ท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ รายได้ และอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขา
ใหญ่ จำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ เพื่อหา
ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และวิเคราะห์ความ
แปรปรวนทางเดียว อีกทั้งสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน
10 คน นำข้อมูลมาแยกเป็นกลุ่มตามหัวข้อ

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการ
ท่องเที่ยวในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{x} = 4.09$) ที่พัก
($\bar{x} = 3.95$) อาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{x} = 3.90$) ธุรกิจท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90$) ประเภทของ
แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.79$) คมนาคมขนส่ง ($\bar{x} = 3.80$) ด้านสินค้าของที่ระลึก ($\bar{x} = 3.72$)
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ
รายได้ และอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้และอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างอย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ .05 จากการสัมภาษณ์ พบว่าควรมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมให้
เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ สร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน จัดการการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่ง
ท่องเที่ยว จัดการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เป็นต้น

แนวทางการจัดการพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีดังนี้ 1. พัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวโดยเพิ่มคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ 2.ฟื้นฟูพื้นที่เสื่อมโทรมเป็นสวนสาธารณะ 3.สร้าง
ความร่วมมือระหว่างองค์กร 4.พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 5.สร้างองค์ความรู้
ให้กับชุมชน 6.ส่งเสริมเส้นทางรถไฟ 7.สร้างพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ฐานเขาใหญ่

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ศศิวิมล

ปีการศึกษา 2553.....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....



##5278811139 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: TOURISM MANAGEMENT, THE SURROUNDING AREA OF KHAO YAI NATIONAL PARK

SASIWIMON LEARTWASURAT:GUIDELINE OF TOURISM MANAGEMENT FOR THE SURROUNDING AREA OF KHAO YAI NATIONAL PARK.ADVISOR:PROF.SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D.,173 pp.

This research was to study tourists demand of tourism elements in the surrounding area of KhaoYai National Park and to compare the differences in demand of tourism elements categorized by gender, income and occupation.

Sample was 400 tourists in the surrounding area of KhaoYai National Park. The data collected from the survey was analyzed by computer program to find frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test by ANOVA one-way analysis. Data from interviewing 10 stakeholderpeople was also included.

The study found that the majority of tourists opinion towarded demand of tourism elements were rated at high level as follow: 1.tourist attraction (\bar{x} = 4.09),2.accommodation (\bar{x} =3.95),3.food and beverage(\bar{x} =3.90),4.tourism service (\bar{x} =3.90),5.type of attraction(\bar{x} =3.79), 6.transportation (\bar{x} =3.80), and 7.souvenir(\bar{x} =3.72).Comparison of gender, income and occupation were found to beno significant differencein gender, while income and occupation elements, there were significantly different at .05. In-depth interview found that improving decadent attractions into recreation area, educating local people, physical environment control and basic facility were necessary to be done.

Management guideline for the surrounding area of KhaoYai National Park were:1.to improve current attractions,2.to develop park for community,3.to create cooperation among stakeholder, 4.to improve basic facilities, 5.to educate local people.6. topromote and to develop railways transportations and 7.toprovide museum and education center.

Field of Study : Sports Science.....

Student's Signature Sasiwimon

Academic Year : 2010.....

Advisor's Signature Sombat K.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยการสนับสนุนและความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้คอยให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นอันมีคุณค่า และประโยชน์ในการวิจัยอย่างยิ่ง ตลอดจนการแก้ไข ปรับปรุง ให้งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัช และคุณศศิอาภา สุคนธ์รัตน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการทำวิจัย ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่สละเวลาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรักและกำลังใจจากนางนันทา เลิศวสุรัตน์ นายสมภพ เลิศวสุรัตน์ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้กำลังใจและเข้าใจ ดูแลและช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดมา ขอขอบคุณนายธนโชติ เลิศวสุรัตน์ น้องชายที่ช่วยดูแลงานบริษัทแทนผู้วิจัยเป็นอย่างดี ขอขอบคุณ นายนิกร เพี้ยมา นางพิรยา ใจปิ่น ที่ให้กำลังใจและให้คำปรึกษาข้อมูลตลอดมา ที่สำคัญขอขอบคุณ นายสรวิชญ์ เพี้ยมา ผู้ที่ช่วยเหลือผู้วิจัย ทั้งให้คำปรึกษา ให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างในทุกเรื่องเสมอมา และนางสาวสิริวรรณ เตื้อประเสริฐวงศ์ เพื่อนที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำขั้นตอนต่างๆ ให้กับผู้วิจัยและท้ายสุดขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกคน(ภาคพิเศษและภาคปกติ) ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านการเรียนและให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอด โดยเฉพาะภาคพิเศษที่เรียนและร่วมทุกข์ร่วมสุขมาด้วยกัน

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และคุณค่าใดๆ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี และครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ทั้งได้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้มาสู่ผลสำเร็จได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	8
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	9
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	10
แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	33
แนวคิดความต้องการ.....	36
แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว.....	39
แนวคิดการมีส่วนร่วมชุมชน.....	48
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	50
แนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	52
แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	55
ข้อมูลพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	62
รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	69

บทที่	หน้า
3.วิธีการดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	74
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	76
4.ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	81
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	85
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านความต้องการต่อองค์ประกอบการ ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	92
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการต่อองค์ประกอบการ ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	99
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	116
5.สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	131
อภิปรายผลการวิจัย.....	137
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	152
รายการอ้างอิง.....	153
ภาคผนวก	159
ภาคผนวก ก.	160
ภาคผนวก ข.	162
ภาคผนวก ค.	164
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	173

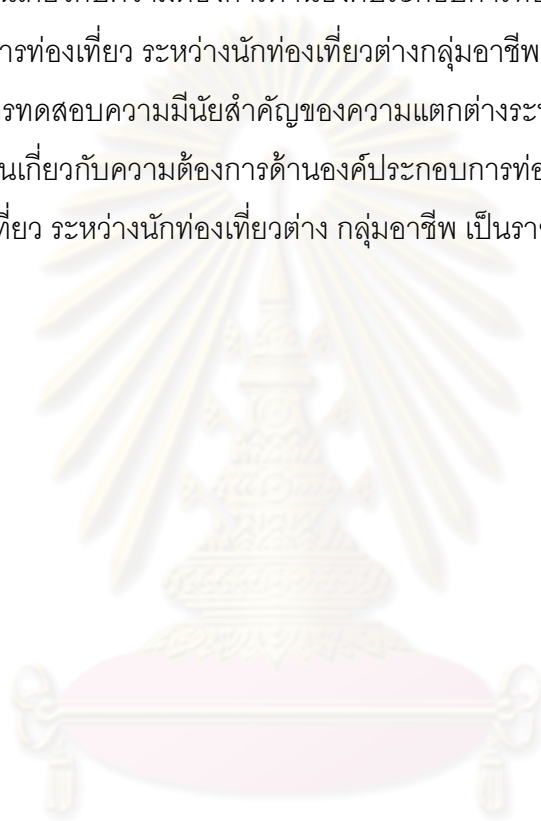
สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	81
ตารางที่ 2	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	82
ตารางที่ 3	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	82
ตารางที่ 4	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..	83
ตารางที่ 5	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับภูมิฐานะ..	83
ตารางที่ 6	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	84
ตารางที่ 7	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือน.....	84
ตารางที่ 8	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	85
ตารางที่ 9	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตามแหล่งข้อมูล.....	86
ตารางที่ 10	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่	87
ตารางที่ 11	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	88
ตารางที่ 12	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่.....	88
ตารางที่ 13	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับท่านในการท่องเที่ยวพื้นที่ โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	89

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 14	89
จำนวนและค่าธรรมเนียม พกติดกรรมกรท่งเท่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม ความประสงค์ใดในการเลือกแหล่งท่งเท่ยวพื้นที่ โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	89
ตารางที่ 15	90
จำนวนและค่าธรรมเนียม พกติดกรรมกรท่งเท่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม สถานที่พักแรมแบบใดในการใช้บริการที่พักพื้นที่ โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	90
ตารางที่ 16	91
จำนวนและค่าธรรมเนียม พกติดกรรมกรท่งเท่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่งเท่ยวพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.....	91
ตารางที่ 17	92
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านแหล่งท่งเท่ยวและสิ่งดึงดูดใจ.....	92
ตารางที่ 18	93
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านประเภทของการท่งเท่ยว.....	93
ตารางที่ 19	94
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านที่พัก.....	94
ตารางที่ 20	95
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านการเดินทาง.....	95
ตารางที่ 21	96
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม.....	96
ตารางที่ 22	97
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านของที่ระลึก.....	97
ตารางที่ 23	98
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ ด้านธุรกิจท่งเท่ยว.....	98
ตารางที่ 24	99
ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ความต้องการด้านแหล่งท่งเท่ยวและสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามเพศ ด้วยค่าที่.....	99
ตารางที่ 25	100
ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ความต้องการด้านประเภทของการท่งเท่ยว จำแนกตามเพศ.....	100

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 26	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านที่พัก จำแนกตามเพศ.....	101
ตารางที่ 27	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านการเดินทาง จำแนกตามเพศ.....	102
ตารางที่ 28	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามเพศ.....	103
ตารางที่ 29	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านของที่ระลึก จำแนกตามเพศ.....	104
ตารางที่ 30	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ.....	105
ตารางที่ 31	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้.....	106
ตารางที่ 32	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	107
ตารางที่ 33	ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่.....	108
ตารางที่ 34	ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่.....	109
ตารางที่ 35	ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่.....	110
ตารางที่ 36	ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	111

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 37	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	112
ตารางที่ 38	ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านประเภทของการท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่.....	114
ตารางที่ 39	ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่าง กลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่.....	115



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวของไทยมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ต่อเศรษฐกิจของประเทศ ไทย การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศมากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้ที่มีมูลค่าสูงมากแม้ว่าการเกิดสถานการณ์บางประการ จะมีส่วนชะลอ การท่องเที่ยวให้ถดถอยลงบ้าง ในทางกลับกันการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีผลในด้านบวกต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพและการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งในทางตรง และทางอ้อมไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงหรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบ สาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศ

ในพ.ศ.2552 ที่ผ่านมามีเศรษฐกิจ อุปสรรคจากปัจจัยหลายประการ ความวุ่นวาย ทางการเมืองภายในประเทศประกอบกับระบบเศรษฐกิจโลกชะลอตัว เนื่องจากภาวะน้ำมันที่มี ราคาสูงขึ้นและวิกฤตสินเชื่อซับไพรม์ (Subprime mortgage crisis) ที่ส่งผลทำให้ค่าเงินผันผวน ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่เจริญอย่างมากเกิดการชะลอตัว จากวิกฤตที่ได้ กล่าวมานั้น ส่งผลกระทบให้การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สำหรับกลุ่มที่ถูกระทบโดยตรงมากที่สุด คือกลุ่มรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เรียกว่า Inbound market อัตราการจ้างงาน80%ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของธุรกิจ การท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2553: ออนไลน์) เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลงอย่างมาก ตั้งแต่ปลายปี 51-52 ส่งผลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องออกโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อชดเชยกลุ่มลูกค้าจาก ต่างประเทศที่หายไป โครงการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นได้แก่ “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทย คึกคัก”

สถานที่ที่ได้รับความนิยม 20 อันดับในแต่ละภาค หากกล่าวถึงภาคเหนือ คือ แม่ฮ่องสอนเป็นเมืองในหุบเขา มีอากาศเย็นสบายตลอดปี มีวัฒนธรรมหลากหลาย ธรรมชาติ งดงาม เดินทางไปได้ทั้งรถยนต์และเครื่องบิน เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวแบบรัก

สงบ ส่วน "ปาย" อยู่ในแม่ฮ่องสอน แต่บรรยากาศมีความแตกต่างกันมาก ด้วยความนิยมการท่องเที่ยวแบ็กแพ็กในยุคแรกส่งผลให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามา พร้อมความเจริญในทุกธุรกิจ ตั้งแต่โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านเหล้า ร้านกาแฟ ฯลฯ

ภาคกลาง "หัวหิน" สถานที่ที่ได้รับความนิยมกว่า 80 ปี นับตั้งแต่รัชกาลที่ 7 ทรงสร้างพระราชวังไกลกังวล ปัจจุบันหัวหินสามารถรองรับ ทั้งธรรมชาติ ท้องทะเล ที่พัก ร้านอาหารทุกรูปแบบ ห้างสรรพสินค้า นิทรรศการศิลปะ เทศกาลดนตรี ฯลฯ ที่นักท่องเที่ยวต้องการและด้วยความพร้อมที่มากจนเกินไป ทำให้เกิดการขยายตัวของบ้านพักชายทะเลเริ่มลงไปทางใต้ตั้งแต่เขาเต่าไปจนถึงปราณบุรี

ภาคใต้ คนนิยม "เกาะพีพี" กระบี่ เป็น อันดับต้นๆ ทั้งพีพีดอน พีพีเล และอ่าวมาหยา ที่มีน้ำทะเลสวยใส โดยเฉพาะหน้าหนาวบรรยากาศ ไม่ต่างจาก "หมู่เกาะสุรินทร์-สิมิลัน" จ.พังงา ที่ต้องจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละสัปดาห์เพื่อไม่ให้สถานที่ทางเดินเท้า หิ้งน้ำ ขยะมากจนเกินขีดความสามารถในการรองรับได้

ส่วนภาคอีสาน ภูกระดึง นับเป็นอันดับ 1 จากคำบอกเล่าปากต่อปาก สถานที่ที่ได้รับความนิยมมากคือ "วังน้ำเขียว" จ.นครราชสีมา เนื่องจากสถานที่ใกล้กรุงเทพมหานครทำให้คนที่มีฐานะดีซื้อที่ดินไว้ปลูกสร้างรีสอร์ทและบ้านพักตากอากาศ เพราะสภาพป่าทึบเขียวของเขาใหญ่ที่เริ่มฟื้นตัวแล้วและอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สถานที่ที่ได้รับความนิยมที่คนยังแน่นชนิดทุกฤดูกาล จนนักท่องเที่ยวกระจายลงมายังพื้นที่ด้านล่าง จากอันดับ 10 อุทยานที่ได้รับความนิยม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ยังคงเป็นอันดับ 1 มีนักท่องเที่ยว 723,742 คน อันดับ 2 น้ำตกเจ็ดสาวน้อย 712,102 คน อันดับ 3 ดอยสุเทพ-ปุย 686,271 คน อันดับ 4 ป่าหินงาม 500,390 คน อันดับ 5 ดอยอินทนนท์ 433,845 คน อันดับ 6 น้ำตกพลิ้ว 427,294 คน อันดับ 7 เกรวาวัง 360,077 คน อันดับ 8 ห้วยน้ำดัง 295,196 คน อันดับ 9 ตาดโตน 278,121 คน และอันดับ 10 เขาแหลมหญ้าฯ 213,678 คน ส่วนค่าบริการผ่านเข้าอุทยานแห่งชาติจัดเก็บได้ 454 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเดียวกันกับปี 2551 พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2.86% (ข่าวสด, 2552: ออนไลน์)

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีอาณาเขตครอบคลุม 11 อำเภอ ของ 4 จังหวัด คือ อำเภอมวกเหล็ก อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี อำเภอปากช่อง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอนาดี อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอประจันตคาม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี และอำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ได้รับสมญานามว่าเป็นอุทยาน

มรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นผืนใหญ่ตั้งอยู่ในเทือกเขาพนมดงรักในส่วหนึ่งของดงพญาเย็นหรือดงพญาไฟในอดีตประกอบด้วยขุนเขาน้อยใหญ่สลับซับซ้อนหลายลูก เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญหลายสาย เช่น แม่น้ำนครนายก และแม่น้ำมูล อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด เช่น ช้างป่า กวางป่า เก้ง กระต๊อง เสือ ตลอดจนมีลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงามมีเนื้อที่ 1,353,471.53 ไร่หรือ 2,165.55 ตารางกิโลเมตร ราษฎรบ้านท่าด่านและบ้านท่าชัย จังหวัดนครนายก ได้บุกเบิกป่าปลูกพริกปลูกข้าวบนเขาใหญ่และจับจองพื้นที่สร้างบ้านเรือนอาศัยอยู่บนเขาใหญ่ ประมาณ 30 หลังคาเรือน ต่อมาได้พัฒนากฎฐานะเป็นตำบลเขาใหญ่ ขึ้นอยู่กับอำเภอปากพลีทำให้เกิดการบุกเบิกทำลายป่าทำไร่เลื่อนลอยเพิ่มขึ้นเรื่อย ต่อมากลายเป็นที่หลบซ่อนพักพิงของโจรผู้ร้าย

ในปี พ.ศ. 2502 ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี ได้เดินทางไปตรวจราชการทางภาคเหนือถึงเห็นถึงความสำคัญที่จะคุ้มครองรักษาธรรมชาติโดยเฉพาะป่าไม้ จึงได้ให้กระทรวงเกษตรและกระทรวงมหาดไทย ร่วมมือและประสานงานกันเพื่อจัดตั้งอุทยานแห่งชาติขึ้นในประเทศไทย ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติการการประชุมเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2502 ให้กำหนดป่าเขาใหญ่ จังหวัดนครนายก จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระบุรี และป่าอื่นๆ ในท้องที่จังหวัดต่างๆ รวม 14 ป่า เป็นอุทยานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ลงพระราชกฤษฎีกาวันบุบกา วันที่ 18 กันยายน 2505 รวมเนื้อที่ 1,355,468.75 ไร่ หรือ 2,168.75 ตารางกิโลเมตร นับเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทยและได้รับสมญานามว่าเป็น “อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน” ตลอดจนเป็นที่ยอมรับทั่วไปว่าเป็นอุทยานแห่งชาติที่สำคัญของโลก

ในช่วงปี 2545 เป็นช่วงเวลาที่มีการเกิดศูนย์สรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น เดอะมอลล์ และเอสไอ ไลต์ส ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทำให้มีนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร และตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้นในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2545 มีการจัดประชุม/สัมมนาในโรงแรม มีการเดินทางเพื่อศึกษาดูงานมากขึ้น ธุรกิจขนาดใหญ่หลายประเภท เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจขายตรง มีการแข่งขัน ขยายตัว และมีการสร้างเครือข่ายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ต้องเดินทางเข้ามาในพื้นที่เพื่อประกอบธุรกิจ

จากสถิติจำนวนผู้เข้าไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ พบว่า ปี 2547 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ประมาณ 771,992 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 870,088 คน ในปี 2548 เนื่องจากมีการเดินทางมีความสะดวก มีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมจากถนนมิตรภาพไป

ยังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่พร้อมทั้งการปรับปรุงภูมิทัศน์ในอุทยานแห่งชาติให้น่าเที่ยวมากขึ้น มีเส้นทางให้นักท่องเที่ยวได้เดินป่าโดยมีเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาตินำเที่ยวและประสานงาน มีสถานพักผ่อนที่มีความพร้อมบริการในเชิงพาณิชย์ รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ มีบรรยากาศที่สวยงามในยามค่ำคืน และช่วงฤดูร้อนไม่ร้อนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และต้องการมาพักผ่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ สามารถพักค้างหรือเดินทางไปกลับได้ รวมทั้งมีสวนผลไม้ โดยเฉพาะสวนองุ่นและการเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ มีอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นมรดกโลกและมีศักยภาพเชิงนิเวศมาก ภูมิประเทศสวยงาม อากาศบริสุทธิ์ มีพื้นที่เหมาะสมในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และผลผลิตทางการเกษตรหลายชนิด มีความสด ใหม่ และมีการปลูกผักปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นการส่งเสริมเชิงสุขภาพที่ดี มีโรงแรมและที่พักจำนวนมากไว้รองรับนักท่องเที่ยว มีป่าที่เป็นแหล่งต้นน้ำ มีพื้นที่ที่ถูกจัดให้เป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว ประมาณ พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากกว่าปกติ เนื่องจากเป็นวันหยุดต่อเนื่องยาว

โดยภาพรวมการท่องเที่ยวของพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 15.47 โดยเฉพาะคนไทย มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 15.68 ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตมาจากแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างอุทยานแห่งชาติ ไหมสเดย์ รีสอร์ท ทั้งยังมีกิจกรรมที่หลากหลายรองรับนักท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาลประเพณีเก็บเกี่ยวผลองุ่น “Harvest 2010” (เขาใหญ่), งานปากช่องควบอย เฟสติวัล, งานเทศกาลองุ่น, การส่งเสริมเส้นทางธรรมะ, โครงการบัตรเดียวเที่ยวอีสาน, ชมผาเดียวดาย ไปดูทุ่งหญ้าข้าวกล้า เขาใหญ่ ป่าไผ่ลี้กุง, เทศกาลหนัง ดนตรี ปาร์ตี้ 2009 ส่งผลให้พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีผลกระทบโดยตรงต่อความต้องการของการท่องเที่ยว ในด้านบริหารจัดการ และการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลปี 50 พบพื้นที่เกินขีดความสามารถในการรองรับได้ 112 แห่ง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวพื้นที่นี้รองรับได้ 720 คนต่อวัน ปัจจุบันอัตราเกินอยู่ที่ 854 คนต่อวัน แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งสถิตินักท่องเที่ยวเขาใหญ่ เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากนักท่องเที่ยวจำนวน 771,992 คนในปี พ.ศ. 2547 และเพิ่มขึ้นเป็น 870,088 คน และ 1,251,259 คนในปีพ.ศ.2548-2549 ตามลำดับ (สำนักงานอุทยานแห่งชาติ, 2552: ออนไลน์)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่จะประสานการพัฒนากับการอนุรักษ์มาโดยตลอด ภายใต้ความต้องการของประเทศในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์และกระแสของโลกในการพัฒนาอย่างยั่งยืน(Sustainable Development) ได้ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญ 3 ประการ

1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
3. กระแสความต้องการพัฒนาคนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

และเนื่องด้วยสถานประกอบการหรือชุมชนนั้นขาดความรู้ในเรื่องของการจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยสำนักงานจังหวัดนครราชสีมามีแนวคิดแผนพัฒนา ปี 2555-2558 ต่อการท่องเที่ยวดังนี้

1. พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่สนใจและเชื่อมโยงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)
2. ส่งเสริมกิจกรรม เทศกาล งานประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน
3. พัฒนาโครงข่ายและเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมให้เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
4. พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศน์ เชิงอนุรักษ์เชิงสุขภาพ เป็นต้น
5. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพื้นฐานต่างๆ ให้สะอาดและปลอดภัย
6. พัฒนาระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนามาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่าแผนพัฒนาดังกล่าวให้ความสำคัญกับ พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา โดยมีแนวคิดที่จะพัฒนาด้านต่างๆ ได้แก่ สินค้าที่ระลึก การเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคม รวมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และมาตรฐานต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาความแออัดในพื้นที่บริเวณฐานเขาใหญ่ซึ่งมีผลเสียต่างๆตามมาอันได้แก่ ปริมาณรถยนต์ส่วนตัวที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลส่งผลให้เกิดมลพิษทางเสียง ครว็น การจราจรติดขัด ความไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว และ ร้านอาหาร ทำให้เกิดอุปสรรค มีปัญหาเรื่องความสกปรก มีการนำขยะไปทิ้งในพื้นที่ใกล้เชิงอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งส่งผลเสียให้กับสิ่งแวดล้อมในบริเวณ โดยเฉพาะมลพิษทางอากาศ ซึ่งส่งผลให้สัตว์ป่าต้องมีการย้ายถิ่นฐาน เกิดความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ ป่าไม้ถูกทำลายเนื่องจากมีผู้ลักลอบใช้พื้นที่เขตของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวช้าน้อยลงหรือไม่มาอีก

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังขาดบุคลากรในการบริการ ศูนย์บริการให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับการจัดการให้มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพื่อศึกษาถึงความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและสร้างแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตาม เพศ รายได้และอาชีพ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย: ปากช่อง – ปากทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ได้แก่ 6 ตำบล

1. กลางดง (Klang Dong) พื้นที่ตำบลกลางดงทั้งหมด 14.11 ตารางกิโลเมตร
2. ปोंตาลอง(Pong Talong) พื้นที่ตำบลกลางดงทั้งหมด 108.69 ตารางกิโลเมตร

3. พญาเย็น (Phaya Yen) มีพื้นที่ทั้งหมด 85.56 ตารางกิโลเมตร
4. นอนงน้ำแดง (Nong Nam Daeng) มีพื้นที่ทั้งหมด 77.59 ตารางกิโลเมตร
5. หมูสี (Mu Si) พื้นที่ตำบลหมูสีทั้งหมด 109.19 ตารางกิโลเมตร
6. ขนงพระ (Khanong Phra) พื้นที่ตำบลขนงพระทั้งหมด 93 ตารางกิโลเมตร

ขอบเขตด้านเนื้อหา : ศึกษาความต้องการขององค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การเดินทาง ของที่ระลึกและธุรกิจท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านประชากร : ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับด้านการจัดการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การจัดการการท่องเที่ยวหมายถึง การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว ด้านโรงแรมและที่พัก ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร ด้านการเดินทาง ด้านสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการนำเที่ยวให้มีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ หมายถึง พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากปากช่องถึงทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งได้จำกัดพื้นที่ที่ศึกษา 6 ตำบล คือ ตำบลกลางดง, ตำบลโป่งตาลอง, ตำบลพญาเย็น, ตำบลนอนงน้ำแดง, ตำบลหมูสี และตำบลขนงพระ รวมพื้นที่ 488.14 ตารางกิโลเมตร

องค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 7 ด้าน คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ 2) ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว 3) ที่พักแรม 4) อาหารและเครื่องดื่ม 5) ของที่ระลึก 6) การคมนาคม 7) ธุรกิจท่องเที่ยว

1.แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2.ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวจำแนกเป็นเชิงธรรมชาติ เชิงผจญภัย เชิงเกษตร เชิงเทศกาล เชิงพาณิชย์ พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นต้น

3.ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ซึ่งจัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการพักค้างคืน ทั้งในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท เดย์พิกแรม โฮมสเตย์ บ้านพักของกรมอุทยานฯ พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

4.อาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง อาหารและเครื่องดื่ม บริเวณพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

5.ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สินค้าของฝาก ของที่ระลึกประจำท้องถิ่นพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

6.การคมนาคมขนส่ง หมายถึง การขนส่งนักท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แบ่งเป็นการคมนาคมโดยรถยนต์ส่วนตัว รวมไปถึงจัดบริการอำนวยความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง เช่น การจราจร การพัฒนาและปรับปรุงเส้นทาง เป็นต้น

7. ธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่หน่วยงานเอกชนที่มีการให้บริการกับนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หมายถึง หน่วยงานหรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจการจ้ดนำเที่ยว และตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1.ทราบความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2.ทราบแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

3.หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 1.แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว
- 2.แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 3.แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการต้องการ
- 5.แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว
- 6.แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 7.แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 8.แนวคิดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 9.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
10. ข้อมูลพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

1.แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

แมคอินทอช แอนด์ โกลด์เนอร์ (McIntosh Ritchies and Goeldner ,1989) กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวว่ามีดังนี้

1. นักท่องเที่ยว ที่ต้องการหาประสบการณ์และความพึงพอใจ โดยแสวงหาและเลือกแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักธุรกิจจะเห็นว่านักท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการหาผลประโยชน์จาก การจัดเตรียมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. หน่วยงานราชการในท้องถิ่นหรือในพื้นที่ที่จะมองว่านักท่องเที่ยวช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น ช่วยสร้างรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น
4. ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นจะมองการท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรม และนำมาซึ่งการจ้างงาน การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่นจำนวนมากอาจให้ทั้งผลประโยชน์และผลเสียต่อท้องถิ่น

วรรณภา วงศ์วานิช (2546) ได้เสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 7 องค์ประกอบดังนี้คือ

1. นักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทว่าแต่ละประเภทมีลักษณะนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร โดยจำแนกตามลักษณะเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ ก็มีความสนใจที่จะท่องเที่ยวตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน ส่วนที่สองการกระจายของนักท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามานั้นมาจากประเทศใดบ้าง มีจำนวนมากน้อยเพียงใด และนิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใด เพราะเหตุใด ส่วนที่สาม กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพราะเหตุใดซึ่งอาจมีเหตุผล การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการประชุม การพักผ่อน หย่อนใจ การแข่งขันกีฬาการเจรจาธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ ส่วนที่สี่ ฤดูกาลท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมาก ฤดูใดน้อย เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาส่งเสริมการท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว และส่วนที่ห้า ทักษะคิขของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อประเทศที่ตนไปเที่ยวว่าเป็นอย่างไร ทั้งในแง่บวกและลบ เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวต้องเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีลักษณะเฉพาะ มีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลายอย่างที่ทำให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม เมืองหรือการศึกษา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อนุสาวรีย์และสิ่งก่อสร้างใหม่ๆ ด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ เช่น ประเพณีขนบธรรมเนียม ศิลปะต่างๆ การละเล่นพื้นเมือง อาหารและหัตถกรรมต่างๆ ด้านทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่างๆ เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทะเลป่าไม้ สัตว์ป่าและอุทยานแห่งชาติ ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่างๆ เช่น การแข่งขันกีฬา การแสดงต่างๆ สวนสนุก สวนสัตว์ ชีวิตยามราตรี สวนเกษตร การป็นหน้าผาและกาสีโน และด้านความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศเย็นสบาย ไม้ร้อนจัดและหนาวจัด

3. การคมนาคมขนส่ง นับเป็นปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวดำเนินต่อไปได้ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับเทคโนโลยี

ขนส่งที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ ต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ประการแรก รูปแบบของการคมนาคมขนส่งตามลักษณะของการประกอบการและตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ประการที่สองการคมนาคมขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วและมีมาตรฐานดีไม่น้อยเพียงใด ประการที่สาม การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยวมีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะตลอดจนความสะดวกและปลอดภัย ประการที่สี่ แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น เป็นหมู่คณะกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นของส่วนตัว หรือของสาธารณะ ประการที่ห้า บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้นๆ เช่น สถานีขนส่งหรือบริการต้นทาง ระหว่างทางและปลายทางและประการที่หกสุดท้าย รูปแบบหรือปัญหาจราจรตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ กรุงเทพมหานครเป็นปัญหาสำคัญทั้งต่อคนในกรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยว

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่และเอกสารแนะนำต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์รายละเอียดเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวอีกประการหนึ่งคือการบริการประกอบด้วย ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่สะอาด ปลอดภัย ราคาเหมาะสม อาหารและเครื่องดื่ม ห้องน้ำที่สะอาด สะดวกสบายและเหมาะสมกับสถานที่ ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมืองต้องมีการคำนึงถึงมากที่สุด อาจจะทำได้หลายอย่าง ได้แก่ การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกันและระมัดระวังตน เพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่างๆ การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวการระเบียบพิธีการ เข้าเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสารบริการ

ขนส่งระหว่าง ท่าอากาศยานหรือสถานีขนส่งกับที่พัก และการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ต้องมีเพียงพอตามความจำเป็นที่จะสนับสนุน ความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งต้องเอื้อประโยชน์ต่อสาธารณชน จึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดีและก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขึ้น ได้แก่ การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและให้บริการรวมทั้งความปลอดภัยด้วย การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์และปริมาณเพียงพอแก่การบริการ การสื่อสาร โทรเลข โทรสาร สะดวก รวดเร็วและปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอ ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ตลอดจนสถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่างๆ ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย

7. การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน การธนาคาร ระเบียบต่างๆ ของสถานที่หรือแหล่งค้นคว้า ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจน ความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน

ลุนด์เบิร์ก(Lundberg,1985) กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

1. ร้านอาหาร
2. ที่พัก ประกอบด้วย โรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ฯลฯ
3. การขนส่ง ประกอบด้วย รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า รถบัส รถไฟและเรือ
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การศึกษาตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรมและสถาบันการเงิน
5. การวิจัยทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประชากร พฤติกรรม จิตวิทยา การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์
6. ส่วนราชการ ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

7. นักการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแทนนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

8. สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ของเมืองสวนและบ้านที่มีความยิ่งใหญ่และสวยงาม

9. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติ สถานที่ตั้งแคมป์ การแสดงดนตรี คอนเสิร์ตและโรงมหรสพ

10. อื่นๆ ประกอบด้วย สถานีบริการ ศูนย์บริการ ร้านอาหารของร้านเสื้อผ้า การถ่ายภาพ และอุปกรณ์กีฬา

ความหมายของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลา (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้องโดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งทีถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงผลรวมปรากฏการณ์ต่างๆและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่างๆรวมทั้งรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดโดยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างถึง คำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง และได้อธิบายเพิ่มเติมของจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และการไปอยู่ประจำ และเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ ได้แก่ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการ

กีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ความหมายของนักท่องเที่ยว

แมคอินทอชและโกลเนอร์ McIntosh and Goeldner (อ้างใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO อ้างใน นิศา ชัชกุล, 2551) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ

(องค์การสหประชาชาติ, 1993 อ้างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตามองค์การการท่องเที่ยวโลกหมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย

และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

1. มาท่องเที่ยว พักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือมาเพื่อการพักผ่อน
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่มิใช่เพื่อมาทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวดังนี้

1. จำแนกตามจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม
 - 1.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นส่วนตัวหรือครอบครัวเดียว มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองว่าจะไปไหน ไปอย่างไร พักที่ไหน กินอะไร
 - 1.2 นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ได้แก่ การเดินทางเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ส่วนใหญ่มักจะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวหรือจัดไปกันเองเป็นหมู่คณะใหญ่ๆ
2. จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ท่องเที่ยว
 - 2.1 เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวในวันหยุด โดยมากเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อเที่ยวชมธรรมชาติ กลุ่มนี้มักจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง
 - 2.2 เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาข้อมูลและความรู้ที่แปลกๆ ใหม่ๆ ไปจากสังคมที่ตนอยู่ การไปชมนิทรรศการ การแสดงต่างๆ หรืองานประเพณี เป็นต้น
 - 2.3 เพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาตัว เช่น ไปอาบน้ำแร่ เป็นต้น

2.4 เพื่อการกีฬา เป็นการเดินทางไปพักผ่อน เล่นกีฬา ตกปลา เล่นเรือใบ

2.5 เพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการไปประชุมสัมมนา ในขณะเดียวกันเมื่อมีเวลาว่างก่อนหรือหลังการประชุมก็ถือโอกาสท่องเที่ยวด้วย

3. จำแนกตามลักษณะการเดินทาง เช่น ทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

4. จำแนกตามสภาพภูมิประเทศ

4.1 นักท่องเที่ยวในประเทศ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาที่อยู่ของตนไปยังจังหวัดอื่นหรือระหว่างจังหวัดต่อจังหวัด

4.2 นักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเองหรือไปยังท้องถิ่นใกล้เคียง

4.3 นักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาของตนไปยังประเทศอื่นๆ

5. จำแนกตามอายุ ได้แก่

5.1 นักท่องเที่ยวเยาวชน กลุ่มนี้มักชอบการเดินทางแบบผจญภัย ตื่นเต้น และมีค่าใช้จ่ายไม่มากนักโดยไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เช่น การเดินทางไปไต่เขา ล่องแก่ง เทียวป่า เป็นต้น

5.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุ กลุ่มนี้มักจะใช้ชีวิตบั้นปลายแสวงหากำไรชีวิต โดยการเดินทางไปท่องเที่ยว จึงมีความต้องการที่จะไปในแหล่งที่มีความสะดวกสบายพร้อมมูล ที่พักชั้นหนึ่ง และการเดินทางที่ไม่ลำบากมากนัก ทุกอย่างจัดไว้พร้อมไม่ต้องเตรียมการสิ่งใดอีก

6. จำแนกตามเพศ ชายและหญิง

7. จำแนกตามฐานะทางสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจ ได้แก่

7.1 นักท่องเที่ยวที่มีฐานะดี มักจะไม่เกี่ยงเรื่องค่าใช้จ่าย แต่ขอให้มีความสะดวกสบาย มีความเป็นอยู่ที่สุขสบายเหมือนอยู่บ้านของตนเอง

7.2 นักท่องเที่ยวแบบประหยัด คือ พวกเยาวชน นักเรียน นักศึกษา หรือผู้มีรายได้น้อย แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเด่นชัดก็คือ การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวประเภทล่องแก่งหรือปีนเขา ฯลฯ ในกลุ่มข้าราชการที่ปลดเกษียณแล้ว น้อยคนที่จะให้ความสนใจการเดินทางประเภทนี้

สวอ์บรูค (Swarbrooke, 1999) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจซึ่งเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่
2. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
3. สาธารณูปโภคและการขนส่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้
4. การต้อนรับอย่างมีไมตรี

มูลเหตุหรือปัจจัยจูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545) มูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆตามความต้องการในวาระต่างๆกันมี 8 ประการดังนี้

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆเกิดขึ้นย่อมมีการประชาสัมพันธ์ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆเหล่านั้น
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตัวเอง การเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่
3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหรือความประทับใจจากการเดินทาง เท่ากับเกิดความคุ้มค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังเป็นการศึกษาภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็น ความเป็นอยู่ว่าผู้ที่อยู่ในประเทศร่ำรวยกับประเทศที่ยากจนมีความแตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ ประเทศในเขตร้อนและเขตร้อนมีความเป็นอยู่ต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องการเที่ยวชม สิ่งก่อสร้าง สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น

6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางจะเกิดความพอใจมาก ถ้าคนที่กำลังติดต่อหรือคนที่รู้จักยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow, 1954) ที่ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม

7. ความต้องการความภาคภูมิใจ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไป ท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆแตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็น ข้อพิสูจน์ว่าได้ไปมาก่อน ซึ่งถือเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว และญาติมิตร อาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เขาได้ไปมา

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นด้วย วัตถุประสงค์ใด เช่น ทำธุรกิจเข้าร่วมประชุม ประกอบศาสนกิจ หรือเยี่ยมญาติ เป็นต้น ล้วนแต่ทำ ให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้ สูงขึ้นด้วย

2. แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2547) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น อุตสาหกรรมที่ใหญ่ ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยปัจจัยต่างๆมากมายในการ อำนาจให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่

การคมนาคมขนส่ง

การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างใน ด้านวัฒนธรรมภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกใหม่แตกต่างไปจากประสบการณ์

เดิมตั้งนั้นการคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย ผู้ที่เดินทางวัดการเดินทางด้วยระยะเวลาในการเดินทาง แม้ระยะทางจะไกลก็ตามผู้เดินทางไม่ได้วัดระยะทาง แต่ถ้าการเดินทางนั้นประหยัดเวลา ถึงแม้ระยะทางไกล ผู้เดินทางก็จะเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นการพัฒนาเส้นทางคมนาคม ระบบการจราจรและการพัฒนายานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการคมนาคมขนส่งมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เส้นทาง สถานีขนส่ง ยานพาหนะ ราคา ค่าเดินทาง และระบบการขนส่ง

1. เส้นทาง เส้นทางการคมนาคมขนส่งมี 2 ประเภทคือ เส้นทางในการคมนาคมตามธรรมชาติ เช่น ทะเล แม่น้ำ และทางอากาศ เส้นทางเหล่านี้แม้จะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่ก็มีการลงทุนในการจัดการเส้นทางเหล่านี้ให้เกิดความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย และเส้นทางคมนาคมขนส่งอีกประเภทคือเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ถนน รางรถไฟหรือรถรางประเภทต่างๆ เส้นทางคมนาคมขนส่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดการสูงมาก โดยเฉพาะลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูง การก่อสร้างจะต้องใช้งบประมาณในการลงทุนจำนวนมาก แต่ผลที่ได้รับจากการก่อสร้างคุ้มค่าและใช้ประโยชน์ได้อย่างมาก

2. สถานีขนส่ง สถานีขนส่งเป็นศูนย์รวมและตรวจสอบยานพาหนะในการคมนาคมขนส่งและใช้ในการปรับเปลี่ยนเส้นทางคมนาคมขนส่ง ซึ่งประเภทของสถานีก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของยานพาหนะดังต่อไปนี้

2.1 สนามบิน เป็นชุมทางในการขึ้นลงของเครื่องบินและผู้โดยสาร เป็นสถานที่ปรับเปลี่ยนเส้นทางเดินทางของผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว สนามบินมี 2 ประเภทคือ สนามบินนานาชาติและสนามบินท้องถิ่น สนามบินจะมีบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารเช่น ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว การจองที่พัก บริการยานพาหนะ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกปลอดภาษี บริการแลกเปลี่ยนเงิน ธนาคารให้บริการจะขึ้นอยู่กับขนาดของสนามบิน

2.2 สถานีขนส่ง เป็นชุมทางในการขึ้นลงของรถประจำทางและรถรับจ้างประเภทต่างๆ เป็นสถานที่เปลี่ยนเส้นทางเดินทางของผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว สถานีขนส่งจะมีบริการจองตั๋ว ขายตั๋วโดยสาร ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ซึ่งขนาดการให้บริการจะขึ้นอยู่กับขนาดของสถานีขนส่ง

2.3 สถานีรถไฟ เป็นชุมทางในการขึ้นลงรถไฟ และเปลี่ยนเส้นทาง การเดินทางของผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการเช่นเดียวกับสถานีขนส่ง บางแห่ง อาจมีการให้บริการรับฝากสัมภาระด้วย สถานีขนส่งต้องให้บริการที่สะดวก ปลอดภัยและรวดเร็ว แก่ผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว ซึ่งเครื่องมือในการสื่อสารและให้ความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาสถานีบริการ เช่น ป้ายประกาศอิเล็กทรอนิกส์แจ้งการขึ้นลงของ เครื่องบิน รถไฟ หรือรถยนต์ โทรทัศน์โทรศัพท์สาธารณะ กล้องโทรทัศน์วงจรปิด กระบวนการ ตรวจสอบเช็คและให้บริการเหล่านี้จะช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวและนักเดินทาง

3. ยานพาหนะ ทำหน้าที่ในการบรรทุกผู้โดยสารไปยังจุดหมายปลายทาง การเลือกยานพาหนะที่เหมาะสมกับการเส้นทางและรูปแบบการเดินทางจึงเป็นสิ่งสำคัญ ยานพาหนะ แต่ละประเภทย่อมตอบสนองต่อความต้องการในการเดินทางที่แตกต่างกันและรูปแบบภูมิประเทศ ที่ต่างกัน

4. ราคาค่าเดินทาง การกำหนดราคาค่าเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการการคมนาคมขนส่งของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นตัวกำหนดปริมาณการจราจรบนถนน อีกด้วยรูปแบบการเดินทางที่ประหยัดนักเดินทางและนักท่องเที่ยวก็มักจะสูงขึ้น หรือในสภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงขึ้น นักท่องเที่ยวก็จะลดลง

5. ระบบการคมนาคมขนส่ง ประกอบด้วย สถานีขนส่ง เส้นทางและยานพาหนะ ระบบการคมนาคมขนส่งแต่ละประเภทย่อมมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไป เช่น รถไฟมีความ สะดวกและปลอดภัยค่อนข้างสูง บรรทุกผู้เดินทางได้จำนวนมากแต่มีข้อจำกัดของเส้นทางที่ สามารถเดินทางไปได้เฉพาะเส้นทางที่มีรางรถไฟ การเดินทางโดยเครื่องบินมีความสะดวกและ รวดเร็ว แต่มีราคาค่อนข้างแพงและสนามบินมักจะอยู่ไกลจากตัวเมือง เนื่องจากเส้นทางที่ต้อง ใช้พื้นที่มาก การคมนาคมขนส่งทางทะเลสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมแต่ใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน

ที่พักแรมสถานที่พักแรม

หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พัก ชั่วคราว และที่พักเหล่านี้เปิดบริการแก่บุคคลทั่วไปเพื่อการค้า นักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าใช้จ่าย จำนวน 1 ใน 4 หรือ 1 ใน 5 เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับสถานที่พักแรม ดังนั้นการจัดหาสถานที่พักแรมให้

เพียงพอ และเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น สถานที่พักแรมมีหลายประเภท ได้แก่ โรงแรม โมเต็ลบ้านพักตากอากาศ บ้างแบ่งพักให้เช้า ที่ตั้งแคมป์ เป็นต้น การให้บริการของสถานที่พักแรมแต่ละประเภท ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวการแบ่งประเภทของโรงแรมยังไม่มีข้อตกลงแน่ชัดในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หลักจากในปี ค.ศ.1992 กฎหมายของสหภาพยุโรป นำไปสู่แรงผลักดันในการกำหนดสถานที่พักแรมสำหรับทุกประเภทที่เป็นสมาชิก โดยนำระบบ AA โดยแบ่งตามลักษณะโรงแรม 3 ลักษณะคือ ลักษณะของอาคารและการให้บริการ จำนวนและขนาดอาคาร รวมทั้งการจัดบริการของโรงแรม และการกำหนดคุณภาพ การจัดประเภทของโรงแรมมีเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1.ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ เช่น ยี่ดตุกาลเป็นเกณฑ์หรือเปิดตลอดปี
- 2.วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนด เช่น แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในเมือง อยู่บนภูเขา ชายทะเลอยู่ใกล้กับน้ำรักษาโรค อยู่ในที่ที่ผู้เดินทางต้องเปลี่ยนพาหนะเพื่อเดินทางต่อ
- 3.ขนาดหรือจำนวนห้องพัก สมาคมโรงแรมไทยได้กำหนดเกณฑ์สำหรับโรงแรมที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมคือ ต้องมีห้องพักไม่น้อยกว่า 60 ห้อง มีสระว่ายน้ำ มีเครื่องอำนวยความสะดวก มีเครื่องปรับอากาศ โดยสรุปโรงแรมในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ
 - 3.1 โรงแรมระดับมาตรฐานสากลที่มีเชื่อมโยงในระบบเครือข่ายในต่างประเทศ
 - 3.2 โรงแรมระดับมาตรฐานที่ดำเนินการโดยคนไทยหรือมีผู้บริหารชาวต่างประเทศ
 - 3.3 โรงแรมที่ยังไม่ได้มาตรฐานซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจเล็กๆ กระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

ประเภทของโรงแรมที่พักรับนักท่องเที่ยว

- 1.โรงแรม เป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกเรื่องที่พัก อาหาร เครื่องดื่มและบริการอื่นๆ ตามขนาดของโรงแรมและการบริหารจัดการ เช่น บริการซักรีดบริการเก็บรักษาของมีค่า บริการนำเที่ยว ไนต์คลับ สระว่ายน้ำ ศูนย์ออกกำลังกายและสนาม

กีฬาบางประเภท ธุรกิจโรงแรมนอกจากให้บริการอำนวยความสะดวกประเภทที่พักแล้ว ในปัจจุบันยังมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง โรงแรมต่างๆ พยายามเสนอบริการต่างๆ เพื่อให้แก่ลูกค้า เช่น ห้องประชุมสัมมนา ห้องจัดเลี้ยงพิเศษ บริการรับส่งระหว่างโรงแรมและสถานีขนส่ง บริการจองตั๋วเดินทาง ภัตตาคารและคอฟฟี่ชอป ธุรกิจร้านจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจบริการนำเที่ยว ไนต์คลับ และคาราโอเกะ การนวดแผนโบราณ และบริการอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องเสริมสวย ศูนย์กีฬา

2. โรงแรมแบบพิเศษ เป็นสถานที่พักแรมที่มีบริการต่างๆ น้อยกว่าโรงแรมมาตรฐาน มีอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้บริการพักผ่อน เช่น โมเต็ล โรงแรมการ์นี ปราสาทหรือวังเก่า โรงแรมเพนซิโอเน่ และโฮมสเตย์ เป็นต้น

3. บ้านพักรับรองของหน่วยงานราชการและเอกชน เป็นบ้านพักรับรองที่จัดไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมหน่วยงานอย่างเป็นทางการและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักได้ เช่น บ้านพักของกรมอุทยาน สัตว์ป่าและพันธุ์พืช บ้านพักรับรองของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต บ้านพักเยาวชน ค่ายลูกเสือ บังกะโล ที่ตั้งค่ายพัก อาคารนิเวศ และหอพักนักศึกษาในช่วงปิดภาคเรียน เป็นต้น

ร้านอาหารและภัตตาคาร อาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยจำเป็นของนักท่องเที่ยว ที่ต้องบริโภคในแต่ละเวลาโดยเฉพาะขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังเดินทาง การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวย่อมมากกว่าปกติ การตลาดในด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยววันนี้ เป็นจุดเด่นสามารถดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้ลิ้มรสของอาหาร แล้วยังได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมความเป็นมาของพื้นที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ธุรกิจดังกล่าวมีแนวโน้มจะเจริญเติบโตอย่างกว้างขวางในอนาคต เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและปัจจัยแวดล้อมของร้านอาหารดังต่อไปนี้

1. สภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว การเลือกรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับเหตุผลหลายประการเช่น เพศ อายุ อาชีพ ถิ่นพำนักอาศัย ศาสนาและภาระหน้าที่ในการเดินทาง เป็นต้น

2.รายได้และระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนอยู่เป็นระยะเวลานานเท่าไร กิจกรรมบริการทางด้านร้านอาหารและภัตตาคารจะเป็นแหล่งรับรายได้มากเท่าไร ดังนั้นการให้บริการอาหารจำเป็นจะต้องบริการให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

3.ประเภทของร้านอาหารและภัตตาคารที่ใช้บริการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ร้านอาหารในโรงแรม ได้แก่ ภัตตาคารและร้านกาแฟ ร้านอาหารนอกโรงแรม ได้แก่ร้านอาหารไทย ร้านอาหารนานาชาติ ศูนย์อาหาร ร้านบริการอาหารจานด่วน ร้านขนมหวาน และไอศกรีม

4.ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร ร้านอาหารที่มีค่าใช้จ่ายต่ำจะมีจำนวนผู้ใช้บริการที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับร้านอาหารที่มีราคาสูง

5.การให้บริการสิ่งทีร้านอาหารและภัตตาคารควรให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด คือความซื่อสัตย์ในเรื่องของค่าใช้จ่าย บริการที่รวดเร็ว มารยาทของพนักงาน ความยิ้มแย้มแจ่มใสและการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

6.การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ให้บริการ การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวทราบถึงสถานที่ให้บริการและเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางไปใช้บริการ ร้านอาหารและภัตตาคารมากยิ่งขึ้น

7.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator)คือ บุคคลหรือ บริษัทที่ซื้อบริการต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นำมาประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจในลักษณะการท่องเที่ยวเหมาจ่าย ซึ่งจะต้องมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลดำเนินการซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) มีหน้าที่คือ ซื้อบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การขนส่ง ที่พัก โรงแรมและบริการอื่นๆ โดยนำมารวมกันเป็นการท่องเที่ยวเหมาจ่ายและนำไปขายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรงหรือทางอ้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นคนกลาง ซึ่งโดยทั่วไปจะซื้อสินค้าจำนวนมากและแบ่งขายสินค้านั้นให้แก่ผู้บริโภคซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะมีหน้าที่หลักๆ คือ จัดรายการนำเที่ยวสำเร็จรูปและส่งไปให้ตัวแทนจำหน่าย หรือขายตรงแก่นักท่องเที่ยว

จัดรายการนำเที่ยวตามความต้องการของผู้ซื้อ จัดรายการท่องเที่ยวเป็นรางวัลแก่พนักงานให้แก่บริษัทผู้ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อเป็นรางวัล วางแผนการประชุมสัมมนาและจัดนิทรรศการทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดบริการนำเที่ยวตัวแทนขายบริการนำเที่ยว (Travel Agent) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ตัวแทนขายบริการนำเที่ยวทำหน้าที่ดังนี้

- 7.1 จัดจำหน่ายรายการนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- 7.2 จัดรายการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 7.3 จำหน่ายตั๋วโดยสารของการขนส่ง เช่น เครื่องบิน รถไฟ
- 7.4 สักรองที่พักแรมทุกประเภทตามความต้องการของลูกค้า
- 7.4 จำหน่ายเช็คเดินทางและรับแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ
- 7.6 ให้บริการทำหนังสือเดินทางแก่นักท่องเที่ยว
- 7.7 ขายประกันการเดินทางประเภทต่างๆ
8. จำหน่ายและรับจองตั๋วสำหรับการแสดงละคร การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
9. ประสานงานกับการจัดนำเที่ยวประเภทพิเศษตามความต้องการของลูกค้า เช่น ทัวร์ดำน้ำ และเดินป่า เป็นต้น
10. บริการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมวิธีการเดินทาง และการซื้อสินค้า ฯลฯ

มัคคุเทศก์ ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ปี พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ว่า ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์เป็นบุคคลที่สำคัญมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างถิ่นย่อมต้องการที่ปรึกษาและผู้ดูแลชี้แนะ ให้คำปรึกษาต่างๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานและความประทับใจที่ได้รับในการท่องเที่ยวครั้งหนึ่งๆ ดังนั้นมัคคุเทศก์คือบุคคลที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้

นักท่องเที่ยวเกิดความสุขและความประทับใจ มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ให้สมบุรณ์ตามข้อตกลงระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ และใช้ความสามารถและทักษะ ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ทุกคนจะต้องได้รับการอนุญาตการเป็น มัคคุเทศก์จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และต้องติดบัตรในตำแหน่งที่เห็นชัดเจนทุกครั้ง ที่ปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์จะต้องมีคุณสมบัติในการใช้ภาษาของตนเองและภาษาต่างชาติ ในการสื่อสารได้อย่างดี มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีทักษะในการบริหารจัดการนำเที่ยวให้ ราบรื่น และมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีบุคลิกภาพมั่นคงและแสวงหาความรู้อยู่เสมอ สม่่าเสมอ

แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์ กระจายอยู่ในภาคต่างๆทั่วประเทศ และแต่ละภาคของประเทศมีทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่หลากหลาย และมีภูมิอากาศเหมาะสมในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าประเทศไทยได้ ตลอดทั้งปี แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยถูกจัดให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Product) โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Destinations) แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์โบราณคดี (Historical, Archaeological and Religious Destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (Art, Culture and Traditional Destinations)

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติ หรือธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้น ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า อุทยาน แห่งชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เขื่อน เกาะ

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาประวัติศาสตร์โบราณคดีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้นมีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ ศาสนา โบราณคดี ได้แก่ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ ตัวอย่างเช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยฯลฯ

3. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว อีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ศูนย์วัฒนธรรม สินค้า พื้นเมืองไร่ นา สวน พืช ผัก เหมืองแร่ เช่นตลาดน้ำงานประเพณีแข่งเรือทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องพบเห็นและเที่ยวชมแหล่ง

ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่แตกต่างจากบ้านเมืองของตน ดังนั้นความแตกต่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงเป็นจุดขายสำคัญ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อบริการนำเที่ยว

สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้านั้นๆ กัน เช่น มีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นจึงซื้อของที่ระลึก หรือเป็นสื่อในการเล่าเรื่องราวของประสบการณ์จากการท่องเที่ยวให้แก่ญาติและเพื่อน หรือฝากให้บุคคลใกล้ชิด เป็นต้น อีกความหมายหนึ่งของสินค้าที่ระลึกคือ สินค้าหัตถกรรม ซึ่งหมายถึงงานฝีมือที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยตั้งแต่สมัยโบราณ โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาผลิตโดยเอาภูมิปัญญาทางด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงาม สร้างสรรค์เป็นงานหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในครัวเรือน สินค้าที่ระลึกประเภทนี้มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่งเพราะจะเป็นสินค้าที่เป็นรูปแบบเฉพาะไม่เหมือนที่อื่น การผลิตโดยใช้มือ สินค้าแต่ละชิ้นจะมีลักษณะเฉพาะ เช่น ผ้าบาติก ผ้าไหม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สามารถดึงเงินตราของนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก สินค้าของที่ระลึกเป็นวัตถุดิบของที่นักท่องเที่ยวซื้อหาและนำกลับมาประเทศของตน เพื่อเป็นที่ระลึกหรือเป็นของฝากให้เพื่อนหรือญาติ ลักษณะของสินค้าที่ระลึก ควรเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นและหายากในท้องถิ่นอื่น แต่สามารถซื้อหาได้ในท้องถิ่นนั้นๆ ราคาอย่าแพงและควรใช้วัสดุท้องถิ่นนั้นรวมทั้งแสดงขั้นตอนการผลิต โดยมีรายละเอียดอธิบายส่วนต่างๆ การผลิตสินค้าที่ระลึกอาจเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน หรือเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม เนื่องจากสินค้าที่ระลึกสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ กลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกดำเนินการหลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษี การคืนภาษีให้แก่นักท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึกอาจเป็นร้านจำหน่ายในแหล่งผลิตหรือร้านค้าของโรงงานผลิต ร้านขายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม และสถานที่ทั่วไปรวมทั้งร้านค้าของศูนย์ศิลปะ

ความปลอดภัย ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ปลอดภัย ทั้งทางร่างกายและทรัพย์สิน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวมีหลายประการ เช่น วัฒนธรรมระหว่างชนชาติที่ต่างกัน การคิดค่าเช่าแท็กซี่เกินราคาที่เป็นจริง การก่อความรำคาญแก่นักท่องเที่ยวโดยการแย่งกันขายของหรือให้บริการรับจ้าง ทรัพย์สินสูญหาย การลักทรัพย์ การฉกชิงวิ่งราว ปัญหาการสื่อสาร ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ถ้าได้รับการป้องกันแก้ไขอย่างถูกต้องและรวดเร็ว จะทำให้เกิดภาพพจน์ด้านบวกแก่

ประเทศไทยตั้งนั้นจึงมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวโดยตรงคือกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยวของบังคับการตำรวจท่องเที่ยว เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ ทำให้การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งเนื่องจากงบประมาณในการบริหารจัดการบุคลากรยังไม่เพียงพอที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกพื้นที่หรือเปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตามปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว สามารถป้องกันและแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ แม้ว่าบุคลากรด้านตำรวจท่องเที่ยวจะมีจำนวนจำกัด โดยการร่วมมือกันของประชาชนในพื้นที่ร่วมกับสอดส่องดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง การให้บริการการเดินทางเข้า-ออกประเทศของนักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานสากล มีหลายหน่วยงานที่ปฏิบัติหน้าที่ให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ตั้งแต่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากเครื่องบิน ส่วนการเดินทางออกนอกประเทศเริ่มตั้งแต่การ X-ray สัมภาระ นำสัมภาระขึ้นน้ำหนัก ที่เคาน์เตอร์สายการบินที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ รับบัตรโดยสาร รับการตรวจหนังสือเดินทาง รับการตรวจสอบกระเป๋าถือและเดินขึ้นเครื่องบิน ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต้องผ่านขั้นตอนจำนวนมาก การจัดอำนวยความสะดวกในการดำเนินการขั้นตอนเหล่านี้อย่างสะดวก รวดเร็วและไม่รู้สึกเสียเวลา จะช่วยให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวระเบียบและพิธีการศุลกากร เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการควบคุมการนำเข้าและการนำออกสิ่งของ ที่นักท่องเที่ยวนำมาเข้ามาและนำออกไปจากประเทศ ให้ปฏิบัติตามกฎหมายที่ระบุไว้ทั้งนี้เพื่อป้องกันการเคลื่อนย้ายวัตถุมูลค่าของประเทศ ออกนอกประเทศหรือการป้องกันการนำสิ่งของบางอย่าง เช่น พืช สัตว์ ฯลฯ เข้ามาจากประเทศอื่นเป็นการแพร่เชื้อโรคบางชนิด ฯลฯ การแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นกิจกรรมอีกประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องและจำเป็นกับนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวมีกำหนดการในการเดินทางเข้าไปในประเทศใด นักท่องเที่ยวต้องศึกษาอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของตนเอง และประเทศจุดหมายปลายทางซึ่งหาข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนได้จาก ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่ง หนังสือพิมพ์ และโรงแรมต่างๆ การควบคุมและแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นกฎหมายพิเศษ ที่ตราขึ้นเพื่อประสงค์จะให้เงินตราต่างประเทศไว้เพื่อเป็นทุนสำรองในการซื้อสินค้าและบริการ ที่ประเทศต้องการเป็นส่วนรวมเพราะประเทศเรายังผลิตสินค้าและบริการเองไม่ได้ทุกอย่าง จำเป็นต้องหาซื้อจากต่างประเทศอยู่มาก ประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราฉบับล่าสุดคือ พ.ศ. 2497 เป็นการควบคุมการส่งออก การ

ส่งเงินตราออกไปชำระค่าสินค้านำเข้าเข้ามา การควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราและกำหนดการนำเข้าและนำออกเงินไทยและเงินต่างประเทศ รวมถึงการนำบัตรเครดิตไปใช้ในต่างประเทศด้วย

การจัดบริการอื่นๆสำหรับนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง การได้รับส่วนแบ่งการตลาดของนักท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การบริการเหล่านี้ได้แก่ การจัดประชุมทั้งในประเทศและการจัดประชุมนานาชาติ การจัดบริการช้อปปิ้งและชาวสาร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบันเทิง กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน และการโฆษณาเผยแพร่การจัดประชุมได้กลายเป็นธุรกิจที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการเมือง และสังคมเป็นอย่างมาก การประชุมทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์หรือแก้ปัญหาร่วมกัน การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วทำให้มีการไปประชุมต่างถิ่น ขยายการประชุมจากภายในท้องถิ่น ไปเป็นการประชุมต่างถิ่น และเป็นการประชุมต่างประเทศ ทำให้เกิดธุรกิจการจัดประชุมขึ้น และมีการแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุงสถานที่ โรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้การจัดประชุมตลอดจนการบริการต่างๆ เพื่อให้เกิดการขยายตัวธุรกิจแขนงนี้มากยิ่งขึ้น

การจัดประชุมภายในประเทศ เป็นการประชุมของภาครัฐและเอกชน ซึ่งในปัจจุบันนิยมในการจัดประชุมนอกสถานที่ในโรงแรมหรือรีสอร์ท เพราะได้รับความสะดวกสบายในเรื่องการจัดสถานที่และอาหาร ที่โรงแรมต่างๆ มีความพร้อมและความชำนาญในการจัดตามความประสงค์ขององค์กรผู้จัดประชุมการจัดประชุมนานาชาติ ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงสร้างครบวงจรในการบริการจัดการประชุมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดชาวต่างประเทศจะได้พักในโรงแรมที่มีมาตรฐานไม่แพ้ประเทศอื่นหรือดีกว่า ห้องประชุมมีความสะดวกสบาย อุปกรณ์ทันสมัยการคมนาคมสะดวกเร็ว บุคลากรมีความรู้และมีประสบการณ์ และประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย สวยงามกว่าหลายๆ ประเทศในภูมิภาคเดียวกัน และมีผู้คนที่มีความรู้ไม่ตรีคุณสมบัติเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยมีความเหมาะสมในการจัดประชุมประเทศต่างๆ ทั่วโลกตื่นตัวในการพัฒนาความพร้อมในการจัดประชุมนานาชาติ ทั้งนี้เพราะผู้เข้าร่วมประชุมเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเรียกนักท่องเที่ยวประเภทนี้ว่า MICE คือ Meeting Incentive Conference and Exhibition เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจทั้งภาคบริการ และภาคการผลิตต่างๆ มากมาย

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน สูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไปประมาณ 2 เท่า การจัดการบริการข้อนี้เทศและข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้สนใจ นำไป พิจารณาเพื่อตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว หรือเพื่อเป็นเพื่อนร่วมทางในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจผลิตในรูปแบบของเอกสารต่างๆ เช่น จุลสาร ไปสเตอร์หนังสือ วารสาร และนิตยสาร เป็นต้น หน่วยงานในการผลิตสื่อเหล่านี้คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ

จี,ช้อย และมาเคินส์ (Gee, Choy and Makens , 1984) ได้แบ่งองค์ประกอบของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับธุรกิจหรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัท การบิน บริษัทขนส่งต่างๆ ตัวแทนนำเที่ยว ร้านค้าปลีก เป็นต้น
2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว ธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ นักวางแผนและพัฒนา หน่วยงานของรัฐและเอกชน สถาบันการเงิน ธุรกิจก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม เป็นต้น

นิตา ชักกุล (2551) กล่าวถึง ปัจจัยองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยส่วนต่างๆหลายส่วน (Segment) ด้วยกัน คือ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว) มีอยู่ 4 ประเภท

- 1.1 ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ลำธาร ทะเลทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนสัตว์เปิด สวนรุกขชาติ แหล่งน้ำจืด ห้วย หนอง คลอง บึง ปะการังและธรรมชาติได้ทะเล ฯลฯ

- 1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยาน ประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ฯลฯ

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น หมู่บ้าน ชาวเขา ชาวเล ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ

1.4 ประเภทสิ่งเลียนแบบธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สินค้าพื้นเมืองและแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กีฬา แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า โรงงาน อุทยานธรรมชาติ

2. การคมนาคมขนส่ง มี 3 ทาง คือ

2.1 ทางบก มีการตัดถนนและสร้างถนน การขยายเส้นทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถเช่า ฯลฯ

2.2 ทางเรือ การสร้างท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ การสร้างเรือแพ ทุกประเภท การจัดการบริการขนส่งทางเรือ

2.3 ทางอากาศ การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัด และปลอดภัย การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยว และการจัดเที่ยวบินให้เพียงพอ การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

3. ที่พักแรม มีหลายประเภทหลายรูปแบบให้เลือก และได้มาตรฐานสากล

3.1 โรงแรม(และบังกะโลสำหรับนักท่องเที่ยว) มีการจัดระบบต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการส่วนหน้า การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม บริการห้องพัก การจัดงานเลี้ยง การจัดการประชุมและนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ การจัดงานเทศกาล และการบันเทิง ฯลฯ

3.2 ที่พักแรมประเภทอื่นๆ เช่น เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแคมป์ ที่พักในวัด เรือนแพ บ้านพักผ่อน คอนโดมิเนียม ฯลฯ

4. ร้านอาหารและภัตตาคาร มีการจัดแบ่งภัตตาคารออกเป็นประเภทต่างๆ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

4.1 เกณฑ์ตามลักษณะของการบริการ เช่น แบบเสิร์ฟที่โต๊ะ แบบบุฟเฟต์ แบบตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ

4.2 เกณฑ์ตามบรรยากาศ เช่น สวนอาหาร ร้านอาหาร ริมนทะเล ฯลฯ

4.3 เกณฑ์ตามความพิเศษ/จำเพาะของร้านอาหาร เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทย ฟินเมือง ฯลฯ

4.4 เกณฑ์ตามสภาพของเจ้าของ เช่น เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม หรือเอกเทศ หรือภัตตาคารในเครือ (Chain Restaurant) เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านไอศกรีม ฯลฯ

5.บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่

5.1 ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการนำเที่ยว (Tour Operator)

5.1.1 จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย

5.1.2 จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆสำหรับผู้สนใจ เฉพาะเรื่องให้แก่องค์กรสถาบันวิชาชีพต่างๆ

5.1.3 การจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่องค์กรต่างๆและบริษัทผู้ผลิตสินค้า(Incentive)

5.1.4 บริการวางแผนการจัดการประชุมในประเทศและนานาชาติ

5.2 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency)

5.2.1 จำหน่ายทัวร์ที่บริษัทจัดทำเที่ยว (Tour Operator) จัดตั้งขึ้น

5.2.2 เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยพาหนะการเดินทาง

5.2.3 เป็นตัวแทนสำรองห้องพักโรงแรมและกิจกรรมบันเทิง

5.2.4 บริการจัดเอกสารการเดินทางต่างๆ

5.2.5 บริการในด้านต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยวและให้คำแนะนำด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน ของที่ระลึกระดับพื้นบ้าน ของเล่นเด็กและมีการพัฒนารูปแบบสินค้า เช่น การออกแบบและกำหนดประกาศให้เหมาะสม การเลือกวัสดุและการผลิต เป็นต้น

7. ความปลอดภัย ได้แก่ การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อนการแนะนำนักท่องเที่ยวถึงอันตรายต่างๆการกำหนดมาตรฐานต่างๆเพื่อความปลอดภัย การขอความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ในการสร้างความมั่นคงปลอดภัย และการจัดหน่วยงานพิเศษ เพื่อช่วยเหลือในด้านความปลอดภัย เป็นต้น

3. แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) ซึ่งพฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) หมายถึง “กระบวนการต่างๆของตัวบุคคลที่จะปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอก” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง “พฤติกรรมของมนุษย์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือการแสดงออกของมนุษย์ (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวันนั้น แต่ละบุคคลย่อมจะมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอ และพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวออกเป็น 9 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
3. สิ่งลู่ใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยดังนี้

3.1 Push Factor เป็นปัจจัยในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

3.2 Pull Factor เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปชมยังแหล่งท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ

3.2.1 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

3.2.2 การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

3.2.3 การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว

3.2.4 การเดินทางท่องเที่ยวและการประเมินผลในระหว่างการท่องเที่ยว

3.2.5 ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยวและการประเมินผลความพึงพอใจ

3.2.6 ทศนคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในที่นี้กล่าวถึงปัจจัยภายนอกว่า ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และวัฒนธรรมของคนทั้งชาติ ซึ่งสืบทอดและยึดถือต่อกันมา ได้แก่

1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อถือ ค่านิยม ทศนคติ อุปนิสัย ประเพณี ขนบธรรมเนียมและพฤติกรรมของบุคคล

2. ชั้นของสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันจากระดับสูงไประดับต่ำสิ่งที่นำมาใช้ในการแบ่งชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะรายได้ ชาติกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ และ 6 กลุ่มย่อยดังนี้

2.1 ระดับสูง (Upper class) แบ่งออกเป็น

2.1.1 ระดับสูงอย่างสูง (Upper – upper class) ได้แก่ ผู้ดีเก่า ชนชั้นสูง มีความมั่งคั่งเนื่องจากได้รับมรดกเป็นจำนวนมาก สถานะมั่นคง บุตรหลานเรียนในโรงเรียนที่ดีที่สุด อาศัยอยู่ในคฤหาสน์ใหญ่ รู้สึกับผิดชอบต่อสังคม มีอำนาจการซื้ออย่างเพียงพอ ซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือย มีราคา เช่น บ้าน รถยนต์ราคาแพง ใช้บริการโรงแรมที่หรูหราร้านหนึ่ง ไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก

2.1.2 ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower – upper class) ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูงที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยความสามารถของตนเอง เป็นเจ้าของกิจการขนาดใหญ่จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ต้องการสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับกลุ่มแรก

2.2 ระดับกลาง (Middle class) แบ่งออกเป็น

2.2.1 ระดับกลางอย่างสูง (Upper – middle class) ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา ระมัดระวังในการใช้จ่าย มีสินค้าและบริการที่จำเป็นต้องใช้ คือ เสื้อผ้าที่ดี บ้าน และของใช้ในครัวเรือนสินค้าจำเป็นแก่ฐานะคือ รถยนต์

2.2.2 ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower – middle class) ได้แก่ พนักงานข้าราชการระดับปฏิบัติงานต้องการใช้สินค้าและบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน แสวงหาที่อยู่ของตนเอง สมถะ มีความอ่อนไหวในเรื่องราคา

2.3 ระดับต่ำ (Lower class) แบ่งออกเป็น

2.3.1 ระดับต่ำอย่างสูง (Upper – lower class) ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และมีทักษะพอสมควร แสวงหาสิ่งที่มีมั่นคง ไม่เข้าสังคมมากนัก ต้องการสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพและราคาประหยัด จงรักภักดีต่อยี่ห้อสินค้า

2.3.2 ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower – lower class) ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี้ มีการศึกษาต่ำ อยู่สลัม ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานแก่การครองชีพ และราคาประหยัดขั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับและแตกต่างกันในด้านอุปนิสัยและสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับการต้องการ

มาสโลว์ (Maslow, 1954) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ (Maslow's General Theory Human Motivation) โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจะไม่ใช่สิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้น เป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตอน ลำดับความสำคัญ คือ เมื่อต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

4. ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตอน ลำดับความสำคัญ คือ เมื่อต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

ความต้องการปัจจัย 4 (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

1. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกายแล้ว ความต้องการทางจิตใจก็จะตามมา

2. ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Needs of Love Needs) ขั้นนี้เป็นความต้องการที่สูงขึ้น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่ เห็นความสำคัญของตนและเป็นที่รู้จักของคนในสังคม

3. ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง หรือ ได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs or Status Needs) เป็นความต้องการที่ต้องการเติบโตสูงขึ้น ทั้งตำแหน่งหน้าที่การงานเพื่อความมีชื่อเสียง มีหน้า มีตา ได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม

4. ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด เพื่อให้ได้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรารถนาเป็นความต้องการพิเศษ ซึ่งคนธรรมดาส่วนมากมักอยากได้แต่ไม่สามารถเสาะหาได้ ความพอใจในลักษณะดังกล่าวนี้ มักมีลักษณะกว้างขวางมาก และแตกต่างกันไปในแต่ละคน

มนุษย์มีความต้องการเหล่านี้อยู่ตลอดเวลา เมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นมาแทน เป็นขบวนการที่ไม่สิ้นสุด ดังนั้นการที่จะกำหนดรูปแบบการให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะต้องรู้ให้เท่าทันว่าขณะนี้เวลานี้ ลูกค้ามีความต้องการอะไร เมื่อรู้จักทิศทางความพอใจของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของเขาได้ ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจตามมา

คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 1997) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการนำเสนอคุณค่าทางการตลาด และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อขึ้นนั้นจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้าที่นำเสนอออกมาและเชื่อมโยงไปถึงความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าแต่ละรายอาจมีระดับความพึงพอใจที่ต่างกัน โดยถ้ารูปแบบที่นำเสนอสินค้า หรือบริการมีความคาดหวังต่ำ ลูกค้าจะไม่พอใจ แต่ถ้าเพิ่มความคาดหวังเข้าไป ลูกค้าจะพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามความคาดหวังยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์การซื้อในอดีตของลูกค้า ความคิดเห็นของเพื่อนและผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลของนักการตลาดและคู่แข่งที่นำเสนอหรือสัญญาไว้ นักการตลาดจะต้องระมัดระวังในเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) ให้ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตนโดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการในการท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ของตน เหมาะกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คุ้มค่ากับความ สุขและความประทับใจที่รับมา เพจ(Page, 2009) กล่าวไว้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมกันเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งในด้านความสวยงามของทรัพยากรทางธรรมชาติ ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐานในเรื่องระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีไมตรีต่อนักท่องเที่ยว

แมทธิวสัน และ วอลล์ (Mathieson and Wall, 2003) แบ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการปัจจุบัน (Actual demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2. ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3. ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการเช่นนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่างๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูลก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวโดยไม่ยากนัก

นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบายเรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพ ไต่เขา ความต้องการการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีมากมายหลายรูปแบบ และมีความต้องการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

ฉลงศรี พิมลสมพงศ์ (2544) กล่าวว่าข้อมูลความต้องการการท่องเที่ยวที่นิยมศึกษากัน สามารถจำแนกออกเป็นดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งภายในท้องถิ่น ภายในประเทศและระหว่างประเทศ การสำรวจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของลูกค้านักท่องเที่ยวเป็นงานสำคัญของธุรกิจนอกเหนือไปจากการสำรวจเพื่อทราบความต้องการเฉพาะ

2. รายได้จากการท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าเข้าชม ค่าสินค้าของที่ระลึกและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

3. วันพักเฉลี่ย เพื่อกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม และสามารถทำให้เพิ่มจำนวนวันพักซึ่งเป็นผลให้มีรายได้ จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4. การเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากหรือต้องการอยากจะไป ห้องพัก บริษัทนำเที่ยว เที่ยวบิน มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในและนอกช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

ความต้องการท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันที่สำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อ การขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจย่อยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนย่อย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

5. แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว

มานิตย์ มณีธรรม และคณะ (2545) ได้ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยวก็คือ การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทาง ประสบความสำเร็จ

แอนเดรียนา (Andriana, 1999 อ้างถึงใน มานิตย์ มณีธรรม และคณะ, 2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือที่มีอำนาจทำให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงพื้นที่ได้อย่างมาก ถ้าการท่องเที่ยวมีการจัดการและบริหารที่ดี ก็จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาตินั้นได้โดยไม่ทำให้มันเสื่อมโทรมลง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่น นโยบายควรจะเจาะลงไปในแต่ละด้าน โดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญพื้นฐานของชุมชน การสร้างแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อม ให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย

รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ (2549) (อ้างถึงใน พจนานวด กริ่งไกร, 2545) กล่าวว่ารูปแบบของการจัดการด้านการท่องเที่ยว

1. Strategy หมายถึง วัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆของการท่องเที่ยวที่จะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม
2. Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กรที่จะต้องมีการจัดลำดับชั้นและแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม
3. System หมายถึง ระบบในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการข้อมูล การดำเนินงาน การปฏิบัติงาน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและอื่นๆโดยทุกระบบจะต้องมีการประสานความร่วมมือ และมีความสัมพันธ์กันทุกชั้นตอน
4. Staff หมายถึง บุคลากรฝ่ายต่างๆที่มีส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
5. Skill หมายถึง ทักษะในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ
6. Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินงาน ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน
7. Share หมายถึง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ซึ่งกันและกันเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

ราณี อธิชัยกุล (2547) ได้กล่าวถึงการจัดการบริการท่องเที่ยว ต้องมีการกำหนดประเภทและมาตรฐานของบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และควรตอบสนองความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท และทุกระดับ บริการด้านต่างๆที่สำคัญแก่นักท่องเที่ยวได้แก่

1. บริการด้านกฎระเบียบข้อบังคับ คือ เป็นการบริการด้วยกฎระเบียบ ข้อบังคับ กติกา เพื่อการดำเนินการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ให้เกิดความสะดวกสบาย เกิดความพึงพอใจ สูงสุดตลอดจนการดำเนินการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ไม่เกิดผลกระทบกับสภาวะแวดล้อมกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เช่น การออกกฎระเบียบ ป้ายห้ามป้ายเตือน การจัดระเบียบร้านค้า เป็นต้น

2. การบริการด้านความปลอดภัยการประกอบกิจกรรมนันทนาการ ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว มักมีแนวโน้มที่จะเกิดอันตรายและอุบัติเหตุได้ง่าย เช่น การตกน้ำ การถูกงูกัด อุบัติเหตุต่างๆ จากการท่องเที่ยว หรือระบบป้องกันรักษาความปลอดภัยต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการเตรียมการด้านความปลอดภัยต่างๆ เตรียมอุปกรณ์ป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้เหมาะสม รวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถป้องกันความปลอดภัย รักษาและปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้

มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือจากแนวทางการจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวของรัฐแล้ว ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนควรพิจารณาดำเนินมาตรการรักษาความปลอดภัย ให้สอดคล้องกับสาเหตุแห่งภัยดังนี้

2.1 จัดตั้งจุดตรวจและหน่วยรับแจ้งเหตุ ในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริเวณที่มีโอกาสเสี่ยงสูงต่อการโจรกรรม เช่น บริเวณแหล่งขายสินค้าต่าง ๆ

2.2 จัดฝึกอบรมอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยจากใจผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยวโดยมอบหมายให้สอดส่องดูแลผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปตามพื้นที่ตามความเหมาะสม

2.3 จัดทำป้ายเตือนนักท่องเที่ยวให้ทราบ ว่าบริเวณใดมีความเสี่ยงภัยจากใจผู้ร้ายสูง

2.4 จัดทำแผนพบเตือนนักท่องเที่ยวถึงอาชญากรรม ที่อาจเกิดขึ้นได้เพื่อให้นักท่องเที่ยวระมัดระวังภัยที่อาจเกิดต่อชีวิตและทรัพย์สิน

2.5 จัดทำป้ายเตือนเกี่ยวกับประเภท หรือลักษณะของอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกจุดที่มีโอกาสเป็นไปได้ ตลอดจนป้ายชี้แจงนักท่องเที่ยวทราบถึงโอกาสการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อให้เกิดความระมัดระวังขณะเที่ยวชม

2.6 จัดเจ้าหน้าที่ประจำจุด หรือบริเวณที่มีโอกาสเสี่ยงสูงในการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อทำหน้าที่คอยเตือน ในขณะที่เดียวกันก็คอยเฝ้าดูแลพื้นที่ด้วย เช่น บริเวณน้ำตก หน้าผา

2.7 จัดฝึกอบรมอาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัย พร้อมวัสดุอุปกรณ์การกู้ภัยประจำไว้ ณ จุดที่สามารถช่วยเหลือผู้ประสบภัยได้สะดวกที่สุด

2.8 สร้างสิ่งป้องกันถาวรเพื่อป้องกันอันตรายตามความเหมาะสม เช่น สะพานข้ามลำน้ำ ทุ่นลอยสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ราวบันไดและรั้วกันสำหรับทางเดินขึ้นเขา เป็นต้น

2.9 จัดตั้งหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ในจุดที่เหมาะสมเพื่อให้การปฐมพยาบาลแก่ผู้ประสบอุบัติเหตุ

2.10 กำหนดมาตรการควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีโอกาสเกิดอุบัติเหตุแก่นักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและออกกฎหมายบังคับให้มีการประกันชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2.11 รักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น จัดถังขยะไว้ให้ทั่วบริเวณและกำจัดขยะให้ถูกวิธีและจัดเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด ให้ความดูแลแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง

2.12 จัดหาและเตรียมอุปกรณ์กู้ภัยติดตั้งไว้ตามจุดเสี่ยงต่างๆ ตามความเหมาะสมกับภัยธรรมชาติ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ชูชีพ เชือก บันไดลิง และสายยางสำหรับดับเพลิง เป็นต้น

2.13 จัดให้มีหน่วยบรรเทาสาธารณภัย ลาดตระเวนตามจุดเสี่ยงหรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีโอกาสเสี่ยงต่อภัยธรรมชาติ โดยหมุนเวียนสับเปลี่ยนตลอดเวลา

2.14 จัดทำป้ายสื่อความหมายหรือนำทางทุกระยะ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

2.15 จัดทำแผนที่แสดงที่ตั้งของสิ่งต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วยมาตราส่วนและทิศทางที่ถูกต้อง

2.16 จัดทำหรือก่อสร้างสิ่งกีดขวางป้องกันเช่นรั้วลวดหนามหรือสิ่งอื่นในบริเวณที่ป้องกันอันตรายให้กับนักท่องเที่ยว

2.17 ทำป้ายประกาศเตือนตามจุดที่มีพืชหรือสัตว์ ที่เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวตลอดจนป้ายประกาศถึงอันตรายที่อาจเกิดจากพืชและสัตว์ และกิจกรรมอะไรบางอย่างที่ไม่ควรกระทำเพราะอาจเกิดอันตรายตามมาได้ เช่น การเล่นหรือเหยยหรือพยายามทำร้ายสัตว์ การเด็ดหรือทำลายพันธุ์พืช เป็นต้น

2.18 จัดเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครคอยเฝ้าระวังดูแล ตามแหล่งที่อาจเกิดอันตราย

2.19 จัดทำรั้วกั้นไม่ให้นักท่องเที่ยวรบกวน หรือทำลายพืชและทำร้ายสัตว์ ระหว่างเที่ยวชมในแหล่งท่องเที่ยวในขณะเดียวกันเป็นการช่วยป้องกันไม่ให้สัตว์ทำร้ายนักท่องเที่ยว

3. บริการด้านนันทนาการ คือ การให้บริการเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและความบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยว โดยการมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และมีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

4. บริการข้อมูลข่าวสาร คือ การบริการให้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรมีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับแผนที่ เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับบริการที่มีในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยว

5. บริการที่พัก คือ การบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งที่พักควรมีหลายขนาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีหลายกลุ่มหลายประเภทที่ต้องการประเภทและระดับการบริการที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรมระดับสี่ดาว ห้าดาว จะให้บริการหลากหลายแก่ผู้มาพัก เช่นอาหาร และเครื่องดื่ม อีกทั้งที่พักจะต้องมีความปลอดภัย มีความสะอาด มีอุปกรณ์การใช้พื้นฐาน เช่น ที่นอน เตียง ผ้าห่ม เป็นต้น

6. บริการนำเที่ยวและ/หรือมัคคุเทศก์ คือ การบริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งควรมีมาตรฐานการบริการนำเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น นำเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มัคคุเทศก์ควรมีความรู้และรายละเอียดอย่างถูกต้อง หรือการนำเที่ยวทางน้ำโดยมีมัคคุเทศก์ให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของแหล่งน้ำเพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสภาพแวดล้อม

7. บริการคมนาคมขนส่งและการจัดการด้านจราจร คือ การบริการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจคมนาคมขนส่งควรมีหลายรูปแบบและหลายระดับ เช่น รถเช่า รถโดยสาร เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกช่องทางและรูปแบบการคมนาคมขนส่งที่พอใจได้ และการจัดการด้านจราจรแก่นักท่องเที่ยว โดยช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดหาสถานที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ และมีป้ายจราจรแสดงอย่างชัดเจน

8. บริการอาหาร และเครื่องดื่ม คือ การบริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว อย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขและเพียงพอ และมีการบริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยว รวมทั้งด้านความเหมาะสมของราคาที่เหมาะสม ซึ่งควรมีอาหารหลายประเภทและหลายระดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละระดับ ต้องมีองค์ประกอบดังนี้ มีการตกแต่งสถานที่ให้กลมกลืนกับสภาพท้องถิ่น มีการเสนออาหารประจำท้องถิ่นและมีรายการอาหารทั่วไปที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยบ้างอาหารมีมาตรฐานพื้นฐานตามสุขลักษณะของกระทรวงสาธารณสุข ตลอดจนบริการในร้านอาหาร ควรมีใจรักงานด้านการบริการด้วย

9. บริการด้านสินค้าและของที่ระลึก คือ การบริการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อเป็นที่ระลึก หรือ ของฝาก อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ให้บริการและยังเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

10. บริการด้านอื่นๆ หรือบริการอื่นๆที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ตู้เอทีเอ็ม ธนาคาร ห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อ สุขาสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

ลักษณะการจัดการสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การใช้ทรัพยากร/สิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืนซึ่งต่างมีหลักการและวิธีการเฉพาะตัวเองเช่น หิน-แร่ น้ำ อากาศ ดิน ป่าไม้ สัตว์ป่า เมือง เกาะ ฯลฯ ผู้จัดการต้องใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรที่ทดแทนได้เฉพาะส่วนที่เพิ่มพูนทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปต้องเกิดของเสียและมลพิษน้อยที่สุด และต้องควบคุมมิให้ทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่หมดสิ้นให้สะอาดตลอดเวลา มีมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม

3. การกำจัด การบำบัดและฟื้นฟูของเสียและมลพิษการจัดการสิ่งแวดล้อมอีกลักษณะหนึ่งคือ การกำจัด การบำบัด และการฟื้นฟูของเสียและมลพิษ หมายถึง การกระทำการใดๆ ก็ตามที่สามารถจัดของเสียและมลพิษให้หมดไปหรือเสื่อมสภาพไปหรือหมดฤทธิ์ เช่น การกำจัดขยะ (ขยะชุมชน ขยะติดเชื้อและกากสารพิษอันตราย) การบำบัดน้ำเสียและการฟื้นฟูแหล่งเสื่อมโทรมให้ฟื้นคืนสภาพปกติ กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การขจัดของเสียและมลพิษในระบบสิ่งแวดล้อมต้องหมดสิ้นไปโดยเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว สามารถสร้างภาวะปกติของโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของระบบให้ปกติและสุดท้ายสร้างความสมดุลในระบบสิ่งแวดล้อมให้ปรากฏต่อไป

3. การควบคุมกิจกรรมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระบบสิ่งแวดล้อม ทั้งในและนอกระบบ การจัดการอาจทำลายโครงสร้างหรือทรัพยากรภายในระบบ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของระบบสิ่งแวดล้อม ในที่สุดขณะที่มีกิจกรรมใช้ทรัพยากรนั้นย่อมเกิดของเสียและมลพิษจากเทคโนโลยีตามมาด้วยก็เช่นกัน ย่อมมีฤทธิ์ทำลายทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมในระบบเปลี่ยนแปลงไป ทำให้บทบาทหน้าที่ของระบบสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้กล่าวโดยสรุป การจัดการสิ่งแวดล้อมก็คือการใช้ทรัพยากรหรือการกำจัด การบำบัดและการฟื้นฟูต่อของเสียและมลพิษหรือเป็นการควบคุมกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งหมดชี้ให้เห็นว่า มนุษย์สามารถใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมได้แต่ต้องเป็นการใช้แบบยั่งยืน การใช้ทรัพยากรแต่ละครั้งย่อมสร้างของเสียและมลพิษจำเป็นต้องหาทางขจัดให้หมดไป ถ้ามีกิจกรรมใดที่คาดว่าจะสร้างปัญหาจำเป็นต้องหาทางควบคุม มิให้ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการทำให้กระบวนการวิทยาศาสตร์ของสิ่งแวดล้อมปกติอย่างยั่งยืนด้วย

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ (2549) ได้กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว(Resource management) ควรประกอบด้วยวิธีการดำเนินการต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อประเมินศักยภาพและจัดระดับการวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อประเมินศักยภาพ และจัดระดับทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

หมายถึง การวิเคราะห์หาจุดเด่นที่มีเอกลักษณ์ของทรัพยากรภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจะได้วิเคราะห์ความเหมาะสมต่อการกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนดังนี้

1.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้ที่รับผิดชอบควรเริ่มต้นด้วยการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวอะไรบ้าง เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทใด และมีสภาพอย่างไร ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีคุณลักษณะและความเหมาะสมที่แตกต่างกันตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมสูงสุดจึงควรได้รับการจัดการที่ถูกต้อง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมน้อยควรได้รับการพิจารณาในด้านรูปแบบและการจัดการที่ทำให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว และมีระบบการจัดการที่สามารถเอื้อประโยชน์และตอบสนองความต้องการโดยรวมของประเทศ

1.2 ขั้นตอนการประเมินศักยภาพและจัดระบบของทรัพยากรภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยขั้นตอนการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดระดับการให้คะแนน 5-1 จากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.2.1 ชนิดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวเนื่องของระบบนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่สมบูรณ์ ได้คะแนนเท่ากับ 5 และแหล่งท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงแก้ไขสภาพของพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเล็กน้อยได้คะแนน 4 เป็นต้น

1.2.2 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาจากสภาพโดยทั่วไปใน 3 ปัจจัย คือ ระบบนิเวศภายในแหล่งท่องเที่ยว ความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ และการมีองค์ประกอบที่หลากหลาย เช่น มีโบราณสถานภายในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีความเหมาะสมของทรัพยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ได้คะแนน 5 เป็นต้น

2. การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นการประเมินปริมาณของนักท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และระดับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะสามารถรองรับได้โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบ

นิเวศ และการลดลงของคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือนันทนาการที่นักท่องเที่ยวควรจะได้รับจากการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ควรพิจารณาปัจจัยสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

2.1 ขีดจำกัดทางสภาพแวดล้อม หมายถึง ขีดความสามารถในการรักษาสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถ้าขาดความสมดุลจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและระบบนิเวศ และไม่ทำให้ประสิทธิภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับน้อยลง

2.2 ขีดจำกัดทางการตลาด หมายถึง ขีดความสามารถในการรองรับตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความสามารถในการรักษาสมดุลระหว่างปริมาณนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิทยา เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจนถึงจุดวิกฤต ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าประสิทธิภาพที่ได้รับด้อยคุณภาพ เช่น รถติดบริเวณทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากถนนแคบและมีรถจำนวนมาก ที่พักรวมไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3 ขีดจำกัดของชุมชน หมายถึง ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งหากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป จะเกิดผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นความหนาแน่นของพื้นที่ใช้สอยในชุมชน เช่น ในร้านอาหาร ร้านค้า หรือบริเวณชายหาด เป็นต้น

3. การกำหนดเขตการใช้พื้นที่หรือเขตการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว บริเวณแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมีการกำหนดเขตการใช้พื้นที่เพื่อประโยชน์ต่างๆ (Zoning) หรือเพื่อการจัดการ (Management zone) ให้เหมาะสมตามสภาพและขนาดของทรัพยากรที่จะรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น โดยสามารถป้องกันผลกระทบที่จะมีผลต่อระบบนิเวศโดยรวมด้วย โดยมีแนวทางการดำเนินการต่อไปนี้

3.1 การจัดให้มีเขตบริการหรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (Visitor center) ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้อยู่ในบริเวณที่เหมาะสม และเป็นพื้นที่ราบมากพอที่จะจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้บริการ ข้อมูลและความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีเอกสารสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ แผ่นป้ายบรรยาย จัดให้เส้นทางเดินเท้าหรือ

เส้นทางเดินป่า ให้สามารถแนะนำ และอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติ รวมถึงสิ่งที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

3.2 การจัดเขตสงวนหรือบริเวณพื้นที่ที่มีความเปราะบางด้านนิเวศ พื้นที่ที่มีความเปราะบางทางด้านนิเวศและพื้นที่ที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ ควรจัดไว้เป็นเขตสงวนหรือเขตพื้นที่อนุรักษ์ที่จำเป็น ต้องมีการควบคุมการใช้ประโยชน์อย่างเข้มงวดเพื่อรักษาสมดุลทางด้านนิเวศ

4. การควบคุมดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการควบคุมการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมในพื้นที่ การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยและการมีระบบป้องกันและกำจัดมลภาวะที่เหมาะสม

6.แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

พยอม ธรรมบุตร(2549)ได้กำหนดบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมของการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นไว้ 4 ระดับ ดังนี้

1.การมีส่วนร่วมระดับการตัดสินใจ(Decision Making Level) ชุมชนท้องถิ่นควรมีโอกาสเข้าร่วมตัดสินใจ ก่อนเริ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยชุมชนควรได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน ถ้ามีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนควรมีการประชุม แล้วลงความเห็นร่วมกันในการตัดสินใจว่าควรหรือไม่ควรพัฒนาการท่องเที่ยว และถ้าจะพัฒนาควรพัฒนาไปในลักษณะใด

2.การมีส่วนร่วมระดับการวางแผน(Planning Level) ชุมชนควรร่วมกันวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากร มีหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากร การร่วมวางแผนคือการร่วมรับผิดชอบในบทบาทและหน้าที่ต่างๆ ของการพัฒนา

3.การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Implementation Level)ชุมชนควรเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ด้านการท่องเที่ยว เช่นที่พักแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านขายสินค้า OTOP บริการนำเที่ยว บริการเช่ารถ ดำน้ำและการเดินป่า

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน (Evaluation Level) ชุมชนควรร่วมประเมินผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อการปรับปรุงแผนพัฒนาให้ยั่งยืนและระยะยาว

การมีส่วนร่วมของชุมชนในทั้ง 4 ระดับดังกล่าว ทำให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) ของธุรกิจชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นชุมชนที่เข้มแข็งต่อไป

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหาและสาเหตุของปัญหา ขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าประชาชนไม่มีบทบาทในการระบุปัญหาและความต้องการของเขาแล้วโครงการต่างๆ ที่วางออกมาก็จะไร้ประโยชน์ เพราะโครงการที่วางออกมามีได้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน อีกทั้งประชาชนจะมองไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมและการดำเนินกิจกรรมก็จะเป็นไม่ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหาด้วยตนเอง โครงการที่วางไว้ก็จะสามารถดำเนินไปสู่จุดมุ่งหมายโดยง่ายเพราะประชาชนจะเกิดความรู้สึกที่เป็นเจ้าของโครงการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาให้พวกเขาเอง

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เมื่อประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมเข้ามา มีบทบาทในการระบุปัญหาแล้ว ขั้นต่อไปคือ การร่วมกันวางแผนโครงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของพวกเขาด้วยตัวของเขาเอง แต่อย่างไรก็ตามนักพัฒนาหรือผู้มีความรู้ในการวางแผนควรมีส่วนเข้าไปร่วมในการวางแผนด้วย เพื่อคอยให้คำแนะนำประชาชนในการวางแผนกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา แต่มีใช้นักพัฒนาเหล่านี้จะไปเป็นผู้วางแผนกำหนดแนวทางแก้ปัญหาเสียเอง เพราะผลเสียที่จะติดตามมาก็คือ ประชาชนจะไม่สามารถดำเนินการช่วยเหลือตัวเองได้ในโอกาสต่อไป การที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแรงร่วมใจในการตัดสินใจหาแนวทางแก้ไขปัญหาและแนวทางดำเนินกิจกรรมนี้ จะมีผลทำให้พวกเขาเหล่านี้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) กิจกรรมนั้นและจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมที่วางไว้

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน ดังที่กล่าวมาแล้วว่าเมื่อประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมแล้ว ผลที่ตามมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่วางไว้

นอกจากนั้นแล้วนักพัฒนาควรจะต้องกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนในรูปแบบของ ทรัพยากรธรรมชาติที่ประชาชนในชุมชนที่อยู่ตามกำลังความสามารถของประชาชน แทนที่จะใช้ ทรัพยากรหรือปัจจัยภายนอกของชุมชนเสียทั้งหมด การดำเนินกิจกรรมร่วมกันนั้นจะเป็นการ เสริมสร้างให้ประชาชนรู้จักการทำงานร่วมกัน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผล การมีส่วนร่วมของประชาชนใน ขั้นนี้จะทำให้ประชาชนได้มีการประเมินว่า ผลงานที่ตัวเองดำเนินไปนั้น ได้รับผลดีหรือได้รับ ผลประโยชน์มากน้อยเพียงไร และอุปสรรคต่างๆ ที่ได้รับจากการดำเนินงานนั้น การที่ประชาชนมี ส่วนร่วมในการประเมินผลนี้ จะทำให้ประชาชนรู้แจ้งเห็นจริงว่า กิจกรรมที่พวกเขาทำไปนั้น ดี หรือไม่ดีอย่างไร ซึ่งพวกเขาจะนำไปใช้วางแผนแนวทางแก้ไขในโอกาสต่อไปได้

7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถุษาญ์ แสงอรุณ (2541) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) มีการใช้คำ ภาษาอังกฤษอื่นที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ได้แก่ Nature tourism, Biotourism, Green tourism เป็นต้น จากการประชุม Globe 1990 Conference ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัด ความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย และการท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนอง ความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย โดยมีลักษณะที่สำคัญคือเป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ ขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีต่อการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องให้ประชาชนทุกส่วนได้รับ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้แนะ ภายใต้อุปสรรคของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ธีรพัฒน์ ตี้อตัน (2546) ได้แบ่ง องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้

4 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การปฏิบัติตามแผน ได้รับความตอบสนองเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยและในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มต้นจากระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง

หลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อิทธิพล ไทยกมล (2545)การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้กำหนดหลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

3. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางแบบวงรอบ หรือวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตร ขึ้นไป

4. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

5. มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

6. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน

7. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

8. มีบริการจัดการพื้นที่และมีบริการร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์การภาครัฐ องค์การเอกชน องค์การบริหารท้องถิ่น

9. มีนโยบายในการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะการจัดการน้ำเสีย และการจัดการมลพิษต่าง ๆ เป็นต้น

10. มีแผนพัฒนาบุคลากรและบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

11. แหล่งท่องเที่ยวที่มีแพคเกจจะต้องเป็นที่แพคเกจระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม

8. แนวคิดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา และการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1.คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต

2.ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3.สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

4.สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

5.ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6.ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

วิภา ศรีระทุ(2551) ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ โดยต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1.เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2.เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรม และกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

เป็นการประเมินปริมาณของนักท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และระดับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะสามารถรองรับได้โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศ และการลดลงของคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือนันทนาการที่นักท่องเที่ยวควรจะได้รับจากการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ควรพิจารณาปัจจัยสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

1. ขีดจำกัดทางสภาพแวดล้อม หมายถึง ขีดความสามารถในการรักษาสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถ้าขาดความสมดุลจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและระบบนิเวศ และไม่ทำให้ประสิทธิภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับน้อยลง

2. ขีดจำกัดทางการตลาด หมายถึง ขีดความสามารถในการรองรับตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความสามารถในการรักษาสมดุลระหว่างปริมาณนักท่องเที่ยวกับกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิทยา เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจนถึงจุดวิกฤต ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจที่ได้รับด้วยคุณภาพ เช่น รถติดบริเวณทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว เนื่องมาจากถนนแคบและมีรถจำนวนมาก ที่พักรอไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ขีดจำกัดของชุมชน หมายถึง ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งหากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป จะเกิดผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ความหนาแน่นของพื้นที่ใช้สอยในชุมชน เช่น ในร้านอาหาร ร้านค้า หรือบริเวณชายหาด เป็นต้น

การกำหนดเขตการใช้พื้นที่หรือเขตการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว

บริเวณแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมีการกำหนดเขตการใช้พื้นที่เพื่อประโยชน์ต่างๆ (Zoning) หรือเพื่อการจัดการ (Management zone) ให้เหมาะสมตามสภาพและขนาดของทรัพยากรที่จะรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น โดยสามารถป้องกันผลกระทบที่จะมีผลต่อระบบนิเวศโดยรวมด้วย โดยมีแนวทางการดำเนินการต่อไปนี้

1. การจัดให้มีเขตบริการหรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (Visitor center) ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้อยู่ในบริเวณที่เหมาะสม และเป็นพื้นที่ราบมากพอที่จะจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้บริการ ข้อมูลและความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีเอกสารสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ แผ่นป้ายบรรยาย จัดให้เส้นทางเดินเท้าหรือเส้นทางเดินป่า ให้สามารถแนะนำ และอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติ รวมถึงสิ่งที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

2. การจัดเขตสงวนหรือบริเวณพื้นที่ที่มีความเปราะบางด้านนิเวศ พื้นที่ที่มีความเปราะบางทางด้านนิเวศและพื้นที่ที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ ควรจัดไว้เป็นเขตสงวนหรือเขตพื้นที่อนุรักษ์ที่จำเป็น ต้องมีการควบคุมการใช้ประโยชน์อย่างเข้มงวดเพื่อรักษาสมดุลทางด้านนิเวศ

9. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมามักเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่เป็นหลักโดยมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด โดยคำนึงถึงเฉพาะรายได้โดยไม่คำนึงหรือใส่ใจผลกระทบต่อที่่เกิดขึ้นตามมาในระยะยาวจากการท่องเที่ยว ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เกิดความเสื่อมโทรมและไม่สามารถกลับคืนสู่สภาพเดิมด้วยตัวมันเองได้ จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถูกจับตามองว่าเป็นกิจกรรมที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมชุมชนมากกว่าผลตอบแทนที่ได้รับ

มา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 บุคคลหลายวงการทั้งนักวิชาการ สื่อมวลชน ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และองค์กรพัฒนาเอกชน ได้มีการเรียกร้องให้มีการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่นนั้นๆ ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนเสมออย่างพอเพียง แต่มีผลกระทบทางลบต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยั่งยืนยาว แต่แต่ละประเทศพยายามหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นเหตุให้เกิดการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือที่เรียกกันว่าการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ.2535 หรือที่เรียกว่าปฏิญญาริโอ (Rio Summit) สาระสำคัญของปฏิญญาริโอ คือ การร่วมลงนามรับรองเอกสารสำคัญ 5 ฉบับ โดยเฉพาะฉบับที่ว่าด้วยแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ทำให้การท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้เองนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อีก 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ดี รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินพร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวที่ดี รวมถึงการมี

ส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน อันได้แก่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชมวิถีชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

วศิน อิงคพัฒนากุล (2548) แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีการริเริ่มจากแนวความคิดการท่องเที่ยวที่พยายามหลีกเลี่ยงการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ในระยะหลังมีการประยุกต์หลักการอื่นๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นเกิดขึ้นจากแรงผลักดันในกระแสความต้องการการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการท่องเที่ยวใน 4 ลักษณะ คือ

1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ได้มีการขยายขอบเขตกว้างขวางออกไปทั่วโลก ทั้งในส่วนของอนุรักษ์ในระดับท้องถิ่นจนถึงการอนุรักษ์ในระดับโลก โดยมุ่งหวังให้มีการพัฒนาการไปสู่การป้องกันแก้ไขวิกฤตการณ์ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ

2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว ในด้านการศึกษาและการเรียนรู้ ในด้านต่างๆของ นักท่องเที่ยว ที่ได้ใช้เวลาว่างของตนเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจเป็นด้านหลักในยุคแรก นักท่องเที่ยวจึงได้ปรับตัวเองเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

3. กระแสความต้องการการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวโดย นักท่องเที่ยวมาจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเกิดความไม่พึงพอใจกับการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะซ้ำซากจำเจและต้องการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายในรูปแบบมากขึ้น โดยเปรียบเทียบความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในอดีตกับความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4. กระแสความต้องการพัฒนาคนโดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวความคิดการกระจายอำนาจผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการจัดการและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น ดังนั้นกระแสความต้องการพัฒนาคนในระดับท้องถิ่นเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในระดับชุมชนท้องถิ่นจึงได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับ

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนไว้ว่า การบริหารจัดการนี้สามารถแยกลักษณะการบริหารจัดการตามหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบของแต่ละส่วนโดยยึดหลักการ 10 ประการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศน์ การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่รักษาสิ่งแวดล้อม(Green Product) รวมถึงการส่งเสริมตลาดและการพัฒนาตลาดด้วย ได้จำแนกองค์ประกอบสำคัญของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. อนุรักษ์ไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมที่สุดและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) และยังมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. การออกแบบสิ่งก่อสร้างบริการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว (ที่พักในระหว่างการเดินทาง การบริการอาหารเครื่องดื่ม –สุขา) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน ไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป การออกแบบสิ่งก่อสร้างที่ทางเดินต้องคำนึงถึงคนพิการด้วย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรหลีกเลี่ยงการตัดต้นไม้เป็นสำคัญ คำนึงกระแสน้ำจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลาย ไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

2.2 การเดินทางเข้าชมที่สะดวก (มิได้หมายถึงถนนลาดยางจรดถึงแหล่งท่องเที่ยวทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง) ควรทำทางเดิน (Board Walk) นำถึงความปลอดภัย มีระบบการสื่อความหมายที่ดี (แม้เดินทางคนเดียวก็ได้) รวมถึงการใช้เส้นทางเพื่อคนพิการ นอกจากนี้คำนึงถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน ป้ายสื่อสารความหมายควรออกแบบใช้ได้ทนมาก

2.3 ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กม. ต่อหนึ่งแห่ง ห้องสุขาต้องสะอาด (คิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายการจัดจ้างแรงงานดูแล)

3. มีการจัดการสาธารณสุขปลอดภัยพื้นฐานต้องคำนึงถึงขีดความสามารถขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม ขีดความสามารถรองรับทางกายภาพ (Physical carrying capacity) และขีดความสามารถ

รองรับทางสภาพแวดล้อม (Environmental carrying capacity) อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการอย่างดีและเพียงพอต่อการใช้

4. ศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี โบราณสถานต่างๆ แม้เป็นเพียงเนินดินร้าง ย่อมสะท้อนอดีตกาลที่ทรงคุณค่า ซึ่งเราสามารถศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานชุมชนโบราณได้

5. ศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงาน เพื่อนำมาใช้ก่อประโยชน์มากที่สุด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานกระแสดม พลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นต้น ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้น้ำธรรมชาติใช้ให้อย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศมากที่สุด

6. การบริหารจัดการ การบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบันต้องคำนึงถึง ISO 900 / ISO 14000 / ISO 18000 ด้วย

7. การให้การศึกษาดูงาน ฝึกอบรม การบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบันต้องคำนึงถึง ISO 900 / ISO 14000 / ISO 18000 ด้วย

8. มีการตรวจสอบผลกระทบการประเมินศักยภาพให้แหล่งท่องเที่ยวจะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียดรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับไหน หากความสมดุลระหว่างความสามารถรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนารวมทั้งนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องมีความสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับการจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการลงทุนต้นทุนของสิ่งแวดล้อมด้วย

9. การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ต้องมีการวางแผน ปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรประกอบธุรกิจจะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน การพัฒนากฎระเบียบนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องอยู่ในกรอบของกฎหมายที่บังคับใช้ต่อการรักษา

ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคแห่งโลกาภิวัตน์จะต้องอยู่ในกรอบกฎหมาย 2 ประเภท คือ กฎหมายในประเทศและกฎหมายระหว่างประเทศ

สรุปจากความหมายของทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวจะมุ่งสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอันจะเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจสังคม โดยให้การท่องเที่ยวทุกประเภทมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เดียวกันก็มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควบคู่พร้อมกันไปเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

หลักการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545)การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วยหลักการ 10 ประการ ดังนี้

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ดั้งเดิมอย่างเพียงพอ หรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้อย่างประหยัดให้คุ้มค่า โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภค ใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดการก่อของเสีย (Reducing overconsumption and waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน ใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติหากลดการใช้ไม้ลง โดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สร้างเสริมประกอบ จะเป็นการช่วยลดการตัดไม้ลงได้ เป็นต้น

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Maintain diversity) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก เช่น

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก การปีนหน้าผา หรือหมู่บ้านวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวโบราณคดีอาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัวหรือควาย เป็นต้น

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ จะต้องประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวกับแผนกลยุทธ์การพัฒนาชาติ แผนพัฒนาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. ต้องนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting local economy) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่นนั้น

6. การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local communities) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมทำงานท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวมโดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหา เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. ประชุมปรึกษากับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting stakeholders and the public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ประชุมปรึกษาทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลด

การขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การใช้ที่สาธารณะประโยชน์ การใช้น้ำดื่มเพื่อบริโภคจากแหล่งเดียวกัน การจัดการขยะ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

8.การพัฒนาบุคลากร (Training staff) การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ ให้ความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยว ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว

9.จัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Information tourism responsibly) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาด การท่องเที่ยวที่เป็นเอกสารแผ่นพับ หนังสือคู่มือวิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10.ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย (Undertaking research) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามจากผู้ใช้บริการโดยตรง จากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อความประทับใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

10. ข้อมูลพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ประวัติความเป็นมาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ 4 จังหวัด 11 อำเภอ ได้แก่ อำเภอมวกเหล็ก อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี อำเภอปากช่อง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอนาดี อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี และอำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของไทย ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2505 และได้รับสมญานามว่าเป็น "อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน"

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีเนื้อที่ปกคลุม 2,168 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบแล้ง ป่าดงดิบชื้น ป่าดิบเขา พุ่มหญ้า และป่ารุ่นหรือป่าเหล่า ป่าดงดิบชื้น ลักษณะป่าชนิดนี้เป็นป่าที่อยู่ในระดับความสูง 400-1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเล พืชพรรณมี

3,000 ชนิด,นกมี 293 ชนิดและสัตว์เลื้อยคลานด้วยนม 67 ชนิด สัตว์ป่าที่สามารถพบเห็นบ่อยได้แก่ เก้ง กวาง ตามทุ่งหญ้า นอกจากนี้ยังอาจพบช้างป่า หมูป่า หมีควาย หมูป่า ชะนี เม่น พญากระรอก หมาใน ชะมด อีเห็น กระต่ายป่า รวมทั้งเสือโคร่ง กระทิงและเลี้ยงผาซึ่งก็มีถิ่นอาศัยอยู่ที่เขาใหญ่ จากความสูงของพื้นที่และความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่าดิบ ทำให้เขาใหญ่มีอากาศเย็นสบายแม้ในฤดูร้อน โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 23 องศาเซลเซียส ฤดูหนาวราวเดือนตุลาคมถึง กุมภาพันธ์เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเขาใหญ่มากที่สุด ส่วนในช่วงฤดูฝน สภาพธรรมชาติบนเขาใหญ่ชุ่มชื้น ป่าไม้และทุ่งหญ้าเขียวขจีสดใส น้ำตกทุกแห่งมีปริมาณมาก ไหลแรงทำให้ชีวิตชีวา แก่ผู้ไปเยือน (สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ 1 ปราจีนบุรี , 2553 : ออนไลน์)

ทำการศึกษาค้นคว้าที่ 6 ดังต่อไปนี้ (ไทยตำบล ดอท คอม , 2000: ออนไลน์)

1. **อำเภอขนงพระ** พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเนินเขาเตี้ยๆ ผสมกับพื้นที่ราบ ซึ่งเป็นที่นา บางส่วน อาชีพหลัก ทำไร่ ทำนา ทำสวนอาชีพเสริม เลี้ยงสัตว์ (วัวนม เนื้อไก่ สุกร) ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ คือ องุ่นอนามัยไร้เมล็ด ข้าวเกรียบฟักทอง หมูยอใบตอง

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

สนามชนไก่โบราณชาจัดขึ้นโดยคุณแอ๊ด โอภากุล ที่จัดสนามชนไก่ทุกวันเสาร์ เพื่อส่งเสริมในผู้มีใจรักกีฬาชนพื้นเมืองซึ่งเป็นกีฬาพื้นบ้านของไทย

โบราณชา พิซซิง ปาร์คเป็นสถานที่พักผ่อนทางน้ำมีอาหารตามสั่ง คาราโอเกะ บังเกโบที่พัก และจักรยานปั่นน้ำ ซึ่งอยู่ใกล้ที่ทำการอบต.

สวนกุหลาบตั้งอยู่ที่ 171 หมู่ที่ 4 ตำบลขนงพระ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130

สวนจิ้นเงินอยู่บ้านโบราณชา หมู่ที่ 11 ต.ขนงพระ อ.ปากช่อง จ.นม ทำดอกหน้าวัว ส่งออก มีหลายพันธุ์

ล่องแก่งหินเพลิงท่องเที่ยวใน ต.ขนงพระ โดยการนำเที่ยวด้วยการล่องแพ

สวนองุ่นบ้านไร่แม่กระต่ายน้อย ตั้งอยู่ที่ 1/1 นิคมฝั่ง 18 ต.ขนงพระ แยกซ้ายจากถนนมิตรภาพ (บายพาส) ทางเข้านิคมสร้างตนเอง ต.หนองสาหร่าย รวมระยะทางจากตัวเมือง

ประมาณ 83 กิโลเมตร เป็นอู่งไร่เมล็ด พันธุ์เบลคควีน บนพื้นที่ประมาณ 5 ไร่ นักท่องเที่ยวสามารถชมและเลือกซื้ออู่งไร่ โดยการตัดจากต้นด้วยตัวเอง

2.อำเภอหนองน้ำแดงพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงสลับภูเขา ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าสงวน มีลำตะคองไหลผ่าน อาชีพหลักคือทำสวน /ทำไร่ (ไร่ข้าวโพด, ไร่อ้อย, สวนน้อยหน่า) อาชีพเสริม รวมกลุ่มแปรรูปผลไม้ เช่น ข้าวแช่เขาใหญ่, สุราแช่ (ผลิตจากข้าวและสมุนไพร), ผลไม้แช่อิ่ม เช่น มะม่วงแช่อิ่ม มะดันแช่อิ่ม มะขามแช่อิ่ม น้ำฝรั่ง น้ำตะไคร้ เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ฟาร์มโชคชัย ตั้งอยู่บนถนนมิตรภาพ-ปากช่อง กิโลเมตรที่ 159 เป็นฟาร์มโคนมที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นหนึ่งในฟาร์มที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย เปิดกิจการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในฟาร์ม ท่านจะได้เรียนรู้ตั้งแต่การผลิตน้ำนมดิบ การเลี้ยงโคนม การรีดนม และกิจกรรมสนุกสนานที่โรงคาวบอย ชมสวนสัตว์เปิด เพลิดเพลินกับการให้อาหารสัตว์และป้อนนมลูกโคน นอกจากนี้ยังมีบึงตึกแคมป์ เต็นท์ติดแอร์ที่เจาะกลุ่มผู้ที่ต้องการพักผ่อนแบบเน้นสร้างสมาธิกับสู่วิถีธรรมชาติสร้างความแตกต่างจากรีสอร์ทอื่นๆ

โรงแรมรีสอร์ทสักรูเดียนเขาใหญ่ตั้งอยู่ที่ 119 ถนนธวัช หมู่ที่ 6 ตำบลหนองน้ำแดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130 เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2540 ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 260 ไร่ ประกอบด้วยห้องพักแบบโรงแรม และแบบบ้าน รวมทั้งสิ้น 120 ห้อง ห้องพัก และส่วนประกอบต่าง ๆ ได้รับการออกแบบไว้อย่างมีรสนิยม สมกับเป็นโรงแรมระดับห้าดาวในแถบเขาใหญ่

เขาใหญ่ วนาลี ตั้งอยู่ที่ 111/1 ถนนวชิรา - เขาวง หมู่ที่ 9 ตำบลหนองน้ำแดง อำเภอปากช่อง

วาเลย์เคอร์ซาเลย์ตั้งอยู่ที่ 328 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองน้ำแดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130 ก่อตั้งเมื่อปี 2538 ทำธุรกิจที่ดินแบ่งขาย มีที่พักตากอากาศ ซึ่งเป็นบ้านตัวอย่างของลูกค้าที่ขายไปแล้วให้เช่า มีเรือนรับรอง กิ่งรีสอร์ท

กรีนพรอเวสรีสอร์ทตั้งอยู่ที่ 156/1 หมู่ที่ 6 ตำบลหนองน้ำแดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130

3.อำเภอพญาเย็นอาชีพสวนใหญ่ ทำสวน ทำไร่ อาชีพเสริม เลี้ยงโคนม
ผลิตภัณฑ์ เช่น ไวน์องุ่น น้ำองุ่น องุ่นสด

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

พริโม พอสโตตั้งอยู่บน กิโลเมตรที่ 144 เป็นแหล่งท่องเที่ยวแนววิถีชีวิตสำหรับ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขาใหญ่ มีพื้นที่ 50 ไร่ จำลองบรรยากาศและไลฟ์สไตล์กับแคว้นทัตคานี
ของอิตาลี ด้วยเสน่ห์แห่งศิลปะ สถาปัตยกรรม ในยุคเรเนซองส์ และลายล้อมด้วยพื้นที่ที่เขียวชอุ่ม
ท่ามกลางบรรยากาศแห่งขุนเขาชมสไตส์สวยงามของไร่องุ่น ให้ความรู้สึกแก่นักท่องเที่ยวเหมือนได้มา
เยือนชนบทของอิตาลี พร้อมทั้งพลาซ่าเล็กๆ ในมุมพักผ่อนอันประกอบด้วย ร้านกาแฟอิตาเลียน
สไตล์ (Café Momus) ร้านไวน์ (Divino) ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับองุ่นท่ามกลางไร่องุ่น
ร้านอาหาร โดยร้านอาหารจะเป็นสไตล์แบบ Home made หรือที่เรียกกันในอิตาลีว่า Trattoria
และที่ขาดไม่ได้คือ ร้านไอศกรีม (Dolce Vita) ร้านขายของที่ระลึก แกลเลอรี นอกจากนี้เรายังมี
สถานที่สำหรับจัดกิจกรรมจัดงานต่างๆ เพื่อให้เป็นที่พบปะสังสรรค์ ที่พักผ่อนสำหรับครอบครัว
และสามารถมาจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ ได้ เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด จัดงาน Event เปิดตัว
สินค้าต่างๆ การฉายหนังกลางแปลงในสวน คอนเสิร์ตในสวน เป็นต้น

ไร่องุ่นปากช่อง ตั้งอยู่ที่ 102 ม.5 ต. พญาเย็น เป็นไร่องุ่นพันธุ์ต่างประเทศ ไร่
เมล็ด และมีโรงงานผลิตไวน์เขาใหญ่ ซึ่งเป็นไวน์ที่มีคุณภาพเยี่ยมและราคาถูก บนพื้นที่กว่า 2,000
ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ปลูกองุ่นสำหรับผลิตไวน์ 400 ไร่ และองุ่นสำหรับรับประทานสด 100 ไร่

วัดถ้ำไตรรัตน์ตั้งอยู่ก่อนถึงตัวเมืองปากช่องระหว่างกิโลเมตรที่ 61 เลยฟาร์มโชค
ชัยประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นวัดที่มีถ้ำแก้วสารพัดนึก เมื่อปีพ.ศ.2513 พระสุทธาจารย์ (โชติ
คุณสมบุญ) ปฐมเจ้าอาวาสวัดวชิราช ได้มาพัฒนากล้าเพื่อบำเพ็ญสมณธรรม และภายในบริเวณ
วัดมีสิ่งที่น่าสนใจ คือสวนป่าที่สวยงาม และถ้ำที่น่าสนใจให้เที่ยวชมอยู่ 3 ถ้ำ คือ ถ้ำพุทธรังษี ถ้ำ
ธรรมรังษี ถ้ำสังฆรังษี โยมีค่าเข้าชมผู้ใหญ่ คนละ 40 บาท และเด็กคนละ 20 บาท มีทั้งหมด 5
โซนน่าสนใจ โซนแรกมีพระพุทธรูปสี่ทนต์สององค์ มีรัศมีเปล่งประกาย และระหว่างกลางของ
พระพุทธรูปอายุหลายร้อยปี มีหินงอกจากพื้นขึ้นสู่ด้านบนกว่า 60 ปี และรูปร่างหน้าตามีลักษณะ
เหมือนคน โซนที่ 2 ของผนังเป็นรูปมังกรเลื้อย เป็นความงดงามของธรรมชาติ สร้างสรรค์ไว้ได้
แผ่นดิน และมีต้นตะเคียนอายุหลายพันปีที่กลายเป็นเพชร โซนที่ 3 เป็น โครงกระดูกฤๅษี มีอายุ
กว่า 4000 ปี ทางกรมศิลปากรมายืนยันแล้วว่าเชื่อถือได้ ซึ่งจุดนี้เป็นบริเวณที่พระฤๅษีใช้เป็น

นอนเป็นแท่นวางกระดูกของท่าน และโซนที่ 4 ประตุมังกร เป็นเหมือนซุ้มรูปปากมังกรให้นักท่องเที่ยวได้ลอดเพื่อความเป็นสิริมงคล ด้วยการลูบเขี้ยวและลูบไซมังกร และในโซนที่ 5 เป็นโรงหนังธรรมแห่งแรกของโลกที่สร้างขึ้นในถ้ำ และที่นี่เปิดอบรมธรรมให้เด็กนักเรียนเป็นประจำด้วย

4.อำเภอโป่งตาลองพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบสูง ที่ราบเอียง ลอนคลื่น มีภูเขาอยู่ทางด้านเหนือของตำบล ทางด้านใต้เป็นเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารสายต่างๆ ที่ผ่านตำบล เช่น คลองปูน คลองปอหนู อาชีพหลัก ทำไร่ ทำสวน อาชีพเสริม ทำขนมคุกกี้น้ำพริกเผา

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

วัดถ้ำสระน้ำใส วัดโป่งตาลอง วัดหนองจอก วัดหนองคุ่ม วัดหนองซ่อม วัดถ้ำศิลาทอง วัดมอตะเคียน อยู่ในละแวกเดียวกัน ต.โป่งตาลอง

วัดมกุฏกษัตริยาราม ตั้งอยู่ที่ ต.โป่งตาลอง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา วัดนี้ได้ก่อตั้งโดยสมเด็จพระพุทธชินวงศ์ เจ้าอาวาสวัดมกุฏกษัตริยาราม ก่อตั้งสำนักปฏิบัติธรรม "มกุฏกษัตริยาราม" เมื่อปลายปี พ.ศ. 2531 บนพื้นที่ประมาณ 1,200 ไร่

5.อำเภอห้วยสีพันพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงเขา อาชีพหลัก ทำสวน ทำไร่ อาชีพหลัก ทำสวนทำไร่

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

पालิโอ สถานที่ในเขาใหญ่ที่กำลัง HIP คือ Palio หรือ ปาลิโอ ตั้งอยู่บนถนนถนนระดัตรี หลักกิโลเมตรที่ 17 ติดกับโรงแรมจุลดิศ เขาใหญ่ รีสอร์ท แอนด์ สปา สัมผัส Palio เขาใหญ่ในบรรยากาศอิตาลี อาคารถูกออกแบบให้เป็นกลุ่มอาคารถนนคนเดิน หรือสถาปัตยกรรมยุโรปโบราณแนวอิตาลีเลียนสไตล์ที่รายล้อม คำว่า Palio เป็นภาษาอิตาลี หมายถึง "รางวัล" มีร้านเล็ก ๆ เป็นแนวลดหลั่นเรียงกันมากมาย มีสินค้าแทบจะทุกประเภท ตั้งแต่ของแต่งบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่น, เครื่องประดับ, เครื่องเสียง, งานดีไซน์ต่าง ๆ, ธนาคาร, ร้านขายของที่ระลึก, พืชผักปลอดสารพิษ ร้านไวน์ Coffee Shop, Pub & Restaurant, Bakery ร้านเสริมสวย Spa ร้านขายยา ร้านขายหนังสือ ศูนย์อาหาร ร้าน IT ฯลฯ โดยแต่ละร้านจะได้รับการออกแบบให้มีสไตล์ และเอกลักษณ์ส่วนตัว และมีความกลมกลืนเข้ากับภูมิทัศน์ล้อมรอบที่ดำรงความเป็นธรรมชาติของเขา

ใหญ่ มีพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สวนหย่อม น้ำพุ ลานอเนกประสงค์สำหรับจัดการแสดงหรือดนตรี ห้องแสดงสินค้า และยังมีห้องพักรับรองนักท่องเที่ยว เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-22.00 น.

จุดดิศเขาใหญ่รีสอร์ทแอนด์สปา ตั้งอยู่ห่างจากอุทยานฯ เขาใหญ่ เพียง 5 กม. บนถนนธนรัชต์ ต.หมูสี นอกจากนี้สถานที่ตั้งของโรงแรมยังอยู่ในจุดที่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อาทิเช่น ฟาร์มโชคชัย ไร่องามสมบูรณ์ ไร่ช่องวินเนอร์รี่ บ่อน้ำพุธรรมชาติ ไร่ช่องต่างๆ สถานที่ท่องเที่ยวของ อ.มวกเหล็ก อาทิเช่น น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ฟุ้งดอกทานตะวัน นั่งเล่นชมธรรมชาติหรือออกกำลังกายกับการล่องเรือแคนู ซี่มา เทนนิส เปตอง ซี่จักรยานชมสวน และส่องสัตว์ เป็นกิจกรรมที่ประทับใจที่มีไว้รองรับนักท่องเที่ยว

บ่อน้ำพุธรรมชาติ ที่ ต.หมูสี อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในเขตอำเภอปากช่องหรือเรียกว่าน้ำพุเป็นตาน้ำที่มีน้ำพุออกมาโดยธรรมชาติ ลักษณะของน้ำจะใสมาก และไหลอยู่ตลอดเวลา ถ้าเป็นช่วงหน้าฝนก็จะมีน้ำมากกว่าปกติ

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สภาพทั่วๆ ไปของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นพื้นที่ด้านตะวันตกของเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งสูงโดดเด่นขึ้นมาจากที่ราบภาคกลางแล้วก่อตัวเป็นแนวเขตของที่ราบสูงโคราช มีเขาร่วมเป็นยอดเขาที่สูงที่สุด 1,351 เมตร เขาแหลมสูง 1,326 เมตร เขาเขียวสูง 1,292 เมตร เขาสามยอดสูง 1,142 เมตร เขาฟ้าผ่าสูง 1,078 เมตร เขากำแพงสูง 875 เมตร เขาสมอปูนสูง 805 เมตร และเขาแก้วสูง 802 เมตร ซึ่งวัดความสูงจากระดับน้ำทะเลเป็นเกณฑ์ และยังประกอบด้วยทุ่งกว้างสลับกับป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ด้านทิศเหนือและตะวันออกพื้นที่จะลาดลงทางทิศใต้และตะวันตกเป็นที่สูงชันไปเรื่อยๆ

สัตว์ป่าที่สามารถพบได้บ่อยๆ และตามโอกาสอำนวย ได้แก่ เก้ง กวาง ตามทุ่งหญ้าทั่วๆ ไป นอกจากนี้ยังพบ เสือโคร่ง กระทิง เลียงผา หมู เม่น ชะนี พญากระรอก หมาไม่ ชะมด อีเห็น กระต่ายป่า นกชนิดต่างๆ จำนวน 250 ชนิด จากจำนวนไม่น้อยกว่า 340 ชนิด ที่สำรวจพบอาศัยอยู่บริเวณป่าเขาใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งหาอาหารและที่อาศัยอย่างถาวร นกที่น่าสนใจและพบเห็นได้บ่อย ได้แก่ นกเงือก นกขุนทอง นกขุนแผน นกพญาไฟ นกแต้วแล้ว นกโพระดก นกแซงแซว นกเขา นกกระปูด ไก่ฟ้า และนกกินแมลงชนิดต่างๆ นกเงือกทั้ง 4 ชนิด ซึ่งได้แก่ นกกก นกเงือกกรามช้าง นกแก๊ก และนกเงือกสีน้ำตาล ที่พบบนเขาใหญ่นับว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็น

อย่างดี เพราะพบเห็นได้ทั่วไป พวกแมลงที่มีมากกว่า 5,000 ชนิด ที่สวยงามและพบเห็นบ่อยได้แก่ ผีเสื้อ มีรายงานพบกว่า 216 ชนิด

6.อำเภอกลางดงสภาพทั่วไปเป็นพื้นที่ราบสูงมีภูเขาสูงต่ำสลับกับพื้นที่ราบ ทำให้พื้นดินมีแร่ธาตุมากสามารถปลูกพืชยืนต้น และปลูกพืชไม้เมืองหนาวได้เพราะสภาพภูมิอากาศไม่ร้อนจัดในฤดูร้อนฝนตกชุกและในฤดูหนาวอากาศจะหนาวจัด

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ตลาดผลไม้ตั้งอยู่บริเวณริมถนนทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) จะมีผลไม้ชนิดต่างๆวางขายในราคาถูก โดยเน้นผลไม้ตามฤดูกาล สามารถเลือกซื้อเป็นของฝากได้ทั้งปี

วัดเทพพิทักษ์ปุณณารามตั้งอยู่บริเวณเขาสี่เสียดอ้า หมู่บ้านกลางดง ทางฝั่งขวาของถนนทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) วัดนี้มีพระพุทธรูปปางสมาธิสีขาว ขนาดใหญ่ชื่อว่า "พระพุทธสลีสีมามงคล" ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า "หลวงพ่อขาว" ขนาดหน้าตักกว้าง 27.25 เมตร สูง 45 เมตร สร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก บันไดทั้งหมดมี 1,250 ขั้น

ไร่องุ่นสุพรรณไร่องุ่นสุพรรณ อยู่ที่ 59/2 ม. 2 ต.กลางดง บนถนนมิตรภาพ แยกซ้ายไปประมาณ 800 เมตร บนพื้นที่ 20 ไร่ เป็นองุ่นมีเมล็ดและไร้เมล็ดมีผลิตภัณฑ์จากองุ่น เช่น กะหรี่ปั๊พอองุ่นและองุ่นตัดสดจำหน่ายตลอดทั้งปี นอกจากนี้ยังมีกิ่งพันธุ์องุ่นจำหน่าย ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการปลูกองุ่น

ตลาดน้ำศิลปะกลางดง ตั้งอยู่ที่ตำบลกลางดง เป็นตลาดน้ำแนวความคิดศิลปะในป่าเขากลางดง โดยนำศิลปะมาจัดตกแต่งสวน ร้านค้าแนว English Garden Style ทำให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวก่อประกบบรรยากาศโรแมนติก ภายในจัดสวนและมีร้านค้า ที่อยู่ในแนวความคิดศิลปะ มีร้านอาหารและศิลปะแนว Folk Art

ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ) อยู่ในเขตตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง ตั้งอยู่บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 155 ริมถนนมิตรภาพ ศูนย์วิจัยแห่งนี้แต่เดิมคือ "ธนะฟาร์ม" ซึ่งเป็นของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2508 ได้มอบให้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยฯ นี้ รับผิดชอบงานวิจัย งานฝึกอบรมและเผยแพร่วิชาการ เทคโนโลยีการเกษตร ผลิตผลข้าวโพดหวานของที่นี่จะทยอยปลูกในแปลงทั้งปี และมีจำหน่ายให้ผู้ที่ผ่านมาบริเวณด้านหน้าฟาร์ม นอกจากนี้ยังปลูกข้าวโพดไร่เพื่อไปผลิตอาหารสัตว์ มีแปลง

ผลิตเมล็ดพันธุ์ฯ และถั่วเหลือง ที่ทัศนโนไร่สวยงามมากเป็นบรรยากาศของทุ่งข้าวโพด อยู่กลางหุบเขาและเคยใช้เป็นฉากถ่ายละครหลายเรื่อง

การเดินทาง

โดยรถยนต์ ใช้เวลาประมาณ 3 ชม. โดยเริ่มจาก

1.ถนนพหลโยธินผ่าน รังสิต-สระบุรี เลี้ยวขวาอีกครั้งหนึ่งตรงทางแยกก่อนถึง อ.ปากช่อง บริเวณ กมที่ 58 เข้าสู่ถนนธนะรัตน์ผ่านด่านเขาใหญ่มุ่งตรงสู่ที่ทำการอุทยานฯ ซึ่งเป็นทางขึ้นเขารวมทั้งสิ้นประมาณ 190 กม.

2.ถนนพหลโยธินเลี้ยวขวาบริเวณรังสิตเข้าทางหลวงหมายเลข 305 เข้านครนายกแล้วเปลี่ยนไปใช้ทางหลวงหมายเลข 33 ถึงสี่แยกเนินหอม (วงเวียนนเรศวร) เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนปราจีนเขาใหญ่

โดยรถโดยสารประจำทาง เส้นทางที่ 2 ขึ้นโดยสารรถประจำทาง กรุงเทพมหานคร - ปราจีนบุรี มาลงที่แยกวงเวียนนเรศวร (แยกเข้า จ.ปราจีนบุรี) ขึ้นรถโดยสารหรือเหมารถมอเตอร์ไซด์ ที่แยกนี้ ลงที่ด่านเนินหอม (ด่านเก็บค่าธรรมเนียมอุทยานฯ)

โดยรถไฟ ขึ้นรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ ลงที่สถานี อ.ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา แล้วต่อรถสองแถวที่ตลาด อ.ปากช่อง - อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ลงที่ด่านเก็บค่าธรรมเนียมอุทยานฯ แล้วโดยสารต่อขึ้นไปทำการอุทยานฯ

โดยเครื่องบิน มีสายการบินขนาดเล็ก 32 ที่นั่ง Happy Air บินตรงจาก นครราชสีมา - เชียงใหม่, นครราชสีมา - กรุงเทพมหานคร และ นครราชสีมา - ภูเก็ต

รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรินทร์ หลวงนา, อารี หลวงนา, สุจิตรา สืบบุญการณ และ ธิดา ไซติพันธ์ (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในเขตจังหวัดอีสานใต้ พบว่าด้านการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้มีการพัฒนาด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจ เพิ่มจำนวนบุคลากรทางการท่องเที่ยว พัฒนาความสามารถในด้านการถ่ายทอดความรู้ เสริมทักษะและความ สามารถให้แก่บุคลากร ส่วนด้านการฝึกอบรมยังมีน้อยรวมทั้งขาดการฝึกการใช้ภาษาในการสื่อสารและขาดวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงาน รูปแบบการ

พัฒนาบุคลากร จะทำในรูปแบบกลุ่ม ได้แก่ฝึกอบรม การฝึกประสบการณ์ และการฝึกนอกสถานที่ ส่วนการเรียนรายบุคคลได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์

นันทนา แหวนนาค นันทนา แหวนนาค, ประทุมมาลัย พวงโต และสิริกานต์ ธีญวงษ์พันธ์ (2551) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นกรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยมาก การจัดการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีลักษณะการจัดการแบบการสั่งการจากบนลงสู่ล่าง ทำให้ชุมชนไม่มีส่วนร่วมเนื่องจากทางภาครัฐไม่ได้คำนึงถึงผลกำไรจากการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะหน่วยงานภาครัฐนั้นทำหน้าที่ เป็นผู้ดูแล รับผิดชอบในการทำนุบำรุง ดูแลรักษา ไว้เพียงอย่างเดียว มีนโยบายเพียงในด้านของการอนุรักษ์เพื่อรักษาไว้ให้คงอยู่เป็นสมบัติของชาติต่อไป

วรรณิ ศิริมานะพงษ์ (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายใต้จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาความคิดเห็นจากแบบสอบถามของบุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว และประชาชน ที่มีต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรปราการคือ เป็นแหล่งรองรับการขยายตัวของสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นศูนย์กลาง Logistics เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมหลักของชาติ ตลอดจนพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพแพทย์แผนไทยและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้เป็นเมืองน่าอยู่ สะอาด มีความปลอดภัย ประชากรมีรายได้ดี

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่าศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอขาดการบริหารจัดการที่ดี โดยปัญหาที่พบคือการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง

บุปผา วงษ์พันธุ์ทา (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า 1.) ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหัวหิน มีความเป็นไปได้สูงในเรื่องคุณค่าทาง วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และความดึงดูดใจ ส่วนคุณค่าทางหาดทราย และน้ำทะเล ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความปลอดภัยอยู่ในระดับปาน กลาง 2.) แนวทางส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายนอก เช่น การตลาด สื่อประชาสัมพันธ์ และนโยบายของอำเภอหัวหินที่ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกำหนด นโยบายการรองรับการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง การให้การศึกษอบรม และสร้างความเข้าใจกับชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นโยบายที่มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และคนใน ท้องถิ่น ส่วนความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาควรมุ่งเน้นในรูปแบบสำหรับระบบนิเวศแบบ เจริญสงบมากที่สุด

รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

วิจัย ซีไอซี (CIC Research, 1995 อ้างถึงใน อารีย์ มัยงพงษ์ ,2542) เครือข่าย การวิจัยที่ดำเนินงานด้านการสำรวจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวประจำเดือนได้ทำการสำรวจความ ต้องการและการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเดือนพฤษภาคม ปี 1995 ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 900 คน พบว่า 79 เปอร์เซ็นต์เห็นความสำคัญในการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันอีก 92 เปอร์เซ็นต์ มีความสนใจในการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อสำรวจการท่องเที่ยวของตนเอง

โจเซฟ อี ไบวา (Joseph E, Mbaiwa, 2004) ได้ทำวิจัยเรื่อง The Sociocultural Impacts of Tourism Development in the Okavango Delta, Botswana ในช่วงระหว่างปี 1998-2004 พบว่า การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อชุมชนในด้านสังคมและ วัฒนธรรม ผลด้านบวกได้แก่ มีการกระจายรายได้และมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น โครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น เช่นมีการสร้างท่าอากาศยาน ถนน โรงแรม การ ไทโรคมนาคม รวมถึงการปรับปรุงด้านบริการทางสังคม เช่น เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย ส่วนผลในทาง ลบได้แก่ มีการแลกเปลี่ยนและคุกคามทางวัฒนธรรม การทำลายโครงสร้างพื้นฐานของครอบครัว เกิดปัญหาอาชญากรรม โสเภณี การแต่งการตามแบบชาวตะวันตก ภาษาแสดง

อี วานดา จอร์น และ โดแนล จี เรล (E. Wanda George; & Donald G. Reld, 2005) ได้ศึกษาเรื่อง The Power of Tourism: A Metamorphosis of Community Culture ในประเทศแคนาดา พบว่า การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนของวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดของชุมชน การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีบางอย่างเพื่อรองรับการท่องเที่ยวส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการพัฒนาแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นหายไป แล้วสร้างวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ขึ้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยขาดความเคารพในธรรมเนียมปฏิบัติเดิมและคุณค่าของชุมชนเป็นสิ่งที่ไม่สมควร การจะหยุดการทำลายทางวัฒนธรรมดังกล่าวจะต้องมีการวางแผนการจัดการอย่างรอบคอบ

ชอย และ ชู (Choi and Chu, 2001) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ชี้ให้เกิดความพึงพอใจนักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมฮ่องกง ได้ใช้องค์ประกอบของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมของฮ่องกง จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยรองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเข้าพัก และช่วยให้โรงแรมในฮ่องกงได้ทราบถึงจุดที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากและน้อย เพื่อให้โรงแรมสามารถทุ่มเทงบประมาณพัฒนาและสร้างความเป็นเลิศในปัจจัยเหล่านี้ได้ถูกต้องตามสัดส่วนของความสำคัญ นักวิจัยทั้งคู่ได้ค้นพบว่า 5 ปัจจัยที่มีผลสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมคือ คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพของห้องพัก ความคุ้มค่าเงิน คุณภาพของอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัย และสรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพของห้องพัก ความคุ้มค่าเงิน เป็นสามปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ โดยความพึงพอใจระดับสูงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทั้งสามนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีกับโรงแรม

เบเกอร์และครอมตัน (Baker and Crompton, 2000) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและพฤติกรรม ความตั้งใจในทางบวกสูงทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวนกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจ

ให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่น่าจดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยเหลือสถานที่ที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้ตลอดจนการบอกเล่าต่อกันในสิ่งที่ดี รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่างๆ ในการมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชนจะได้รับการสนับสนุนมากขึ้น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้สถิติผู้เยี่ยมชมเยือนในปี 2553 จำนวน 793,419 คน เป็นฐานในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (สำนักงานอุทยานแห่งชาติ, 2553 : ออนไลน์)

2. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้สถิติจำนวนประชากรทั้ง 6 ตำบล จำนวน 49,875 คน (ไทยตำบล ดอท คอม , 2000 : ออนไลน์) ใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบภาคเอกชน 7 คน ผู้นำชุมชน 1 คน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 2 คน รวมเป็น 10 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในช่วงเดือนธันวาคมพ.ศ.2553 และเดือนมกราคมพ.ศ. 2554 จำนวน 793,419 คน(ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่, 2553) คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเขาใหญ่ เป็นฐานในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (Department of National Park) ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane ระดับความเชื่อมั่น 95%โดยกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ตามสูตร(พิชิต ฤทธิ์จรูญ,2549)

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{793,419}{1 + 793,419(0.05)^2} \\ &= 399.79 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้สถิติจำนวนประชากรทั้ง 6 ตำบล จำนวน 49,875 คน (ไทยตำบล ดอทคอม, 2000 : ออนไลน์) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้มีประสบการณ์การจัดการด้านการท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการบริการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน 1 คน ภาครัฐ 2 คน ภาคเอกชน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พร้อมกับมีการหาคุณภาพประกอบด้วยลักษณะคำถาม มีทั้งปลายเปิด (Open End) และปลายปิด (Close End) ดังต่อไปนี้

1. **แบบสอบถาม (Questionnaire)** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ สถานภาพ อาชีพ ภูมิลำเนา การศึกษา

ตอนที่ 2 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ประเภทของกลุ่มการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทาง แหล่งข้อมูลที่ได้รับ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง เป็นต้น

ตอนที่ 3 : ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตรวัดความคิดเห็นตามแบบของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 : เป็นการสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2. **แบบสัมภาษณ์ (Interview)** เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นคำถามกึ่งมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามจากการศึกษาเอกสาร

ตำราที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปของพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ เนื้อหาสาระ และความคิดรวบยอดที่สำคัญ อันจะนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือต่อไป

คำถามของแบบสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ของที่ระลึก การเดินทาง ธุรกิจท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยมุ่งศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบความตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านเป็นผู้ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยใช้แบบ IOC จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่วิจัยมากขึ้น

2. นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิไปทดสอบเก็บข้อมูลกับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาคุณภาพโดยรวม คือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.947

3. แจกแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงและทดสอบเรียบร้อยแล้วกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่โดยใช้สูตรคำนวณของยามาเน่ (Yamane, 1964) ในการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ระหว่างเดือนธันวาคม 2553-เดือนมกราคม 2554

4. นำแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในรูปแบบตารางและความเรียง

5. นำผลที่ได้จากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาใช้เป็นแนวทางสำหรับการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างกับหน่วยงานและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ในหัวข้อความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

6. นำข้อมูลทั้งในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มาสรุปผลและอภิปรายผล นำมาสรุปเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หลังจากนั้นจึงจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์ แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1961)

4.ทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน ได้แก่ เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการทดสอบค่า “ที” (t-test)

5.ทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ รายได้และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ด้วยการทดสอบค่า “เอฟ” (F-test) ถ้าผลการทดสอบค่า “เอฟ” (F-test) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดระดับความคิดเห็น ตามแบบของ ลิเคอร์ท (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมากที่สุด
- 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาก
- 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการปานกลาง
- 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการน้อย
- 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น

การหาความกว้างของอันตรภาคชั้น มีสูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังต่อไปนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = 0.8$$

การหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยการกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น ความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละชั้นเท่ากับ 0.8

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการน้อยที่สุด



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศึกษาความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านความต้องการขององค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จะทำการศึกษาโดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และจะทำการสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 10 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางและอธิบายเป็นความเรียง

\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ : ปากช่อง – ทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ : ปากช่อง – ทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
- ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

- ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านการเดินทาง
- ด้านที่พัก
- ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม
- ด้านของที่ระลึก
- ด้านธุรกิจนำเที่ยว

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็น เกี่ยวกับ ความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ : ปากช่อง – ทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ รายได้และอาชีพ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวทาง ในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 10 คน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่ 1-7

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	152	38.0
หญิง	248	62.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
25 ปี หรือต่ำกว่า	138	34.5
25-39 ปี	239	59.8
40-54 ปี	22	5.5
55-65 ปี	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 25-39 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคืออายุ 25 ปีหรือต่ำกว่า มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	350	87.5
สมรส	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	0.8
มัธยมศึกษา	48	12.0
ปริญญาตรี	254	63.5
สูงกว่าปริญญาตรี	93	23.2
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับภูมิลำเนา

ระดับภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	31	7.8
ภาคใต้	13	3.2
ภาคตะวันออก	31	7.8
ภาคตะวันตก	3	0.8
ภาคกลาง	290	72.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ระดับอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	75	18.8
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	55	13.8
พนักงานบริษัทเอกชน	215	53.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	47	11.8
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5	1.2
อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	84	21.0
10,000-20,000 บาท	156	39.0
20,001-30,000 บาท	82	20.5
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	78	19.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมगत่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่: ปากช่อง- ทางเข้าสู่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
ผู้วิจัยนำข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่ 8-16

ตารางที่ 8 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	335	83.8
4-6 ครั้ง	44	11.0
มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป	21	5.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 1-3 ครั้งในรอบ 1 ปี จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ที่เคยเดินทางมา	320	33.54
หนังสือพิมพ์ – นิตยสาร	176	18.45
บริษัทนำเที่ยว	40	4.19
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	57	5.97
อินเทอร์เน็ต	140	14.68
โบรชัวร์/สื่อสิ่งพิมพ์	99	10.38
งานนิทรรศการ	30	3.14
รายการโทรทัศน์/วิทยุ	57	5.98
อื่นๆ	35	3.67
รวม	954	100.0

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการเดินทาง
มาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จาก เพื่อน/ผู้ที่เคยเดินทางมา จำนวน 320 คน คิดเป็น
ร้อยละ 33.54

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน	204	25.69
สัมผัสธรรมชาติ	251	31.61
ศึกษาหาความรู้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	86	10.83
กิจกรรมผจญภัย	33	4.16
การถ่ายภาพ	81	10.20
กีฬานันทนาการ	60	7.56
จัดกิจกรรมต่างๆ	21	2.64
เทศกาล/งานประเพณี	40	5.04
อื่นๆ	18	2.27
รวม	794	100.0

จากตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อ สัมผัส
ธรรมชาติ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 31.61

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ต่อคน)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000บาท	181	45.2
3,001-10,000บาท	206	51.5
10,001-20,000 บาท	10	2.5
มากกว่า 20,000 บาท	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ต่อคนอยู่ในช่วง 3,001-10,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางโดยรถทัวร์	24	6.0
เดินทางโดยรถตู้	53	13.2
เดินทางโดยรถยนต์เช่า	31	7.8
เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล	286	71.5
เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว	6	1.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 286 คนคิดเป็นร้อยละ 71.5

ตารางที่ 13 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับท่านในการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับท่านในการท่องเที่ยวพื้นที่ โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
มากับครอบครัว	118	29.5
มากับญาติ	35	8.8
มากับบริษัทนำเที่ยว	5	1.2
มากับเพื่อน	202	50.5
มากับเพื่อนร่วมงาน	40	10.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 202
คน คิดเป็นร้อยละ 50.5

ตารางที่ 14 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม ความประสงค์ใดในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ความประสงค์ใดในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
ทางธรรมชาติ (น้ำตก, ภูเขา, สวนงู่น เป็นต้น)	315	44.37
ทางการผจญภัย (ปีนผา, ไรยตัว, ยิงธนู, เล่นท์บอล เป็นต้น)	112	15.77
ทางการเกษตร (ฟาร์มโชคชัย, สวนงู่นกรานดัมมอนเต้, ไร่ข้าวโพด สุวรรณ เป็นต้น)	68	9.58
ทางเทศกาล/งานประเพณี (เทศกาลบอลลูนานานาชาติ, เทศกาล มหกรรมดนตรี, ประเพณีเก็บเกี่ยวผลงู่น)	74	10.42
สิ่งก่อสร้างเชิงนันทนาการ อื่นๆ เช่น Palio, Primo Posto, Outlet Village, Dairy Home เป็นต้น	141	19.86
รวม	710	100.0

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความประสงค์ที่จะ
เดินทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก, ภูเขา, สวนงู่น เป็นต้น จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อย
ละ 44.37

ตารางที่ 15 จำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม สถานที่พักผ่อนแบบใดในการใช้บริการที่พักพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

สถานที่พักผ่อนแบบใดในการใช้บริการที่พักพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม/รีสอร์ท	230	57.5
โฮมสเตย์	16	4.0
เต็นท์พักผ่อน	92	23.0
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	12	3.0
ที่พักหน่วยงานราชการ	1	0.2
บ้านพักอุทยานแห่งชาติ	49	12.2
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พักโรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 230
คน คิดเป็นร้อยละ 57.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	283	20.57
การเดินทางสะดวก	274	19.91
มีกิจกรรมหลากหลาย	186	13.52
ได้รับส่วนลดพิเศษ	98	7.12
มีที่พักหลากหลายสไตล์	100	7.27
มีบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	15	1.09
มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง	47	3.42
มีชื่อเสียงเป็นมรดกโลก	27	1.96
ใกล้กรุงเทพฯ	125	9.08
อากาศดี มีโอโซนมาก	143	10.39
อื่นๆ	78	5.67
รวม	1376	100.0

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่
โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เนื่องจากมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ จำนวน 283 คนคิดเป็น
ร้อยละ 20.57

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ : ปากช่อง – ทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามดังตารางที่ 17-23

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

ความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
จุดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.747	มากที่สุด
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.681	มาก
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.09	0.704	มาก
บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.744	มาก
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.789	มาก
ความเป็นมิตร และอัธยาศัยของคนในพื้นที่	3.98	0.890	มาก
รวม	4.09	0.461	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า ความต้องการจุดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นมิตรและอัธยาศัยของคนในพื้นที่ มีความต้องการอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว

ความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเช่น ปีนเขา, ปั่นจักรยาน, การโรยตัว, ลูกดิ่งขนาดยักษ์, พายเรือคายัค และเส้นทางATV เป็นต้น	3.95	0.894	มาก
การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา แก่ง	3.90	0.796	มาก
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ไร่่องุ่น สวนกุหลาบ	3.66	0.882	มาก
การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน	3.82	0.890	มาก
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.77	0.834	มาก
การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ	3.65	0.834	มาก
รวม	3.79	0.522	มาก

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความต้องการ พบว่า ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเช่น ปีนเขา, ปั่นจักรยาน, การโรยตัว, ลูกดิ่งขนาดยักษ์, พายเรือคายัค และเส้นทางATV เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านที่พัก

ความต้องการด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
ที่พักตั้งอยู่ในทำเล ที่สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรืออยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	3.76	0.859	มาก
ได้รับความสะดวกสบายจากที่พัก เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน	3.89	0.842	มาก
ราคาที่พักที่มีความเหมาะสมกับราคา	4.10	0.798	มาก
ได้รับความสะดวกในการจอง โดยผ่านช่องทางในการจองที่หลากหลาย	3.98	0.821	มาก
การส่งเสริมการขายจากที่พัก เช่น มีการลดราคาของที่พัก	3.93	0.868	มาก
ความปลอดภัยของพื้นที่ภายในหรือโดยรอบบริเวณที่พัก	4.06	0.807	มาก
รวม	3.95	0.600	มาก

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านที่พัก อยู่ในระดับมาก ทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า ความต้องการเกี่ยวกับราคาที่พักที่มีความเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านการเดินทาง

ความต้องการด้านการเดินทาง	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
รถสาธารณะมีปริมาณมากพอต่อความต้องการเดินทางในตัวจังหวัด เช่น รถสามล้อ รถสองแถว รถรับจ้าง	3.65	0.913	มาก
มีรถเชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอ หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีเส้นทางรถประจำไว้บริการรับส่ง	3.73	0.945	มาก
ความชัดเจนของป้ายบอกทางและข้อมูลต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.78	0.918	มาก
สภาพถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.85	0.890	มาก
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.97	0.856	มาก
รวม	3.80	0.656	มาก

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (โดยสารโดยรถส่วนตัว) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกลจากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.833	มาก
ความหลากหลายของรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม หรือเมนูหลากหลายรูปแบบให้เลือก	3.86	0.852	มาก
การนำเสนอของร้านอาหาร เช่น ความเป็นร้านอาหารอีสาน	3.81	0.793	มาก
อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เช่น มีความอร่อย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความสดใหม่	3.94	0.827	มาก
อาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาเหมาะสม	3.84	0.875	มาก
การส่งเสริมการขายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม	3.84	0.852	มาก
บรรยากาศร้านที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม	3.96	0.834	มาก
รวม	3.90	0.634	มาก

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก ทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกลจากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านของที่
ระดับ

ความต้องการด้านของที่ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย	3.70	0.841	มาก
ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.88	0.834	มาก
ผู้ขายสามารถอธิบายรายละเอียดสินค้า มีเรื่องราว	3.65	0.845	มาก
ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	3.78	0.872	มาก
ร้านมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อการซื้อ	3.70	0.829	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจก แถม เป็นต้น	3.62	0.904	มาก
รวม	3.72	0.634	มาก

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านของที่ระดับ อยู่ในระดับมาก ทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกลจากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว

ความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย	3.90	0.848	มาก
ไกด์นำเที่ยวที่มีคุณภาพ ใส่ใจรายละเอียดด้านการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.77	0.849	มาก
ได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทนำเที่ยว	4.02	0.778	มาก
ราคาหรือโปรแกรมที่มีความเหมาะสม	3.86	0.833	มาก
บริษัทนำเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้	3.91	0.839	มาก
บริการมีคุณภาพ มีความปลอดภัย	3.90	0.842	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคมเปญพิเศษ เป็นต้น	3.91	0.830	มาก
รวม	3.90	0.639	มาก

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ทั้งโดยภาพรวมและรายละเอียด เมื่อพิจารณารายละเอียดของความ ต้องการ พบว่า การได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการเปรียบเทียบ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ รายได้และอาชีพ

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามเพศ ด้วยค่าที่

ความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งดึงดูดใจ	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
จุดเด่นและความสวยงามของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.16	0.793	4.24	0.717	-0.955	0.340
ความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.09	0.630	4.18	0.709	-1.350	0.178
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.684	4.12	0.715	-1.034	0.302
บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.11	0.751	4.16	0.741	-0.645	0.519
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.95	0.779	3.96	0.796	-0.201	0.841
ความเป็นมิตร และอัธยาศัยของคน ในพื้นที่	3.99	0.826	3.96	0.928	0.324	0.746
รวม	4.06	0.427	4.10	0.483	-0.966	0.335

p>0.05

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=148)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเช่น ปีนเขา, บันจายรยาน, การโรยตัว, ลูกดิ่งขนาดยักษ์, พายเรือคายัค และเส้นทาง ATV เป็นต้น	3.90	0.919	3.99	0.879	-0.940	0.348
การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขาแก่ง	3.88	0.712	3.91	0.844	-0.442	0.659
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ไร่่องุ่น สวนกุหลาบ	3.76	0.853	3.59	0.895	1.808	0.071
การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน	3.86	0.916	3.79	0.875	0.708	0.480
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.77	0.818	3.77	0.845	0.042	0.967
การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ	3.73	0.853	3.59	0.819	1.604	0.110
รวม	3.81	0.515	3.77	0.528	0.764	0.445

p>0.05

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านประเภทของการท่องเที่ยว ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านที่พัก จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านที่พัก	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ที่พักตั้งอยู่ในทำเล ที่สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรืออยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	3.83	0.779	3.72	0.904	1.256	0.210
ได้รับความสะดวกสบายจากที่พัก เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน	3.85	0.844	3.92	0.842	-0.768	0.443
ราคาที่พักที่มีความเหมาะสมกับราคา	4.05	0.783	4.13	0.806	-1.059	0.290
ได้รับความสะดวกในการจอง โดยผ่านช่องทางในการจองที่หลากหลาย	3.95	0.796	4.00	0.837	-0.574	0.566
การส่งเสริมการขายจากที่พัก เช่น มีการลดราคาของที่พัก	3.91	0.833	3.94	0.891	-0.353	0.724
ความปลอดภัยของพื้นที่ภายในหรือโดยรอบบริเวณที่พัก	4.09	0.731	4.04	0.851	0.671	0.502
รวม	3.95	0.560	3.96	0.625	-0.191	0.849

p>0.05

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านที่พัก ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านการเดินทาง จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านการเดินทาง	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
รถสาธารณะมีปริมาณมากพอต่อ ความต้องการเดินทางในตัวจังหวัด เช่น รถสามล้อ รถสองแถว รถ รับจ้าง	3.64	0.925	3.66	0.908	-0.246	0.806
มีรถเชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอ หรือ สถานที่ท่องเที่ยวเด่นๆ โดยมี เส้นทางรถประจำไว้บริการรับส่ง	3.72	0.943	3.74	0.948	-0.146	0.844
ความชัดเจนของป้ายบอกทางและ ข้อมูลต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.74	0.850	3.81	0.958	-0.666	0.506
สภาพถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.87	0.851	3.84	0.915	0.280	0.780
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (โดยสารโดยรถส่วนตัว)	3.89	0.870	4.01	0.846	-1.332	0.184
รวม	3.77	0.668	3.81	0.649	-0.568	0.570

p>0.05

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านการเดินทาง ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกล จากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.846	4.04	0.826	-0.517	0.606
ความหลากหลายของรสชาติอาหาร และเครื่องดื่ม หรือเมนูหลากหลาย รูปแบบให้เลือก	3.85	0.852	3.87	0.853	-0.254	0.800
การนำเสนอของร้านอาหาร เช่น ความ เป็นร้านอาหารอีสาน	3.77	0.793	3.84	0.794	-0.844	0.399
อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เช่น มี ความอร่อย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มี ความสดใหม่	3.92	0.785	3.96	0.853	-0.453	0.651
อาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาเหมาะสม	3.86	0.854	3.83	0.890	0.390	0.697
การส่งเสริมการขายของรายการอาหาร และเครื่องดื่ม	3.80	0.856	3.87	0.850	-0.807	0.420
บรรยากาศร้านที่มีความกลมกลืนกับ สิ่งแวดล้อม	3.89	0.782	4.00	0.863	-1.226	0.221
รวม	3.87	0.636	3.92	0.633	-0.689	0.491

p>0.05

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านของที่ระลึก จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านของที่ระลึก	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย	3.68	0.750	3.71	0.894	-0.258	0.797
ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น	3.86	0.755	3.90	0.880	-0.402	0.688
ผู้ชายสามารถอธิบายรายละเอียดสินค้า มีเรื่องราว	3.66	0.806	3.65	0.869	0.100	0.920
ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	3.73	0.891	3.81	0.860	-0.848	0.397
ร้านมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อ การซื้อ	3.78	0.771	3.65	0.860	1.610	0.108
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจก แกรม เป็นต้น	3.64	0.865	3.61	0.928	0.271	0.787
รวม	3.73	0.592	3.72	0.660	0.094	0.926

$p > 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว	เพศชาย (n=152)		เพศหญิง (n=248)		t	ระดับ นัยสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย	3.92	0.791	3.89	0.887	0.355	0.723
ไกด์นำเที่ยวที่มีคุณภาพ ใส่ใจรายละเอียด	3.81	0.756	3.75	0.908	0.641	0.522
ด้านการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว						
ได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทนำเที่ยว	4.07	0.736	3.98	0.807	0.956	0.340
ราคาหรือโปรแกรมที่มีความเหมาะสม	3.78	0.807	3.91	0.849	-1.323	0.187
บริษัทนำเที่ยวที่น่าเชื่อถือ ไว้ใจได้	3.87	0.798	3.93	0.867	-0.643	0.520
บริการมีคุณภาพ มีความปลอดภัย	3.80	0.817	3.97	0.854	-1.751	0.081
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคมเปญ	3.85	0.808	3.95	0.844	-1.046	0.296
แพคเกจ เป็นต้น						
รวม	3.88	0.627	3.91	0.649	-0.477	0.634

$p > 0.05$

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ด้านองค์ประกอบ การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	F	P				
	1	2	3	4						
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.			\bar{x}	S.D.		
ด้านแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูดใจ	4.15	0.471	4.09	0.408	4.09	0.463	4.01	0.548	1.174	0.319
ด้านประเภทของ การท่องเที่ยว	3.80	0.490	3.82	0.497	3.82	0.515	3.69	0.607	1.257	0.289
ด้านที่พัก	4.00	0.563	3.88	0.588	4.02	0.603	3.96	0.658	1.251	0.291
ด้านการเดินทาง	3.84	0.670	3.78	0.633	3.90	0.663	3.67	0.668	2.992*	0.014
ด้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.94	0.638	3.93	0.595	3.96	0.709	3.73	0.602	2.958*	0.017
ด้านของที่ระลึก	3.69	0.610	3.74	0.648	3.76	0.605	3.67	0.669	0.426	0.734
ด้านธุรกิจ ท่องเที่ยว	4.01	0.652	3.91	0.628	3.95	0.589	3.72	0.676	2.723*	0.046
รวม	4.00	0.428	3.89	0.443	3.93	0.515	3.76	0.519	2.786*	0.041

*p<0.05

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านธุรกิจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการ
องค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ					
ระหว่างกลุ่ม	0.754	3	0.251	1.174	0.319
ภายในกลุ่ม	84.742	396	0.214		
รวม	85.496	399			
ด้านประเภทของการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.029	3	0.343	1.257	0.289
ภายในกลุ่ม	108.079	396	0.273		
รวม	109.109	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	1.351	3	0.450	1.251	0.291
ภายในกลุ่ม	142.524	396	0.360		
รวม	143.875	399			
ด้านการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	2.349	3	0.783	2.992*	0.014
ภายในกลุ่ม	169.289	396	0.427		
รวม	171.637	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
ระหว่างกลุ่ม	2.811	3	0.937	2.958*	0.017
ภายในกลุ่ม	157.351	396	0.397		
รวม	160.162	399			
ด้านของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	0.517	3	0.172	0.426	0.734
ภายในกลุ่ม	160.060	396	0.404		
รวม	160.577	399			

*p<0.05

จากตารางที่ 32 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้าน
องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านธุรกิจท่องเที่ยว
ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงได้

ทำการทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ดังได้เสนอผลตามตารางที่ 33-35

ตารางที่ 33 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	— X	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	มากกว่า
		หรือเท่ากับ 10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
		3.84	3.78	3.90	3.67
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.84	-	0.060	-0.057	0.174
10,001-20,000 บาท	3.78		-	-0.117	0.114
20,001-30,000 บาท	3.90			-	0.231*
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	3.67				-

*p<0.05

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง เป็นรายคู่ของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	— X	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	มากกว่า
		หรือเท่ากับ 10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
		3.94	3.93	3.96	3.73
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.94	-	.00576	-.01937	.20814*
10,001-20,000 บาท	3.93		-	-.02513	.20238*
20,001-30,000 บาท	3.96			-	.22751*
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	3.73				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง เป็นรายคู่ของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างกับ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มรายได้เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	— X	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	มากกว่า
		หรือเท่ากับ 10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
		4.01	3.91	3.95	3.72
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.01	-	.09837	.05449	.28890*
10,001-20,000 บาท	3.91		-	-.04388	.19053*
20,001-30,000 บาท	3.95			-	.23441*
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	3.72				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นรายคู่ของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างกับ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการด้าน องค์ประกอบการท่องเที่ยว	นักเรียน / นักศึกษา		รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท เอกชน		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย		แม่บ้าน / พ่อบ้าน		อาชีพอื่นๆ		F	P
	1		2		3		4		5		6			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูดใจ	4.11	0.47	4.03	0.41	4.07	0.45	4.14	0.57	4.20	0.41	4.61	0.09	1.251	0.285
ด้านประเภทของการ ท่องเที่ยว	3.77	0.51	3.69	0.49	3.78	0.52	3.97	0.53	3.40	0.61	4.22	0.48	2.595*	0.025
ด้านที่พัก	3.97	0.56	3.94	0.50	3.96	0.61	3.94	0.75	3.60	0.48	4.11	0.25	0.406	0.845
ด้านการเดินทาง	3.84	0.66	3.72	0.32	3.81	0.66	3.79	0.69	3.48	0.84	3.80	0.53	0.467	0.801
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.91	0.67	3.85	0.61	3.93	0.61	3.88	0.66	3.23	0.75	3.23	0.75	1.281	0.271
ด้านของที่ระลึก	3.70	0.64	3.66	0.57	3.75	0.64	3.73	0.59	3.13	1.23	4.06	0.42	1.274	0.274
ด้านธุรกิจท่องเที่ยว	4.05	0.71	3.72	0.66	3.92	0.59	3.85	0.60	3.21	1.12	4.36	0.30	2.617*	0.025
รวม	3.97	0.45	3.78	0.45	3.91	0.46	3.88	0.55	3.41	0.76	4.13	0.11	1.761	0.121

*p<0.05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ตอบแบบสำรวจ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านประเภทของการท่องเที่ยว และด้านธุรกิจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการ
ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ					
ระหว่างกลุ่ม	1.336	5	0.267	1.251	0.285
ภายในกลุ่ม	84.160	394	0.214		
รวม	85.496	399			
ด้านประเภทของการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.478	5	0.696	2.595*	0.025
ภายในกลุ่ม	105.631	394	0.268		
รวม	109.109	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	0.737	5	0.147	0.406	0.845
ภายในกลุ่ม	143.138	394	0.363		
รวม	143.875	399			
ด้านการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	1.012	5	0.202	0.467	0.801
ภายในกลุ่ม	170.626	394	0.433		
รวม	171.638	399			
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
ระหว่างกลุ่ม	2.562	5	0.512	1.281	0.271
ภายในกลุ่ม	157.600	394	0.400		
รวม	160.162	399			
ด้านของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	2.554	5	0.511	1.274	0.274
ภายในกลุ่ม	158.023	394	0.401		
รวม	160.577	399			
ด้านธุรกิจท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	5.215	5	1.043	2.617*	0.025
ภายในกลุ่ม	124.370	312	0.399		
รวม	129.585	317			

*p<0.05

จากตารางที่ 37 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านประเภทของการท่องเที่ยว และด้านธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังได้เสนอผลตามตารางที่ 38-39



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านประเภทของการท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่างกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{x}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อาชีพ อื่นๆ
		3.77	3.69	3.78	3.97	3.40	4.22
นักเรียน / นักศึกษา	3.77	-	0.083	-0.013	-0.201*	0.371	-0.451
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.69		-	-0.097	-0.284*	0.288	-0.534
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.78			-	-0.187*	0.385	-0.438
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.97				-	0.572*	-0.251
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	3.40					-	-0.822*
อาชีพอื่นๆ	4.22						-

*p<0.05

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านประเภทของการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกกลุ่มอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มนักเรียน /นักศึกษา กลุ่มรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ กลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้านและกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้านมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 39 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวต่าง กลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{x}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อาชีพ อื่นๆ
		4.05	3.72	3.92	3.85	3.21	4.36
นักเรียน / นักศึกษา	4.05	-	0.334*	0.132	0.205	0.837*	-0.306
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.72		-	-0.201	-0.129	0.503	-0.640
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.92			-	0.073	0.704*	-0.438
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.85				-	0.632	-0.511
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	3.21					-	-1.143*
อาชีพอื่นๆ	4.36						-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นรายคู่ของความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกกลุ่มอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ กลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้านมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

**ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยาน
แห่งชาติเขาใหญ่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยาน
แห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 10 คน**

ผู้ให้สัมภาษณ์คนแรก(ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเขาใหญ่-ปากช่อง)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ได้กล่าวถึงจุดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมายังพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ เนื่องจาก เขาใหญ่มีอุทยานแห่งชาติ ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการท่องเที่ยว มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ พืชพรรณ สัตว์ป่า น้ำตก ภูเขา ฯลฯ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และด้วยความมีชื่อเสียงของเขาใหญ่ ที่เป็นมรดกโลกแหล่งที่ 5 ของไทยและเป็นอันดับที่ 2 ของมรดกทางธรรมชาติไทย จึงทำให้นักท่องเที่ยวพากันมาเยี่ยมเยือน ประกอบกับอากาศบริสุทธิ์ หนาวเย็น สบายตลอดทั้งปี ทำให้ได้ชื่อว่าเป็น “ปอดใหญ่ของโลก” จึงแนะนำให้มีการปลูกฝั่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขาใหญ่ทั้งที่ขึ้นไปบนอุทยานหรือบริเวณด้านล่าง ให้นักท่องเที่ยวรู้จักรักษาสิ่งแวดล้อม รู้จักทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่า และให้ชุมชนเข้าใจบ้านเกิดของตน แหล่งทรัพยากร ช่วยกันดูแลและแจ้งนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทรัพยากรมีอยู่ต่อไป และทำให้เกิดความยั่งยืนได้

ด้านมลภาวะ เขาใหญ่มีการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยเน้นในเรื่องสำคัญเกี่ยวกับมลภาวะจากขยะ ไม่ได้มีการจัดการเรื่องของระบบการกำจัดของเสียที่ดี เนื่องจากมีกองขยะกองใหญ่ที่ถูกทิ้งทับถมกันไปเรื่อย รอกการฝังกลบแต่การกำจัดไม่ทันส่งผลให้มีกลิ่นเหม็นและทำลายทัศนียภาพ รวมทั้งส่งกลิ่นรบกวนสัตว์ป่าอีกด้วย โดยผู้ให้สัมภาษณ์เน้นเรื่องของการปลูกฝั่งจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวป่าและบริเวณพื้นที่โดยรอบ ให้ร่วมกันอนุรักษ์ ต่อต้านการทำลายป่า และช่วยกันลดภาวะโลกร้อน เก็บเศษขยะและทิ้งในที่จัดแยกไว้ เพื่อไม่ให้เกิดมลภาวะที่ตามมาภายหลัง โดยเริ่มจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ให้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การรักษาและตระหนักถึงการดูแลรักษาความสะอาดเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตาม เนื่องจากเจ้าหน้าที่อาจมีไม่เพียงพอในการช่วยดูแล อีกทั้งระบบการกำจัดยังไม่มีควมทันสมัยและเพียงพอในการกำจัดขยะที่เพิ่มขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งทางชุมชนควรจะคอยเป็นหูเป็นตาช่วยกันสอดส่องดูแลพื้นที่โดยรอบร่วมกัน

ด้านการคมนาคม ได้กล่าวถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวมาโดยรถส่วนตัว เพราะไม่มีรถสาธารณะในพื้นที่รองรับ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัวเข้ามา ไม่สามารถเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวได้เอง หากนักท่องเที่ยวต้องการให้ไปรับหรือไปส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่น อาจมีการคิดค่าบริการที่เพิ่มขึ้น จึงไม่เป็นการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ควรจะมีรถที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวมากขึ้น มีรถบริการที่สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุดได้ หรืออาจมีบริการจักรยานไว้บริการแต่ละจุดท่องเที่ยวเพื่อลดภาวะโลกร้อนไปด้วย และควรมีการกำหนดราคาและควบคุมราคาและคุณภาพเหมารรถบริการให้มีความเหมาะสม ในขณะที่เดียวกันเรื่องของป้ายบอกทางไม่มีความชัดเจนในเรื่องของระยะทาง กิโลเมตร บางจุดไกลกว่าสถานที่ท่องเที่ยว แต่กลับมีป้ายบอกทางปักก่อนถึงไกลจนเกินไป หรือบางป้ายโดนเบียดจากป้ายอื่นๆ ไม่มีความเป็นระเบียบของป้ายบอกทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนในการเดินทาง และควรมีเรื่องของจุดที่พักรถให้นักท่องเที่ยว ในกรณีรถเสีย อาจจะมีตู้ฉุกเฉินโทรแจ้งเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง หรือจุดให้บริการนักท่องเที่ยวโดยมีไฟส่องสว่างเวลากลางคืน และมีเจ้าหน้าที่แวะตรวจตราจุดต่างๆ มีการทำสัญลักษณ์ในจุดที่มีความอันตราย เช่น โค้งหักศอก ที่ชุมชน เป็นต้น เช่นอาจมีป้ายเหลือง หรือขาวติดเป็นแนวยาวเพื่อความชัดเจน มีการทำป้ายกวดปู่มก่อนข้ามถนนในสถานที่ชุมชน เป็นต้น

ด้านสถานประกอบการที่พัก มีความเห็นว่า ควรมีเครือข่ายช่วยเหลือกันในแง่ของเศรษฐกิจ ควรเป็นไปในแนวทางสนับสนุน มีไมตรีจิตต่อกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นและเกิดเศรษฐกิจยั่งยืนต่อไป เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานที่พักจำนวนมากทั้งใหญ่และเล็ก และมีความแตกต่างกันในด้านของรูปแบบที่พักมากขึ้น มีความหลากหลายของสถานที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท กางเต็นท์ บ้านไร่ บ้านพักอุทยาน แค้มป์ ฟาร์ม โฮมสเตย์ เป็นต้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในทุกเพศ ทุกวัย สถานที่พักขนาดใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อจัดอบรม สัมมนา เป็นหลัก ในส่วนที่ที่พักขนาดเล็กสามารถรองรับกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน คู่สมรส เป็นต้น จึงให้คำแนะนำเรื่องของการประสานเครือข่ายซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวและต่อผู้ประกอบการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น หากลูกค้าต้องการมาทำกิจกรรมผจญภัยและพักโรงแรม 5 ดาว แต่เนื่องจากบางสถานที่อาจไม่มีรองรับทั้ง 2 อย่าง จึงอาจเชื่อมโยงกันโดยจัดกิจกรรมที่ลูกค้าต้องการในช่วงกลางวัน ณ สถานที่ที่รองรับกิจกรรมดังกล่าวและนำเข้าพักโรงแรม 5 ดาวอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยทางผู้ประกอบการเอง มีการจัดประชุมภาคีกันระหว่างกิจการ มีการส่งต่อลูกค้าตามส่วนที่ลูกค้าต้องการ โดยอาจมีการจัดโปรโมชั่น หรือให้ข้อมูลสถานที่ที่ลูกค้าต้องการในส่วนของตัวเอง ศักยภาพ

ทั้งหมด โดยทางสมาคมหรือภาครัฐมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มสมาชิกให้มากขึ้นและมีความต่อเนื่อง

ด้านบุคลากร มีความเห็นว่า ขาดบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากบุคลากรมักเป็นคนในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งเป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น อาชีพเดิมคือการทำสวน ทำให้จึงไม่มีความรู้ในเรื่องของการให้บริการและความเอาใจใส่ลูกค้า และไม่มีความเข้าใจการบริการพื้นฐานจึงทำให้การฝึกอบรมหรือการให้มาตรฐานการให้บริการจากทางเจ้าของหรือผู้ประกอบการค่อนข้างทำได้ยาก โดยเฉพาะหากมีการฝึกอบรมกันเอง ไม่ได้มีหน่วยงานอบรมหรือภาคส่วนการอบรมเข้ามาเกี่ยวข้องในการฝึกฝน ทำให้บุคลากรไม่มีความยำเกรง และไม่มีความละเอียดและยังไม่มีส่วนใดเข้ามาปรับปรุง พัฒนาในเรื่องของการให้ความรู้พื้นฐานบุคลากรในการให้บริการ

ด้านประเภทของการท่องเที่ยว มีความเห็นว่า เศรษฐกิจชาติได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจาก เขาใหญ่มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี มีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ป่าไม้ ส่องสัตว์ เป็นต้น ทำให้เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้สึกสบายและร่มรื่นในการมาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว การได้สูดอากาศสดชื่นเต็มปอดให้กับร่างกาย นับว่าเป็นสิ่งที่ดีต่อชีวิต มีการรณรงค์เกี่ยวกับการลดโลกร้อน โดยเริ่มจากสถานประกอบการ มีการขอความร่วมมือในการลดโลกร้อน การทิ้งขยะให้เป็นที่ ช่วยกันปิดไฟวันละดวง กับกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้าง โครงการมีการดำเนินอยู่ในบางส่วน แต่ไม่มีความชัดเจนเท่าไร มีเส้นทางจักรยานให้กับนักท่องเที่ยว เฉพาะภายในบริเวณที่พัก

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่สอง (เจ้าของกิจการ เนเชอรัล รีทรีต รีสอร์ท)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ กล่าวว่า พื้นที่โดยรอบเขาใหญ่เป็นพื้นที่ที่วิถีชาวบ้านมีการทำการเกษตรกันมายาวนาน มีการทำนา เลี้ยงสัตว์ ฟาร์ม ทำไร่ นา สวน ผสม และนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำนา ไร่ มัน ลำปะลั้ว ไร่ ข้าวโพด ไร่ อ้อย เลี้ยงสัตว์เช่น หมู ไก่ เพื่ออุตสาหกรรมเกษตรภายในจังหวัด มีฟาร์มโชคชัย ซึ่งเป็นฟาร์มโคนมใหญ่ที่สุดในเอเชีย และยังมีฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค ซึ่งออกไปไม่ไกลมาก เป็นฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโค ยังเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกด้วย หรือแม้แต่ไร่ อุ่น ก็มีอยู่มากในพื้นที่ เช่น ไร่ อุ่น ไวน์ เนอรัล ที่มีการปลูกและมีผลิตภัณฑ์จากองุ่น มีการสาธิต และบอกความเป็นมาของรายละเอียด และนักท่องเที่ยวสามารถรับชมความเพลิดเพลินจาก

ทิวทัศน์ไร่องุ่น ผู้ให้สัมภาษณ์จึงมีความเห็นว่า ควรมีการส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้มากขึ้น ด้วยการที่มีทรัพยากรอันอุดมสมบูรณ์ ประกอบกับวิถีชาวบ้านที่มีความชำนาญ เกี่ยวกับการเกษตร จึงควรมีการสนับสนุนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร การชมแปลงผัก สาธิต การเกษตร เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมชาติและมีความผูกพันกับธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว ก็มีอยู่ในพื้นที่อยู่แล้ว เช่น ไร่องุ่นสุพรรณ ไร่องุ่นกรานมอนเต้ ไร่องุ่นปากช่อง ไร่ทองสมบูรณ์คลับ หรือฟาร์มโชคชัย ก็ตามหรืออาจเป็นแปลงผักของชาวบ้าน ที่มีเจ้าหน้าที่หรือผู้นำตำบล หมู่บ้านคอยแนะนำให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปลูก การดูแล เพื่อให้เป็นการส่งเสริมอาชีพและมีความยั่งยืนของพื้นที่อีกด้วย และการท่องเที่ยวดังกล่าว ยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชน จึงเห็นว่าควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวให้มากขึ้น

ด้านคมนาคม ให้ความเห็นเกี่ยวกับ การขยายถนนตรอกซอยที่สามารถเชื่อมต่อไปยังจุดต่างๆ กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นว่า การขยายถนนเส้นหลักอาจไม่เป็นผลมากนัก เพราะการขยายถนนเส้นหลักเป็นการรองรับเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์จึงมีความเห็นว่า การกระจายตัวจากเส้นหลักเข้าถึงถนนเส้นรอง อาจเป็นทางที่ดีกว่า และนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางต่างๆ เปิดโอกาสให้เกิดการท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเดินทางตามความสะดวก อีกทั้งผู้ประกอบการจะกระจายตัวออกจากถนนเส้นหลัก ไม่ต้องกระจุกตัวในพื้นที่เดียวกัน โดยมีการจัดทำป้ายบอกทางให้เป็นระเบียบ มีการสื่อความหมายชัดเจน และมีการทำถนนให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

ด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ ควรมีส่วนข้อมูลหรือจัดตั้งอาคารเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีคอมพิวเตอร์ในการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ต่างๆ ในจังหวัด และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติมในด้านข้อมูลท่องเที่ยว มีข้อปฏิบัติควรทำและไม่ควรทำในเขตพื้นที่อุทยานเพื่อความปลอดภัยกับตัวนักท่องเที่ยวเอง ผู้สื่อข่าวและแหล่งข่าวควรมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่จัดทำขึ้นในลักษณะของเอกสาร แผ่นพับ ป้ายให้ข้อมูล หรือข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ควรมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ตารางการเดินทาง การเข้าชมสถานที่ ทั้งนี้ควรมีการกระจายไปสู่นักท่องเที่ยวให้ได้รับสื่ออย่างสะดวก

ด้านสินค้าที่ระลึก ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากเขาใหญ่ไม่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง มีคนจากหลายกลุ่มมารวมกันทำให้ไม่มีวัฒนธรรมของตน จึงไม่เกิดสินค้าที่เป็น

ตัวแทนได้อย่างชัดเจน จึงควรเน้นเรื่องของผลิตภัณฑ์ OTOP ในด้านของผักปลอดสารพิษและผลไม้ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนใกล้เคียง เช่น ชาวบ้านในพื้นที่ที่สามารถนำผัก ผลไม้ของตนมาวางขาย เป็นการสนับสนุนชาวบ้าน ชาวนาโดยตรง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และนักท่องเที่ยวยังได้สินค้าที่มีความสด ราคายุติธรรม และได้พบเห็นวิถีชีวิตชุมชนหรือวิถีชีวิตชาวบ้านอย่างแท้จริงอีกด้วย เห็นว่าควรมีหน่วยงานที่มาให้ความรู้ชุมชนในการแปรรูปสินค้าให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP 1 หมู่บ้าน 1 ตำบลหรือพื้นที่เดียวกันปลูกอย่างเดียวกันเพื่อสร้างเป็นชุมชนเข้มแข็ง และเกิดความยั่งยืนต่อไป

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่สาม (เจ้าของกิจการ เขาใหญ่ฟ้าใส รีสอร์ท)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านสิ่งแวดล้อม เบื้องต้นควรให้การศึกษากับคนในพื้นที่เพื่อให้ได้มีความรู้เรื่องทรัพยากร ปลูกฝังให้รักธรรมชาติ ไม่ใช่ทำลายธรรมชาติเนื่องจากธรรมชาติเป็นบ้านเป็นแหล่งกำเนิด ถ้าใช้อย่างไม่รักษาก็จะหมดไปในที่สุด ควรให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้าใจการอนุรักษ์ ต้องรู้จักรักษา ทำอะไรถูก ทำอะไรผิด ควรมีการให้ความรู้ประชากรท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเพื่อให้รู้จักรักษา และไม่ทำลายธรรมชาติชุมชนกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเน้นเยาวชนเป็นจุดยืนในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับตัวชุมชน ควรจัดให้ความรู้กับเยาวชนเพื่อให้เยาวชนใช้ความรู้ที่ได้ประกอบกับทรัพยากรที่มีอยู่โดยรอบเพื่อเป็นจุดเด่นของชุมชน รวมทั้งควรปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้เยาวชนไปด้วย เนื่องจากกลุ่มนายทุนเข้ามามาก ลดจำนวนของพื้นที่ป่าไม้ มีการรุกรานของผู้หาผลประโยชน์ส่วนตัว โดย 2 กลุ่ม

1.กลุ่มชาวบ้านท้องถิ่น ให้ความเห็นเกี่ยวกับ ชุมชนเดิมรู้ว่าพื้นที่นี้เป็นบ้าน แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับ อาชีพเดิมคือ การหาของป่า ล่าสัตว์ ตัดต้นไม้ ปศุสัตว์ ปลูกพืชไร่ เนื่องจากอาชีพเดิมจะมีการรุกรานค่อนข้างมาก กลางคืนจะได้ยินเสียงปืนเนื่องจากมีผู้ลักลอบสัตว์และจับไม่คอยได้ จึงควรปลูกฝังจิตสำนึกในรุ่นเยาวชน ให้รู้ถึงความสำคัญของป่าไม้ เนื่องจากรุ่นที่มีอายุแล้วค่อนข้างเป็นไปได้อย่าง

2.กลุ่มนายทุน ลักลอบตัดไม้ ที่มาซื้อแปลงที่ติดกับที่ดินพื้นที่อุทยาน หาประโยชน์อุทยานมาใช้ประโยชน์ส่วนตัว มีการตัดป่าให้กลายเป็นพื้นที่เรียบและหากรอนานหลาย 10 ปี สามารถยึดเป็นพื้นที่ได้ ชุมชนควรไปแจ้งเจ้าหน้าที่ป่าไม้

ด้านมลภาวะ ให้ความเห็นว่าควรมีวิธีกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพกว่าเดิม เนื่องจากเป็นมลภาวะและทำลายทัศนียภาพ รวมทั้งชื่อเสียงของความเป็นมรดกโลก ซึ่งอาจทำให้ถูก

ถอดถอนได้ ควรมีการ Reduce Reuse Recycle เพื่อเป็นขั้นต้นในการปลูกจิตสำนึกและคัดแยกขยะก่อนนำไปกำจัดตามขั้นตอน โดยสถานประกอบการควรร่วมมือกันในส่วนหนึ่งของโครงการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับนักท่องเที่ยวทำตามรวมทั้งให้ความรู้พื้นฐานกับชาวบ้านพื้นที่โดยรอบเกี่ยวกับมลภาวะที่ส่งผลเสียต่อชุมชน

ด้านสิ่งแวดล้อม มีความเห็นว่า ควรมีมาตรการให้กับผู้ประกอบการและบ้านพักหรือชุมชนพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการกำหนดพื้นที่ต่อการปลูกต้นไม้เพื่อคืนความชุ่มชื้นให้กับเขาใหญ่ เนื่องจากการที่พื้นที่โดยรอบอยู่ได้เพราะเขาใหญ่มีความชุ่มชื้น มีความอุดมสมบูรณ์ในตัว แต่เมื่อการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดการลดลงของทรัพยากรและความชุ่มชื้นจากธรรมชาติ การรुक้าของการประกอบต่างๆ เริ่มขยายพื้นที่เข้าไปใกล้อุทยานมากขึ้น ทำให้ความชุ่มชื้นของป่าลดลง จึงเสนอว่า ควรมีการปลูกต้นไม้ยืนต้นตามสัดส่วนของพื้นที่ เช่นเดียวกับระบบของ SCG ที่เน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตของ SCG เอาใจใส่สิ่งแวดล้อมซึ่งมีการประมวลผลออกมาว่า กระบวนการดังกล่าว สามารถลดปริมาณขยะขวดแก้วได้เท่ากับตีกไบหยก 7 ตีก สามารถรักษาต้นไม้ได้มากพอจะปลูกบนเกาะเสม็ดได้ 2 เกาะ สามารถลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เท่ากับการดูดซับของต้นไม้ 24 ล้านต้นหรือ 3 ล้านต้นของป่าเขาเขียว เช่นเดียวกันหากว่าเราไม่มีงบประมาณลงทุนมากมายมหาศาล เพียงแค่มีมาตรการช่วยกันปลูกต้นไม้ยืนต้นตามสัดส่วนพื้นที่ถือครอง เช่น 1 บ้าน ปลูก 1 ต้น 1,000 บ้านได้ 1,000 ต้น และหากปลูกตามสัดส่วนย่อมได้มากกว่าเป็นเท่าตัว ถือเป็นการช่วยกันรักษาเขาใหญ่มีความชุ่มชื้นและเกิดความยั่งยืนต่อไป

ด้านสถานประกอบการที่พัก ได้เข้าร่วมโครงการ Green Accomodation Communities' ของไทยกรีนโฮเทล และได้รับรางวัลอยู่ในส่วนของ Silver Class เนื่องจากมีมาตรฐานที่สามารถวัดได้ตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ให้ความเห็นว่าเป็นโครงการที่ดีและควรมีความต่อเนื่อง ดูแลเป็นระยะ หรือมีหน่วยงานหรือโครงการที่รับผิดชอบโดยตรงมาตรวจเช็คความสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาระดับต่อไป

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่สี่ (หัวหน้าแผนพัฒนาองค์กร ซาโต เดอ เขาใหญ่)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านสิ่งแวดล้อม ที่ได้มีการจัดโครงการให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก เพื่อปลูกฝังการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยมีการให้นักท่องเที่ยวปลูกต้นไม้คนละต้นและสลักชื่อไว้เพื่อให้

นักท่องเที่ยวมีความผูกพันและเข้าใจสิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวสามารถแวะมาชมการเจริญเติบโตของต้นไม้ที่ปลูกไว้ และโครงการยิงกล้าไม้ ที่ผากระดาศ ซึ่งอยู่ห่างจากที่พักประมาณ 9 กิโลเมตร เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินกับนักท่องเที่ยวและได้สัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง โดยมีการเดินเข้าไปสัมผัสกับป่าไม้ด้วย มีโครงการจักรยานเพื่อสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก มีโครงการให้ความรู้เยาวชนพื้นที่โดยรอบ เช่น จัดกิจกรรมให้กับนักเรียนประถมศึกษา มาร่วมกิจกรรมลดโลกร้อน ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องธรรมชาติที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ให้ความรู้พื้นฐานในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และผลกระทบที่ตามมา

ด้านกิจกรรมลดโลกร้อน มีโครงการให้ความรู้เยาวชนพื้นที่โดยรอบ เช่น จัดกิจกรรมให้กับนักเรียนประถม (ในพื้นที่จะมีตั้งแต่ ป.1-ป.6) นำมาร่วมกิจกรรมลดโลกร้อน ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องธรรมชาติที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ให้ความรู้พื้นฐานในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบที่ตามมา กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก ว่าควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสธรรมชาติและเรียนรู้วิถีชีวิตสัตว์ป่า คือ อุทยานผากระดาศเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เปิดเป็นทางการโดยมีจุดขายคือ วัวกระทิงชื่อ มะลิ ภายในอุทยานผากระดาศมีแหล่งท่องเที่ยวหลายที่เช่น หอสองสัตว์มี 2 ที่ มีสถานที่ที่จัดจักรยานศึกษาธรรมชาติ โดยมีเจ้าหน้าที่ชมรมเพื่อนพิทักษ์ป่าดงพญาเย็นคอยแนะนำ มีการจัดตั้งชมรมเพื่อนพิทักษ์ป่าดงพญาเย็น(อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่) เพื่อให้ความรู้และปลูกฝังเรื่องของการอนุรักษ์ ให้กับเยาวชน นักเรียน นักศึกษาและกลุ่มต่างๆ

ด้านการบริการท่องเที่ยว ควรมีการจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว มีระบบอินเทอร์เน็ต เป็นศูนย์สารสนเทศ ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาค้นคว้าพร้อมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ รับรู้ข้อมูลเบื้องต้นถึงประวัติความเป็นมา แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดทำโบรชัวร์ แผนที่ GPS เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลและปรึกษา รวมทั้งอาจมีการเชื่อมโยงกับแหล่งที่พักและแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น หากลูกค้าต้องการทำกิจกรรม มีการแนะนำให้ไปจุดไต่บัน หรือหากต้องการพักโรงแรม รีสอร์ท เดีนัทพักแรม มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการเพื่อเช็คข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว ในขั้นต้น เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ แบบผจญภัย แบบเกษตร

หรือเชิงสุขภาพ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลในแต่ละจุด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในช่วงในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

ด้านพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่รอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีสถานประกอบการเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งร้านอาหาร ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง เป็นต้น ปลูกสร้างริมถนน ธรรมชาติ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า บางส่วนมีความไม่กลมกลืนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เนื่องจากก่อสร้างเป็นโครงสร้างตึก ที่บ้าง โป่งบ้าง แต่ความกลมกลืน เช่นการปลูกต้นไม้ให้กลมกลืนในพื้นที่ของตนเพื่อช่วยให้สิ่งแวดล้อมมีความร่มรื่น และไม่ขัดสายตากับธรรมชาติหรือสีที่ใช้ อาจมีความจัดจ้านไม่กลมกลืนกับสีธรรมชาติแวดล้อม เนื่องจากสถานประกอบการอาจต้องการพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยสูงสุด ความมีจุดเด่นของสถานที่ จึงไม่ได้ให้ความสำคัญเรื่องของความกลมกลืนกับธรรมชาติ และปัญหาที่พบคือที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยว เพราะพื้นที่น้อยและจำกัด ทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวต้องไปจอดรถไกลและต้องเดินมายังแหล่งท่องเที่ยว หรือจอดตามริมทางไหล่ถนนทำให้เกิดปัญหาเรื่องการจราจรติดขัด หรือการจัดงานเทศกาลต่างๆ จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก และที่จอดรถไม่เพียงพอหรือไม่อำนวยความสะดวกความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว โดยการขออนุญาตการจัดงานต่างๆ ต้องยื่นเรื่องไปยังองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อขออนุมัติการจัดงานในแต่ละครั้ง ซึ่งทางตำบลควรมีระเบียบเข้มงวดในการอนุมัติโดยดูรายละเอียดจากการขออนุมัติต่างๆ รวมถึงที่จอดรถเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมา ทั้งนี้ บางครั้งเจ้าหน้าที่ที่จะช่วยดูแลงาน อาจไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมงาน และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ด้านของฝาก มีความเห็นว่า ควรส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย เช่นชาวบ้านในตำบลที่มีแปลงผัก ทำสวนของตัวเอง ให้มีการวางขายในตำบลหรือรวมตัวกัน และจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้ได้โดยตรง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พบกับผลิตภัณฑ์ที่สด ใหม่ จากสวนหรือแปลงผักโดยตรง หรืออาจจัดตั้งสหกรณ์ตำบลขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้ และรู้จักพึ่งพาตนเองไม่ต้องพึ่งนายทุนหรือสถานประกอบการที่มาจากแหล่งอื่น เนื่องจากหากผู้ประกอบการเหล่านี้ปิดกิจการหรือมีการเปลี่ยนแปลง ชุมชนจะยังสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยอาจมีองค์กรที่สนับสนุนให้ความรู้ในเรื่องของสหกรณ์ การทำแพคเกจจิ้งแบบธรรมชาติ เช่นนำไปตอมาห่อ หรือใช้ผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น และให้ความรู้ในเรื่องของอาหารที่ถูกสุขลักษณะ อนามัย สร้างความน่าเชื่อถือและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ด้านบุคลากร เป็นบุคลากรในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อช่วยให้ชุมชนมีรายได้ ไม่ต้องเดินทางไกล ไม่ค่อยมีมาตรฐานในการทำงาน ไม่มีทักษะการให้บริการ ต้องนำมาอบรมเรื่องการให้บริการ และให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เค้าฝึกฝน แต่การควบคุมค่อนข้างยากเนื่องจากชาวบ้านไม่ค่อยเข้าใจการทำงาน หากถึงเวลาทำสวน ทำนา ก็จะกลับไปเก็บเกี่ยวพืชผล หัวมัน ข้าวโพด ละเลยหน้าที่ที่ตนทำ ถ้าวางงานของตนสำคัญกว่า จึงต้องมีการตกลงกันว่าหากต้องการหยุด จะต้องทำอย่างไร หรือให้คนอื่นมาทำงานแทนตน เนื่องจากการละหน้าที่ทำให้เกิดความสูญเสีย ต้องคอยๆให้ชาวบ้านเข้าใจหลักการการทำงานและปรับตัว ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างทำได้ยาก

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ห้า (หัวหน้าแผนพัฒนาองค์กร ลีลาวลัย วีรสอร์)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัญหาในปัจจุบัน เกี่ยวกับการติดตั้งไม่เป็นระเบียบ ไม่มีการระบุว่าติดตั้งจุดใดได้บ้าง ก็กิโลเมตร ก่อนถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นป้ายแบบใด ขนาดเท่าใด จึงทำให้เกิดปัญหาและความสับสน บางป้ายเกิดการชำรุดเสียหาย หายไป ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องป้ายบอกทางที่ชัดเจนและแน่นอนในเรื่องค่าใช้จ่ายป้าย

ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวถึง การให้ข่าวสารที่เกินความเป็นจริง เช่น สถานการณ์น้ำท่วมปากช่องบางจุดเล็กน้อย แต่ทางประชาสัมพันธ์สื่อได้แพร่กระจายภาพและเสียงออกไปมาก ทำให้ดูเกินความเป็นจริง จึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง มีการยกเลิกห้องพัก และน้อยลงในเดือนติดกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยววิตกกังวลกับข่าวที่เกินความจริง จึงอยากให้การให้ข่าวเป็นไปตามความจริงและเป็นธรรม ในเรื่องของศูนย์ข้อมูล ควรมีหน่วยงานหรือศูนย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลของเขาใหญ่และพื้นที่โดยรอบทั้งหมดกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปติดต่อ สอบถาม หรือขอใช้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อความสะดวกและได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนของการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม มีความเห็นว่า ควรมีการวางรูปแบบหรือกำหนดรูปแบบที่สิ่งปลูกสร้างเกิดขึ้นใหม่มีความกลมกลืนกับธรรมชาติโดยรอบ โดยการแทรกตัวเข้าไปกลมกลืน มิใช่เบียดเบียนหรือทำลายธรรมชาติออกไป จึงทำให้บรรยากาศธรรมชาติสูญเสียไป และควรมีแหล่งความรู้หรือให้ความบันเทิงในรูปแบบธรรมชาติเกิดขึ้น เช่น พิพิธภัณฑ์ความรู้

ต่างๆ เกี่ยวกับเขาใหญ่ทำให้เป็นการเล่าเรื่องราวสอดแทรกเข้าไป เพื่อให้เกิดอรรถรสเหมือนจริงและนักท่องเที่ยวได้ซึมซับไปในตัว

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่หก (เจ้าของธุรกิจ แดรี่โฮม)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านพื้นที่ ได้กล่าวถึง พื้นที่สาธารณะลดน้อยลง เนื่องจากมีสถานประกอบการต่างๆ เข้ามาดำเนินกิจการจำนวนมาก ทำให้มีการจับจองพื้นที่ใช้สอย และมีการรุกล้ำยั้งที่สาธารณะข้างเคียงเพื่อเป็นทรัพย์สินของตน หรือเพื่อผลประโยชน์ของตน ทำให้ความเป็นสาธารณะประโยชน์ส่วนกลางหมดไป เช่น พื้นที่กันชน ให้สัตว์ป่าเดินได้ ไกลๆ แนวเขาใหญ่หมดไป เนื่องจากคนรุกล้ำพื้นที่ ทำให้สัตว์ไม่กล้าออกมาหากิน ต้องหลบเข้าไปในป่าลึก ส่งผลกระทบให้วิถีชีวิตของสัตว์ป่าเปลี่ยนไป รวมถึงการสืบพันธุ์สัตว์ตามฤดูกาล และการให้อาหารสัตว์ทำให้สัตว์เกิดความเคยชิน และไม่ออกมาหากินเหมือนแต่ก่อน จึงเป็นจุดเริ่มต้นของวิถีชีวิตสัตว์ที่เปลี่ยนไป เกิดการล้มตายของสัตว์จากภัยมนุษย์มากขึ้น ไม่มีพื้นที่ชะลอน้ำป่าหลาก เนื่องจากกลายเป็นที่ราบในการประกอบกิจการโดยส่วนมาก

ด้านสิ่งแวดล้อม ได้กล่าวถึง เรื่องของการรักษาต้นน้ำเพื่อปลายน้ำจะได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เป็นความเห็นที่เน้นในเรื่องของการอนุรักษ์ ดูแลรักษาประโยชน์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดสังคมยั่งยืนและเป็นสุข เนื่องจากเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญถึง 5 สาย ได้แก่แม่น้ำปราจีนบุรี และแม่น้ำนครนายก อยู่ในพื้นที่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งมีความสำคัญต่อการเกษตรกรรมและระบบทางเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาคนี้ แม่น้ำทั้ง 2 สายนี้มาบรรจบกันที่จังหวัดฉะเชิงเทรากลายเป็นแม่น้ำบางปะกงแล้วไหลลงสู่อ่าวไทย แม่น้ำลำตะคองและแม่น้ำพระเพลิงอยู่ในพื้นที่ทางทิศเหนือไหลไปหล่อเลี้ยงพื้นที่เกษตรกรรมของที่ราบสูงโคราชไปบรรจบกับแม่น้ำมูลซึ่งเป็นแหล่งน้ำสำคัญของภาคอีสานตอนล่างไหลลงสู่ม่าน้ำโขง ห้วยมวกเหล็กอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ มีปริมาณน้ำไหลตลอดทั้งปีและให้ประโยชน์ทางการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกสัตว์ของภูมิภาคนี้ไหลลงสู่ม่าน้ำป่าสักที่อำเภอมวกเหล็ก

ด้านการสิ่งอำนวยความสะดวก ได้กล่าวถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งไฟฟ้า น้ำประปา ถนน มลภาวะ การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ว่าการจัดการโครงสร้างพื้นฐานไม่ค่อยพบปัญหาเนื่องจากหากแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้น หรือสถานประกอบการก่อตั้งขึ้น การไฟฟ้าจะดำเนินการจ่ายไฟให้กับสถานประกอบการ รวมทั้งน้ำประปาในเส้นหลักไม่

ค่อยมีปัญหาใดๆ เรื่องการคมนาคมเช่นเดียวกัน ไม่พบปัญหาใดๆ แต่พบเรื่องของขยะที่ทำให้ก่อมลภาวะ เป็นปัญหาสำคัญที่ควรจัดการ เนื่องจากมีขยะจำนวนมาก ส่งกลิ่นเน่าเหม็น ระบบกำจัดไม่สามารถรองรับขยะในแต่ละวัน จึงทำให้เกิดการทับถมรอการกำจัด มีผลกระทบต่อสัตว์ที่ได้รับกลิ่นโชย กระทบต่ออาคารบ้านเรือนละแวกนั้น และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ อันขึ้นชื่อว่าเป็นมรดกโลก ในด้านการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ควรมีการจัดตั้งศูนย์การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ

ควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต และศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนไว้บริการนักท่องเที่ยว ด้านข้อมูลท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยว สถานที่ให้บริการต่างๆ รวมทั้งมีการปรับปรุงข้อมูล แก้ไข ให้ทันสมัยตลอดเวลา รวมทั้งมีการเพิ่มข้อมูลความรู้ ประวัติ ความเป็นมาที่เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจให้กับคนในชุมชนได้เข้าไปเรียนรู้และมีการส่งเสริมเรื่องการเป็นมัคคุเทศน์ท้องถิ่น คอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแรงผลักดันให้เกิดการตระหนัก รักชุมชน และเป็นการสร้างงานให้กับชุมชนอีกด้วย ในด้านของห้องน้ำสาธารณะ ค่อนข้างมีจำนวนน้อยเนื่องจากสถานประกอบการธุรกิจโดยมากเป็นของภาคเอกชน

แทบจะไม่มีห้องน้ำสาธารณะให้กับนักท่องเที่ยว ยกเว้นนักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการสถานที่ต่างๆ หรือเมื่อนักท่องเที่ยวขึ้นไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ก็จะมีไว้บริการ ส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าห้องน้ำสาธารณะเป็นสิ่งพื้นฐานจำเป็นของนักท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่เจ็ด (เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ข้อมูล อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่)
ผลการสัมภาษณ์

ด้านสิ่งแวดล้อม ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับ การเกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติ มีการลักลอบตัดไม้ ถางป่า เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่ดูแลไม่เพียงพอ และงบประมาณสำหรับเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าไม่เพียงพอ ในการซื้ออุปกรณ์จำเป็นและเครื่องดำรงชีพ จะมีการเกิดไฟป่าและการจัดลำดับพื้นที่เสี่ยงภัยต่อการเกิดไฟป่าสูง 1 ใน 27 จังหวัดคือนครราชสีมา เนื่องจากแต่ก่อนป่าในเขาใหญ่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์มีความชื้นของป่าอยู่มาก แต่ในปัจจุบันลดน้อยลงเนื่องจากมีการบุกรุก ลักลอบตัดต้นไม้อยู่ประจำ โดยเฉพาะในฤดูแล้งหากต้นไม้ลดลงมากจะทำให้เกิดการเสี่ยงไฟป่าสูงขึ้น เนื่องจากเกิดภาวะโลกร้อนขึ้น มีผลทำให้อากาศแปรปรวน ทำให้เกิดหมอกควันไฟคลุมพื้นที่ โดยได้มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยระวัง มีชุดลาดตระเวน ดูแลป้องกันการบุกรุก

รุก จึงให้ความเห็นว่าควรรู้กับชาวบ้านและคนในชุมชน ช่วยกันไถ่ไร่ร้าง และให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและทราบถึงผลของการตัดไม้ทำลายป่า โดยต้องขอความร่วมมือจากทางภาคเอกชน องค์กร ประชาชนให้ร่วมมือกับทางภาครัฐในการลดภาวะโลกร้อนด้วย เช่น ลดการใช้สิ่งที่ทำให้เป็นมลภาวะโลกร้อน ช่วยกันประหยัดพลังงาน และรับอาสาสมัครช่วยป้องกันไฟป่า และช่วยกันไถ่ไร่ร้าง คอยแจ้งเหตุจากการผิด้สังเกตเห็นกับทางเจ้าหน้าที่ เพื่อรีบประสานงานก่อนจะเกิดเหตุเสี่ยงภัย

ด้านการศึกษา ควรมีการเน้นการศึกษาเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างจริงจัง อาจมีการเพิ่มหลักสูตรการเรียน เน้นให้มีหลักสูตรหลักในเรื่องของประวัติความเป็นมาของเขาใหญ่ เพื่อปลูกฝังให้เยาวชนเรียนรู้ รับรู้และเข้าใจเขาใหญ่ให้มากขึ้น และมีการสอดแทรกเรื่องของการอนุรักษ์ธรรมชาติ ผืนป่า สัตว์ป่า เข้าไปอย่างจริงจัง โดยมีการจัดกิจกรรมเป็นภาคปฏิบัติ เพื่อให้เยาวชนมีกิจกรรมที่ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ไม่ใช่เรียนแต่ในภาคทฤษฎีจะทำให้เยาวชนไม่เข้าใจ และไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเท่าที่ควร อีกทั้งควรปลูกฝังเรื่องการลดโลกร้อน มีกิจกรรมที่ร่วมกับทางอุทยานแห่งชาติ เช่น จัดกิจกรรมแคมป์รักษธรรมชาติ กิจกรรมปลูกต้นไม้ กิจกรรมเส้นทางจักรยาน และกิจกรรมนำเที่ยวเยาวชนท้องถิ่นจะเป็นการดี โดยโรงเรียนอาจต้องประสานความร่วมมือกับกรมอุทยานแห่งชาติและภาคเอกชน เพื่อเป็นการสนับสนุนในเรื่องของการจัดการและงบประมาณสนับสนุน และมีกิจกรรมสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ เช่น การนำวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์นำมาประกวด นอกจากทำให้เยาวชนได้แสดงออก ยังทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ไปในตัวรวมทั้งเกิดความสนุกสนานด้วย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่แปด (หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาลตำบลหมูสี)

ผลการสัมภาษณ์

ด้านสิ่งแวดล้อม ให้สัมภาษณ์ว่า เรื่องของขยะ เกิดปัญหาขึ้นมากเนื่องจากขยะมีปริมาณมากขึ้น และที่ฝังกลบมีพื้นที่น้อย ไม่เพียงพอต่อการกำจัด จึงเป็นปัญหาที่ตามมา เรื่องของขยะที่รอการกำจัด จึงทำให้เกิดกลิ่นเหม็น จนมีชาวบ้านละแวกใกล้เคียงมาร้องเรียน อย่างไรก็ตาม ทางศูนย์ความร่วมมือจัดการขยะ ได้ขอความร่วมมือจากประชาชนในการทิ้งขยะว่า เบื้องต้นขอให้ใช้แนวคิดเรื่อง 3R คือ ขยะรีไซเคิล ขยะที่นำไปผลิตเป็นชีวภาพ ไบโอดีเซล และขยะที่ไม่มีการรับซื้อแต่นำไปเป็นเชื้อเพลิงได้ โดยได้รับความร่วมมือกับ บริษัท จีไอซีเคิล ซึ่งเป็นหน่วยงานของบริษัท ปูนซิเมนต์นครหลวงในการร่วมดำเนินการตามแนวคิดต่อไป ซึ่งทางเจ้าหน้าที่เก็บขยะไม่สามารถเข้าเก็บได้ทุกวันเนื่องจากการเก็บขยะจำนวนมาก ทำให้เกิดการหมักหมมและมีกลิ่น

จึงต้องมีการชำระล้างและขัดถังเก็บ และตากให้แห้ง ซึ่งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บทุกวัน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการเก็บขยะทุกจุด อาจเก็บได้เฉพาะจุดใหญ่ แต่ในจุดเล็ก ตามตรอกซอย บางจุด อาจไม่ค่อยได้เข้าถึงที่ควร โดยเวลาเก็บขยะจะเริ่มตั้งแต่ 6.00-13.00น. และเจ้าหน้าที่ในการคัดแยกขยะมีไม่เพียงพอ การคัดแยกขยะที่ไม่ถูกประเภทจะไม่ทำให้เกิดประโยชน์ใดๆ ทางอบต. จึงพยายามให้ความรู้และแนวคิดกับจุดกำเนิดขยะใหญ่ๆ เช่น รีสอร์ท โรงแรม นักท่องเที่ยว เพื่อพยายามลดขยะใหม่ที่เข้ามาทุกวันให้กลายเป็นเหลือน้อยที่สุด ในเรื่องของมลภาวะทางน้ำ จะมีการปล่อยน้ำเสียจากโรงงาน โรงไม้ หรือรีสอร์ทที่พักบ้าง ทำให้เกิดการปิดทางน้ำ จึงต้องมีการบำบัดน้ำเสีย

ด้านพื้นที่ พื้นที่สาธารณประโยชน์ มักจะมีปัญหาเรื่องของการรुकล้ำพื้นที่ป่าไม้ การลักลอบตัดไม้ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะไม้หอมและไม้กฤษณานำไปขายได้ราคา เนื่องจากไม้หอมจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นไม้หอมเกรดเอ จึงมีการลักลอบตัดจากพรานล่าไม้ เนื่องจากเจ้าหน้าที่มีจำนวนค่อนข้างน้อย จะมีสายตรวจประมาณ 6 ชุด ตรวจตรา และใช้สายตรวจรถจักรยานยนต์และวิทยุสื่อสาร ทั้งนี้พรานล่าไม้มักจะปลอมแปลงเหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงทำให้การตรวจสอบค่อนข้างยาก และมีเรื่องร้องเรียนกันอย่างต่อเนื่อง อีกส่วนหนึ่งคือการรुकล้ำพื้นที่จากนายทุน เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่กลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ มีนายทุนเข้ามาจับจองที่ดิน ทำกิจการสร้างอาคารบ้านเรือน ขายที่ดิน ทำให้เกิดการแย่งชิงที่ดินที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจมหาศาลในปัจจุบัน เช่นเดียวกับการลักลอบล่าสัตว์ ซึ่งยังมีชาวบ้านวางกับดักสัตว์ จึงควรมีการหามาตรการทางสังคมช่วยกันดูแล เนื่องจากมาตรการทางกฎหมายอาจใช้ไม่ได้กับวิถีชีวิตทางสังคมของชาวบ้าน

ด้านการจัดกิจกรรม ทางองค์การบริหารส่วนตำบลมีการจัดกิจกรรมให้กับกลุ่มแม่บ้าน ได้มีกิจกรรมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากรากไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์จากกลุ่มแม่บ้าน มีการจัดเทศกาลของตำบล หมูสี เป็นบรรยากาศสไตล์ตะวันตก มีกิจกรรมการแสดงและการประกวดเกี่ยวกับความบอย และทุกปีจะมีโครงการผู้สูงอายุ ในเรื่องของการดูแลสุขภาพ โครงการดูแลรักษาท้องถิ่น ที่ร่วมอบรมทั้งตำบลโดยมีผู้มาเข้าร่วมการอบรมจำนวนมากทุกปี และโครงการทำความสะอาดพื้นที่ โดยรวมกันปีัด กวาด ทำความสะอาดตำบลเพื่อให้เป็นเมืองน่าอยู่ รวมทั้งมีโครงการปลูกต้นไม้ และปลูกหญ้าแฝกด้วย รวมทั้งกิจกรรมที่เป็นเทศกาลประจำปี จะมีการจัดไหว้เจ้าพ่อเขาใหญ่ ซึ่งจะมีองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ร่วมกันจัดเพื่อสักการะเจ้าพ่อเขาใหญ่ในการปกป้องรักษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ด้านงบประมาณ ในการพัฒนามีค่อนข้างจำกัด ทำให้การจัดสรรโครงการหรือการพัฒนาสิ่งต่างๆ เป็นไปได้ยาก เพราะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ มีระยะเวลายาวนาน และบางโครงการหยุดหรือชะลอไป เนื่องจากงบประมาณไม่ผ่าน ทำให้การจัดการและการพัฒนาค่อนข้างช้า จึงอาจส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวในหลายส่วน

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่เก้า(เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ ดี เอส อาร์ แทรเวล จำกัด)

ผลการสัมภาษณ์

การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณเขาใหญ่ นั้นส่วนมากจะเป็นการจัดสัมมนาในรูปแบบขององค์กร การนำเที่ยวกลุ่มเล็กยังมีไม่มากนัก โดยที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กส่วนมากจะเป็นชาวต่างประเทศ แต่เทียบได้ว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับเส้นทางการท่องเที่ยวอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณฐานเขาใหญ่ยังมีไม่หลากหลาย แต่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอันเนื่องจากแรงดึงดูดของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญและมีนโยบายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จึงมีผู้คนย้ายไปอยู่มากขึ้น มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ดีขึ้น จึงเป็นประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวบอกกันปากต่อปาก อย่างไรก็ตามในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ชัดว่ามีผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมบริเวณฐานเขาใหญ่มีเพียงไม่กี่แห่ง เช่นพาลีโอ ไร่อรุณภรณ์มอเต็ล ฟาร์มโชคชัย คาบอวยคันทรี่คลับ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆไม่ได้รับความสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวกระจุกตัว สร้างการจราจรติดขัดซึ่งส่งผลให้เกิดมลพิษทางอากาศ อีกทั้งสร้างประสบการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกควรจะได้รับปรับปรุง เช่นไฟส่องสว่างตามเส้นทางหลัก ป้ายบอกทาง ถึงขยะสำหรับส่งเสริมการแยกขยะเพื่อการนำมาไปใช้อีกควรมีการจำกัดการติดป้ายโฆษณาที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นระเบียบริมข้างทาง กลายเป็นทัศนอุจาด

การให้บริการของร้านค้าในพื้นที่ส่วนมากจะพบว่าเจ้าของกิจการไม่ใช่คนในพื้นที่ แต่มีคนที่พื้นที่เป็นลูกจ้าง ซึ่งส่งผลให้บริการยังไม่ดี เนื่องจากลูกจ้างเป็นส่วนมาก ทำอาชีพการเกษตรมาก่อน จึงขาดทักษะการให้บริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่สิบ(เจ้าหน้าที่นำเที่ยว บริษัท แอล เอส แอนด์ เอช แทรเวล จำกัด) ผลการสัมภาษณ์

จากประสบการณ์นำเที่ยวคณะสัมมนา พบว่า คณะท่องเที่ยวส่วนมากจะไม่ขึ้นไปยังเขาใหญ่ แต่จะเลือกท่องเที่ยวบริเวณด้านล่าง ในพื้นที่ถนนธนรัชต์ ไปจนถึงวังน้ำเขียว เมื่อเปรียบเทียบการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งใกล้เคียงอุทยานอื่นๆพบว่าผู้ประกอบการส่วนมากจะไม่ใช้คนในพื้นที่ ทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์น้อยกว่าที่ควร แต่ในทางกลับกันก็มีศักยภาพมากกว่าการที่ให้ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ ทางที่เหมาะสมควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชน โดยภาครัฐต้องสนับสนุนการเริ่มต้นแนวความรู้ความเข้าใจ และมีการจัดส่งกิจกรรมให้ชุมชนได้มีโอกาสได้กระทำจริง เช่นส่งคณะศึกษาของภาครัฐเองลงไปยังชุมชนที่ได้รับการเตรียมการมาก่อน เพื่อให้ได้ฝึกประสบการณ์จริงก่อนเริ่มรองรับนักท่องเที่ยว

ร้านอาหารที่ต้องเตรียมให้นักท่องเที่ยวแวะทานอยู่ในระดับที่รับได้แต่ไม่ดี โดยเฉพาะในเรื่องความสะดวกสบายของร้านอาหารเอง เกือบทุกร้านอาหารจะมีปัญหาเรื่องแมลงวันที่บินมาตอมอาหารนักท่องเที่ยวในเวลารับประทานอาหารเป็นจำนวนมาก ในด้านรสชาตินักท่องเที่ยวก็ยังไม่พอใจมากนัก อยู่ในระดับธรรมดา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มสัมมนา จะไม่สามารถออกเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเองได้ เมื่อมีเวลารว่างจากการสัมมนา เนื่องจากไม่มีการอำนวยความสะดวกในด้านคมนาคมในพื้นที่ ควรจะมีการจัดตั้งกลุ่มให้บริการการเดินทางแบบรถสองแถว หรือรถแดงในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับทางเลือกที่เหมาะสมต่อสิ่งแวดล้อมควรจะเป็นรถม้าไฟฟ้าที่ใช้ตามสนามกอล์ฟที่บรรทุกได้ถึง 20 คนต่อเที่ยว ให้บริการไปตามถนนธนรัชต์

โรงแรมมีราคาที่สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวในระดับเดียวกัน เป็นไปได้ว่าเนื่องจากวันธรรมดานั้นมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในพื้นที่น้อยมากเมื่อเทียบกับวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ควรจะมีการส่งเสริมการขายในวันธรรมดาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กระจายการท่องเที่ยวมาในวันธรรมดา ลดปริมาณแออัดในวันเสาร์ อาทิตย์ อาจจะเป็นการลดราคาในปริมาณที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจได้ เช่น พัก 1 คืน ฟรี 1 คืน และน่าจะเป็นแนวทางที่ดี เนื่องจากอัตราห้องพักว่างในวันธรรมดามีมาก การขายลดราคาจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้เพิ่มศักยภาพของตนเองให้ได้มากที่สุด ซึ่งมีผลดีต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากการลดจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงที่แออัดอีกด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(SurveyResearch)และการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตาม เพศ รายได้และอาชีพ

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้สถิติผู้เยี่ยมชมในปี 2553 จำนวน 793,419 คน เป็นฐานในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2553 : ออนไลน์)

2. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้สถิติจำนวนประชากรทั้ง 6 ตำบล จำนวน 49,875 คน (ไทยตำบล ดอทคอม , 2000 : ออนไลน์)ใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบภาคเอกชน 7 คน ผู้นำชุมชน 1 คน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 2 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน จำนวน 793,419 คน สำนักงานอุทยานแห่งชาติ (2553) ใช้เกณฑ์ของตารางสำเร็จรูปในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane โดย

กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ต่อความผิดพลาดที่ไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้ โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พร้อมทั้งมีการหาคุณภาพของ ประกอบด้วยลักษณะคำถาม มีทั้งปลายเปิด (Open End) และปลายปิด (Close End) ดังต่อไปนี้

1. **แบบสอบถาม (Questionnaire)** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ สถานภาพ อาชีพ ภูมิฐานะ การศึกษา

ตอนที่ 2 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ประเภทของกลุ่มท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทาง แหล่งข้อมูลที่ได้รับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ตอนที่ 3 : ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตรวัดความคิดเห็นตามแบบของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 : เป็นการสอบถามถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2. **แบบสัมภาษณ์ (Interview)** เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นคำถามกึ่งมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามจากการศึกษาเอกสารตำราที่เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ เนื้อหาสาระ และความคิดรวบยอดที่สำคัญ อันจะนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือต่อไป

คำถามของแบบสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ของที่ระลึก การเดินทาง ธุรกิจท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หลังจากนั้นจึงจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยหาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์ แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)

4. ทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน ได้แก่ เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการทดสอบค่า "ที" (t-test)

5. ทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ รายได้และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ด้วยการทดสอบค่า "เอฟ" (F-test) ถ้าผลการทดสอบค่า "เอฟ" (F-test) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.0 อายุ 25-

39 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.8 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 87.5 ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.5 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.0

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 1-3 ครั้งในรอบ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 83.8 ได้รับข้อมูลการเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จาก เพื่อน/ผู้ที่เคยเดินทางมา คิดเป็นร้อยละ 33.54 เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 31.61 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ต่อคนอยู่ในช่วง 3,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.5 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 71.5 และเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็น 50.5 มีความประสงค์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 44.37 ใช้บริการพักโรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 57.5 เหตุผลที่เลือกเดินทางมาเนื่องจากมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 20.57

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่

3.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จุดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.21$) และรายข้อที่เหลืออยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านที่พัก ($\bar{x}=3.95$) ด้านอาหารและเครื่องดื่มเท่ากับด้านธุรกิจท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.90$) ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.79$) ด้านการเดินทาง ($\bar{x}=3.80$) และด้านสินค้าของที่ระลึก ($\bar{x}=3.72$)

3.2 ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ($\bar{x} = 3.95$) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ($\bar{x} = 3.90$) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน ($\bar{x} = 3.82$) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{x} = 3.77$) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ($\bar{x} = 3.66$) การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ($\bar{x} = 3.65$)

3.3 ด้านที่พัก

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านประเภทของที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านประเภทของที่พักอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ราคาที่พักที่มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.10$) ความปลอดภัยของพื้นที่ภายในหรือโดยรอบบริเวณที่พัก ($\bar{x} = 4.06$) ได้รับความสะดวกในการจองโดยผ่านช่องทางที่หลากหลาย ($\bar{x} = 3.98$) การส่งเสริมการขายจากที่พัก ($\bar{x} = 3.93$) ได้รับความสะดวกสบายจากที่พัก ($\bar{x} = 3.89$) ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.76$)

3.4 ด้านการเดินทาง

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านการเดินทางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านการเดินทางอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ($\bar{x} = 3.97$) สภาพถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.85$) ความชัดเจนของป้ายบอกทางและข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.78$) มีรถเชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีเส้นทางรถประจำไว้บริการรับส่ง ($\bar{x} = 3.73$) รถสาธารณะมีปริมาณมากพอต่อความต้องการเดินทางในตัวจังหวัด ($\bar{x} = 3.65$)

3.5 ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบอาหารท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ด้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกลจากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.03$) บรรยากาศร้านที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 3.96$) อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 3.94$) ความหลากหลายของรสชาติอาหารและเครื่องดื่มหรือเมนูหลากหลายรูปแบบให้เลือก ($\bar{x} = 3.86$) อาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาเหมาะสม ($\bar{x} = 3.84$) การนำเสนอของร้านอาหาร ($\bar{x} = 3.81$)

3.6 ด้านของที่ระลึก

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบอาหารท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ด้านของที่ระลึกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านของที่ระลึกอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.88$) ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.78$) ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.70$) เท่ากับ ร้านมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อการซื้อ ($\bar{x} = 3.70$) ผู้ขายสามารถอธิบายรายละเอียดสินค้า ($\bar{x} = 3.65$) การส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.62$)

3.7 ด้านธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความต้องการด้านองค์ประกอบอาหารท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ด้านธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ การได้รับบริการที่ดีจากบริษัทนำเที่ยว ($\bar{x} = 4.02$) บริษัทนำเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้ ($\bar{x} = 3.91$) เท่ากับ การส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.91$) และบริการมีคุณภาพ มีความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.90$) เท่ากับ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.90$) และราคาหรือโปรแกรมที่มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 3.86$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ รายได้ อาชีพ

จำแนกตามเพศ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านความต้องการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการเดินทาง ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านของที่ระลึก ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านความต้องการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านของที่ระลึก ไม่แตกต่างกัน แต่มีความความคิดเห็นด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านความต้องการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก ด้านของที่ระลึก ด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน แต่มีความความคิดเห็นด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้านธุรกิจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-39 ปี สถานภาพโสด ส่วนมากนักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งหารายได้มาด้วยตนเอง จึงสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545) กล่าวว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตัวเอง การเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาภาคกลางและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เนื่องจากเป็นอาชีพที่

สามารถเดินทางไปได้สะดวก กว่าอาชีพนักศึกษาที่ยังไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง ยังไม่มีรถส่วนตัวทำให้การเดินทางลำบากกว่า โดยสอดคล้องกับข้อมูลสถิติปี 2547 ที่มีกลุ่มคนที่มาพักจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มละ 100,000 คนต่อปี ในขณะที่กลุ่มนักศึกษาปีละประมาณ 50,000 คน

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 1-3 ครั้งในรอบ 1 ปี เพื่อต้องการเห็นความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ซึ่งมีอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางธรรมชาติ มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด ผืนป่าแห่งนี้ได้รับการประกาศให้เป็น มรดกโลกทางธรรมชาติ ด้วยระบบนิเวศอันสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้ง สอดคล้องกับ ดร.เสวี วงษ์มณฑา (2542) คือ แรงจูงใจด้านบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน จะเป็นแหล่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวยังคงมาเที่ยวต่อไปและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางมากับเพื่อน รองลงมาคือเดินทางมากับครอบครัว เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากการเดินทางสะดวกและมีการปรับภูมิทัศน์โดยรอบให้น่าท่องเที่ยวมากขึ้น มีแหล่งท่องเที่ยว ที่พักและร้านอาหารที่มีความพร้อมบริการในเชิงพาณิชย์และมีกิจกรรมในพื้นที่จากแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น กิจกรรมทางธรรมชาติ เดินป่า ส่องสัตว์ ดูนก , กิจกรรมทางการนฤภัย ได้แก่ ปีนเขา,ยิงปืน,เพ้นท์บอล,จักรยานท่องเที่ยว,พายเรือแคนู,ขับ ATV เป็นต้น กิจกรรมทางการถ่ายภาพกับสถาปัตยกรรมสุด CHIC เช่น Palio , Primo Posto , Outlet Village , Dairy Home , Coffee Ozone เป็นต้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวประกอบกับสภาพอากาศที่ไม่ร้อนมาก ระยะเวลาไม่ไกล โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและบริเวณทลสามารถไป-กลับได้ภายใน 1 วัน และแหล่งที่พักมีการจัดภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม เหมาะที่จะเดินทางมาพักผ่อน

นักท่องเที่ยวได้รับแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือผู้ที่เคยเดินทางมามากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมีการบอกต่อ โดยธรรมชาติของมนุษย์จะเชื่อเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด เนื่องจากเพื่อนหรือคนรู้จักไม่ได้มีประโยชน์แอบแฝงการโฆษณา หากมาแล้วประทับใจจึงบอกต่อถึงข้อดี ข้อเสีย และความรู้สึกพิเศษที่ได้รับจากประสบการณ์นั้นๆ จึงมี

ความรู้สึกภูมิใจในการบอกต่อ นับว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลและเก่าแก่ที่สุด และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน มีอิทธิพลคล้ายกับระบบปากต่อปาก แต่ทันสมัยขึ้นมาโดยมีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น มีการส่งต่อข้อความโดยใช้อีเมล การลงข้อความไว้ในกระดานข่าวสาร มีชมรมแจ้งข่าวที่ทันสมัย โดยที่นักท่องเที่ยวทั่วไปสามารถแบ่งปันประสบการณ์ของตนลงไปเพื่อเป็นการบอกต่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปได้ศึกษาข้อมูลก่อนได้ สอดคล้องกับ ผลงานของ สร้อยสิริฐิติ ชื่อชัชว(2553) พบว่า ตัวสื่อสารที่ดีคือการบอกเล่าแบบปากต่อปาก จึงต้องมีการปรับปรุงการบริการอยู่เสมอควบคู่กับการโฆษณาตามสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

นักท่องเที่ยวนิยมเลือกที่พักในรูปโรงแรมหรือรีสอร์ทคิดเป็นร้อยละ 57.5 อาจเป็นเพราะ โรงแรมและรีสอร์ทที่มีมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวมากกว่า เช่น มีรถบริการรับ-ส่ง เข้าพัก มีที่จอดรถเหมาะสมกับจำนวนห้องพัก มีการตกแต่งสถานที่ มีบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ห้องเซาว์น่า ห้องสปา สระว่ายน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการได้มาตรฐานระดับใด โดยพื้นที่เขาใหญ่มีที่พักตั้งแต่ 3-5 ดาวขึ้นไป และนักท่องเที่ยวส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-10,000 บาท จึงมีกำลังซื้อ สามารถเลือกที่พักเพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย โดยหากเทียบกับบ้านพักอุทยานแห่งชาติที่มีให้นักท่องเที่ยวสามารถไปเช่าพัก คิดเป็นร้อยละ 12.2 เนื่องจากการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายอาจมีน้อยกว่า ประกอบกับบ้านพักอุทยานแห่งชาติมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ทโดยมาก ตรงกับสถิติการพักแรมของอำเภอปากช่อง ปี 2547 พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม/รีสอร์ท/เกสต์เฮาส์/บังกะโล เฉพาะคนไทยจำนวน 30,521 คน พักที่พักรักษาอุทยาน จำนวน 83,229 คน พักบ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 49,768 คน และในปี 2548 พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม/รีสอร์ท/เกสต์เฮาส์/บังกะโล เฉพาะคนไทยจำนวน 507,457 คน พักที่พักรักษาอุทยาน จำนวน 98,957 คน พักบ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 100,703 คน ซึ่งจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนิยมเลือกที่พักประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้าน ในระดับมากทุกข้อจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากจำนวน 634,564 คนในปี 2551 เพิ่มขึ้นมากถึง 793,419 คนในปี 2553 เนื่องจากการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ เช่น ประสบการณ์

จากเพื่อนหรือผู้ที่เคยเดินทางมาและได้รับประสบการณ์อันดี จึงนำไปบอกต่อหรือจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่มีทั้งรูปเล่มและแบบออนไลน์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกต่อการหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เห็นภาพความสวยงาม ประกอบกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีการเดินทางที่สะดวกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อากาศเย็นสบาย และมีแหล่งท่องเที่ยว ที่พักที่เพิ่มมากขึ้นไว้รองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้นมามาก ส่งผลให้ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นเป็น อีกทั้งนักท่องเที่ยวมักจะเดินทางไปเขาใหญ่ตามช่วงช่วงฤดูหนาว และ งานกิจกรรมพิเศษ เช่น กิจกรรมดนตรี Big Mountain ปากช่องควาบอยเฟสติวัล ประเพณีเก็บเกี่ยวผลงุ่น ฯลฯ ทำให้ช่วงดังกล่าวเกิดความแออัดของพื้นที่

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเฉพาะจุดเด่นและความสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ (พลพจน์ พลเจริญเกียรติ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2554) กล่าวถึง จุดเด่นและสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาพื้นที่โดยรอบเนื่องจาก อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีความอุดมสมบูรณ์ มีศักยภาพดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) กล่าวว่า คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต ประกอบกับพื้นที่โดยรอบมีแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจที่มีชื่อเสียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว จึงเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมามากก่อให้เกิดความแออัดของพื้นที่ นักท่องเที่ยวจึงต้องการความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เชิงเกษตร เชิงสุขภาพ เชิงวิถีชีวิต ชุมชน เพื่อลดความกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับนักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากปริมาณของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถดูแลความสะดวกได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงจากจำนวนนักท่องเที่ยว และบรรยากาศหรือสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่แออัดไปด้วยผู้คน ไม่สามารถเห็นวิวทิวทัศน์หรือสัมผัสบรรยากาศอย่างอิมเมมในเวลานาน เนื่องจากต้องรีบท่องเที่ยวและรีบเดินทางออกมาเพื่อไปยังแหล่งอื่น ที่มีลักษณะการการกระจุกตัวอีกเช่นเดียวกัน จึงส่งผลให้การให้บริการต่ำกว่ามาตรฐานที่ควรจะเป็น นักท่องเที่ยวต้องการความเป็นมิตรและอัธยาศัยของคนในพื้นที่ในการให้ข้อมูลและการบริการ สอดคล้องกับ วิภา ศรีระทุ (2551) กล่าวว่า องค์กรท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่ง

ท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะความต้องการแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อันเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในบริเวณภูเขามักจะนึกถึงการผจญภัยเป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวต้องการความตื่นเต้นท้าทายที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตประจำวันปกติ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวแนวกิจกรรมผจญภัย เช่น กรีนเนอร์รี่สอร์ท ที่มีกิจกรรมการปีนผาจำลอง เพนท์บอล มอเตอร์ไซค์คันจิ๋ว เป็นต้น หรือไร่ทองสมบุรณ์คลับ ที่มีกิจกรรมคาวบอย มินิโกคาร์ท โรลลิงบอล บีบีกัน เป็นต้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาเพื่อเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้พูดถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวไว้ว่า เกิดจากความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการประเภทของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้ำตก ภูเขา หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การปลูกผักปลอดสารพิษ สาธิตแปลงปลูก ฟาร์ม หรือไร่อู่น เป็นต้น สอดคล้องกับ (นิธิกร เพี้ยมา, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2554) กล่าวว่า พื้นที่โดยรอบเป็นพื้นที่วิถีชาวบ้าน ที่ทำเกษตรมายาวนาน มีการทำนา เลี้ยงสัตว์ ปลูกข้าวโพด เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการสนับสนุนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมชาติ และเป็นการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกด้วย

ด้านที่พัก พบว่านักท่องเที่ยวต้องการในระดับมากทุกด้านเช่น ราคาที่พักมีความเหมาะสมเนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงแล้วจะพบว่าราคาการใช้บริการที่พักอยู่ในระดับที่สูงกว่าที่คาดไว้ โดยราคาต่อคืนเฉลี่ยประมาณ 1,500 บาทต่อห้อง นักท่องเที่ยวจึงคาดหวังการได้รับความสะดวกสบายจากที่พัก เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีการรักษาความปลอดภัยทั้งในและรอบบริเวณที่พัก ต้องการให้ที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวก เพราะแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีระยะห่างกัน ทำให้การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุด ต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางซึ่งเวลาค่อนข้างมากในการเดินทาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวยังต้องการได้รับความสะดวกสบายในการจองที่พัก โดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อความสะดวกและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่คนไทยนิยมค้นหาที่พักเพื่อค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาข้อมูลทันสมัยล่วงหน้า สอดคล้องกับ วราภรณ์ ไทยดำรงเดช(2552) พบว่า ผู้ใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญกับเว็บไซต์การสำรองที่พักที่มีความ

หลากหลาย และมีการอัปเดตข้อมูลให้ครบถ้วนตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และมีการส่งเสริมการขายของที่พัก ด้วยการลดราคา ให้ข้อเสนอที่น่าสนใจ โดยสอดคล้องกับการชี้แจงของรัฐมนตรีวิทยาศาสตร์ ได้ชี้แจงว่า ขณะนี้โรงแรมของไทยตั้งแต่ระดับ 4 ดาว ปรับระบบการจองห้องพักของตัวแทนจำหน่าย จากเดิมกว่า 80% ที่ผ่านตัวแทนจำหน่ายจากทุกระดับ แต่หลังจากที่ขายผ่านออนไลน์ โรงแรมสามารถขายที่พักตรงให้กับลูกค้าทั่วโลกได้มากถึง 40% ทำให้โรงแรมของไทยมีส่วนแบ่งกำไรมากขึ้น และยังมีแนวโน้มว่าสัดส่วนนี้จะเพิ่มมากขึ้นเป็น 60% ในอนาคต ทั้งนี้หมายความว่าความนิยมลูกค้าจองห้องพักผ่านทางออนไลน์โดยตรงจะเพิ่มในอัตราที่สูงขึ้นในอนาคต โดยที่พักรู้ค่าคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ คือ ต้องมีความพอเพียงและเหมาะสมของที่จอดรถ ไม่ก่อให้เกิดการกีดขวางกับพื้นที่สาธารณะ และมีคุณลักษณะที่รักษาสิ่งแวดล้อม จัดให้มีที่จอดรถด้านในพื้นที่โครงการตามสมควร มีการปลูกต้นไม้ปกคลุมลานจอดรถ มีการปรับพื้นผิวไม่ก่อให้เกิดฝุ่น มีการติดป้ายรณรงค์ให้ดับเครื่องเมื่อจอด การจัดให้มีรถรับส่งของโรงแรม เพื่อลดการนำรถส่วนบุคคลเข้ามา เป็นต้น สอดคล้องกับ แนวคิด 7 Greens Concept กล่าวว่า การบริการสีเขียว) รูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวแขนงต่างๆ ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ควบคู่ไปกับการมีปณิธานและการดำเนินการรักษาสีเขียวตลอด พร้อมช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการให้บริการต่างๆ สอดคล้องกับ สัมภาษณ์ (พลพจน์ พลเจริญเกียรติ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2554) กล่าวว่า สถานที่พักรู้ค่าคำนึงถึง การรองรับที่ดี เช่นสถานที่พักขนาดใหญ่ ควรมีการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อจัดอบรม สัมมนา และในส่วนของที่พักขนาดเล็กควรรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน คู่สมรส เป็นต้น

ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีความต้องการทุกด้านในระดับมาก พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการรถสาธารณะเนื่องจากในพื้นที่โดยรอบไม่มีรถสาธารณะบริการ ในการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง และต้องการให้มีเส้นทางรถประจำทางสำหรับบริการรับส่ง จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมานิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ประกอบการไม่มีการจัดการระบบที่จอดรถที่ดี จึงทำให้มีผลกระทบต่อการเดินทาง เกิดการจราจรติดขัดมายังเส้นทางจราจรหลัก บนถนนเส้นธนบุรี และมีความยาวต่อเนื่องทำให้รถติดขัดประมาณ 15-30 นาที จึงมีความต้องการให้มีความเพียงพอของสถานที่จอดรถในอันดับแรก ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวอยู่มาก สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล (2547) กล่าวว่า การจัดการด้านจราจรแก่นักท่องเที่ยว โดยช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดหาสถานที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ และมีป้ายจราจรแสดงอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ (พิมพ์ลักษณ์ สนิวงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2554) กล่าวว่า ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ ที่จอดรถไม่

เพียงพอต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยว เพราะพื้นที่น้อยและจำกัดทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวต้องไปจอดรถไกลและเดินมายังแหล่งท่องเที่ยว หรือจอดตามไหล่ทางริมถนน ทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัด

ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้ร้านอาหารมีคุณภาพในเรื่อง ความอร่อย ความสดใหม่ และควรมีประโยชน์ของอาหาร ควรมีการส่งเสริมการขายรวมทั้งราคาที่มีความเหมาะสม มีความหลากหลายของชนิดอาหารให้เลือก มีการนำเสนอรูปแบบร้านที่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีบรรยากาศร้านที่มีลักษณะกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก ร้านอาหารโดยมาก เป็นร้านอาหารทั่วไปที่ระบบการจัดการในร้านอาหารไม่ดี ขาดบุคลากรในการทำงานและพนักงานบริการขาดทักษะการให้บริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยว และมีความสกปรกภายในร้าน สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล (2547) กล่าวว่า การบริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยวรวมทั้งด้านความเหมาะสมของราคาที่เหมาะสม ซึ่งควรมีอาหารหลายประเภทและหลายระดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละระดับ สอดคล้องกับ (ศิริพร จันทรสมบุญ, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2554) กล่าวว่า การวางรูปแบบของสิ่งปลูกสร้างใหม่ ควรมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ โดยการแทรกตัวกับธรรมชาติ มิใช่เบียดเบียนหรือทำลายธรรมชาติออกไป จะทำให้บรรยากาศธรรมชาติสูญเสียไป

ด้านของที่ระลึก พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการในทุกด้าน เนื่องจากไม่มีของที่ระลึกของท้องถิ่น มีเพียงของฝากพวกผลไม้ตามฤดูกาล สาเหตุที่ไม่มีของที่ระลึกท้องถิ่นเนื่องจากชุมชนในพื้นที่โดยรอบเขาใหญ่ เป็นชุมชนที่เกิดใหม่ ประชาชนจากต่างถิ่นมาอาศัยอยู่รวมกัน โดยมากมาจากภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคเหนือ มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ วัฒนธรรมนิยมประเพณี ความเชื่อ การประกอบอาชีพ ทำให้ไม่มีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีความหลากหลาย และมีราคาที่เหมาะสม ร้านขายของที่ระลึกควรมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อการซื้อ และสอดคล้องกับ ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2547) กล่าวว่าสินค้าของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สามารถดึงเงินตราของนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ควรเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นและหาภายในท้องถิ่นอื่น แต่สามารถซื้อหาได้ในท้องถิ่นนั้นๆ ราคาอย่าแพงเกินไป สอดคล้องกับ (นิธิกร เพี้ยมา, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2554) กล่าวว่า ด้านสินค้าที่ระลึก ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากเขาใหญ่ไม่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง มีคนจากหลายกลุ่มมารวมกัน จึงยังไม่เกิดสินค้าที่เป็นตัวแทนอย่างชัดเจนในพื้นที่

ด้านธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการได้รับบริการที่ดีจากบริษัท นำเที่ยว โปรแกรมที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับราคาโดยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคมเปญที่พิก รางวัลจากการเข้ากิจกรรมสมาชิก เป็นต้น โดยธุรกิจท่องเที่ยวควรเป็นบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย น่าเชื่อถือ โดยมีไกด์นำเที่ยวที่มีคุณภาพ ใส่ใจรายละเอียดในการให้ความรู้ ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวโดยทั่วไป มีความคาดหวังในการซื้อโปรแกรมนำเที่ยว เนื่องจาก ต้องการความสะดวกสบายจากทุกด้าน ทั้งการเดินทาง การรับข้อมูล การกินอาหาร อสังหาริมทรัพย์ที่ดีจากไกด์นำเที่ยว ความช่วยเหลือจากปัญหาในการท่องเที่ยว ประกอบกับนักท่องเที่ยว ไม่เห็นความจำเป็นในการซื้อโปรแกรมนำเที่ยว เนื่องจากการเดินทางจากกรุงเทพมหานครถือว่าค่อนข้างสะดวก แต่หากนักท่องเที่ยวไว้ใจซื้อโปรแกรมนำเที่ยว จึงต้องการการบริการที่ดีที่สุดจาก ธุรกิจท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมบริโภคแตกต่างกัน คือ กลุ่มระดับสูง เช่น ผู้บริหารระดับสูงที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ด้วยความสามารถของตนเอง หาสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตัวเองบุตรหลาน และสอดคล้องกับ วราภรณ์ สุพรรณสถาน (สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554) กล่าวว่าควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนโดย ภาครัฐต้องสนับสนุนการเริ่มต้นแนวความรู้ ความเข้าใจ และมีการจัดการส่งเสริมกิจกรรมให้ ชุมชนได้มีโอกาสทำจริง เพื่อให้ได้ประสบการณ์ก่อนรองรับนักท่องเที่ยวจริง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

จำแนกตามเพศ

จากผลการวิเคราะห์ความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามเพศพบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อ องค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้

ผลการวิเคราะห์ความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน จำแนก ตามรายได้พบว่า 3 ด้านมีความแตกต่างกัน คือด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และ ด้านธุรกิจท่องเที่ยว

ด้านการเดินทางพบว่ากลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการน้อยกว่า กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มรายได้น้อยต้องการบริการจากรถ

สาธารณะเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในเขตตัวเมือง เช่น รถแดงที่จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล(2551) กล่าวว่า ผู้มีรายได้สูงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหรา ต่างจากนักท่องเที่ยวแบบประหยัดซึ่งมีรายได้น้อยหรือปานกลาง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับพอใช้

ด้านอาหารและเครื่องดื่มพบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความต้องการมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่าต้องการร้านอาหารที่มีความสะอาด อาหารมีความสด ใหม่และมีประโยชน์ ซึ่งร้านที่สามารถรองรับได้ค่อนข้างมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้ที่น้อยที่มีมากถึง 80% จึงทำให้มีความต้องการมากกว่า สอดคล้องกับสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว(2552) ระบุว่า มาตรฐานของอาหารจะต้องมีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย แยกเป็นสัดส่วนและมีอุณหภูมิที่มีความเหมาะสมในการเก็บอาหาร

ด้านธุรกิจท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไปมีความต้องการน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ต้องการรับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคนจัดทำให้ สอดคล้องกับศุภลักษณ์ อัครางกูร(2551) กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่จะประหยัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายและได้รับความสะดวกสบายที่ธุรกิจท่องเที่ยวจัดทำให้มากกว่าการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

จำแนกตามอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามอาชีพพบว่า 2 ด้านมีความแตกต่างกัน คือด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยวและด้านธุรกิจนำเที่ยว

ด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความต้องการน้อยกว่าอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาจเป็นเพราะว่า 4 กลุ่มข้างต้น ไม่ค่อยมีทุนและเวลาในการเดินทางเพียงพอ สอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางชาวไทย(2552) พบว่า เหตุผลสำหรับผู้ที่ไม่เดินทางท่องเที่ยว 5 อันดับแรกได้แก่ ไม่มีเวลาว่าง ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอ ไม่ชอบเดินทาง เศรษฐกิจไม่ค่อยดีและมีปัญหาสุขภาพ

ด้านธุรกิจท่องเที่ยว พบว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการมากกว่ากลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาจเป็นเพราะว่านักเรียน/นักศึกษา ยังไม่มีรายได้ของตนเองแต่การท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปจะมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าท่องเที่ยวเอง สอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์(2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบทัวร์/นำเที่ยว มักเสียเงินค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดินทางด้วยตนเอง แต่ขาดอิสระไปบ้างในเรื่องสถานที่ที่อยากไปและความต้องการทำสิ่งต่างๆ ต้องทำตามกำหนดเวลาที่มีกำหนดไว้แล้ว

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านที่สอดคล้องกันดังนี้

ด้านพื้นที่ จัดการพื้นที่ใช้สอยให้เป็นประโยชน์และไม่ขัดกับสิ่งแวดล้อม สถานประกอบการหรือร้านค้าควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่เพื่อความร่มรื่น อาจจัดทำร้านขายอาหารให้มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม เช่น เน้นตัวโครงสร้างหรืออาคารให้มีลักษณะต้นไม้ปกคลุมตัวอาคารบ้าง ไม่ทำเป็นโครงสร้างตึกที่มีลักษณะเปลือย หรือมีสีฉูดฉาดตัดกับสีของธรรมชาติจนเกินไป มีพื้นที่เผื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าไปจอดรถเพื่อใช้บริการได้ ซึ่งไม่ต้องยืนตามไหล่ถนนหรือรอบถนนทางถนนหลัก มีจุดให้นักท่องเที่ยวแวะพักและมีบริการห้องน้ำสาธารณะที่ถูกสุขอนามัย เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว และมีการจัดให้มีสวนสาธารณะเล็กๆ ที่มีการจัดกิจกรรม ในวันหยุดสุดสัปดาห์ เช่น มีลานเล่นดนตรี Folk Song หรือเพลงไทยเบาๆ ที่ไม่เน้นใช้เสียงดังมาก และสิ่งบันเทิงใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการบริการร้านอาหารเล็กน้อย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อย ที่ไม่ต้องจัดเป็นกิจกรรมใหญ่โต ทั้งนี้ควรมีการจัดลานจอดรถให้กว้างขวางพอกับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ

ด้านมลภาวะขยะ ควรมีการตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีเพิ่มขึ้นและมีการแยกชนิดของถัง เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวและการคัดแยกขยะของเจ้าหน้าที่เก็บขยะ เนื่องจากในปัจจุบันมีปัญหาเรื่องขยะที่ต้องร่อนไปกำจัดเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเนื้อที่ในการฝังกลบไม่เพียงพอกับปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทุกวัน จึงทำให้เกิดกองขยะกองใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อระบบมลพิษในอากาศและมีกลิ่นรบกวนกระจายฟุ้ง เกิดการแพร่กระจายเชื้อโรคและเป็นที่เพาะพันธุ์สัตว์ต่างๆ และยังเป็นปัญหาเรื่องของการทำลายทัศนียภาพของนักท่องเที่ยวที่พบเห็นอีกด้วย รวมทั้งในเขตพื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตพื้นที่พิเศษที่อุทยานแห่งชาติได้เป็นมรดก

แห่งชาติ ดังนั้นควรมีการจัดการในด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยเริ่มจากต้นเหตุการทิ้งขยะ ควรให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการช่วยกันทิ้งให้ถูกประเภท ถูกชนิด เพื่อถ่ายต่อการนำไปคัดแยกขยะมากขึ้นและควรสร้างเตาเผาแบบไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันมีขยะที่รอการฝังกลบ แต่การสร้างเตาเผายังมีการรบกวนประมาณจากทางรัฐ ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก จึงต้องมีการพิจารณากันต่อไปว่าจะสามารถสร้างได้หรือไม่ ในขณะที่ยังไม่มีการสร้างเกิดขึ้น และเจ้าหน้าที่เก็บขยะในปัจจุบันไม่เพียงพอและไม่สามารถมาเก็บได้ทุกวัน ทำให้มีขยะมากมายที่รอการกำจัด ดังนั้นควรมีให้หลัก 3R มาช่วยในเรื่องดังกล่าว (Reduce) เป็นการลดปริมาณมูลฝอยที่อาจเกิดขึ้น เช่น ใช้ตะกร้าใส่ของแทนถุงพลาสติก การลดปริมาณวัสดุ (Reduce material volume) เป็นการพยายามเลือกใช้สินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่แทนบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เพื่อลดปริมาณของบรรจุภัณฑ์ที่จะกลายเป็นขยะมูลฝอย การลดความเป็นพิษ (Reduced toxic) เป็นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด (Re-use)

นำขยะมูลฝอยเศษวัสดุมาใช้ใหม่หรือเป็นการใช้ซ้ำ ใช้แล้วใช้อีก ๆ เช่น ขวดน้ำหวาน นำมาบรรจุน้ำดื่ม ขวดกาแฟที่หมดแล้ว นำมาใส่น้ำตาล การนำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (Product re-use) เป็นการพยายามใช้สิ่งของต่าง ๆ หลาย ๆ ครั้ง ก่อนที่จะทิ้งหรือเลือกใช้การหมุนเวียนกลับมาใช้ นำขยะมาแปรรูป ตามกระบวนการของแต่ละประเภท เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงสภาพจากเดิมแล้วนำมาใช้ใหม่ เช่น พลาสติก กระดาษ ขวดโลหะต่าง ๆ ฯลฯ นำมาหลอมใหม่ นำยางรถยนต์ที่ใช้ไม่ได้แล้วมาทำรองเท้า นำแก้วแตกมาหลอมผลิตเป็นแก้วหรือกระจกใหม่ การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Material recycling) เป็นการนำวัสดุมาผ่านกระบวนการเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่

ด้านการคมนาคม ควรมีการจัดการขยายเส้นทางรองจากถนนหลักให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางกระจายตัวไปในเส้นทางอื่น ๆ ไม่ให้เกิดความแออัด และนักท่องเที่ยวจะได้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยเส้นทางรองอาจมีการตัดผ่านชุมชนที่มีความโดดเด่น น่าสนใจในวิถีชีวิตการเกษตร ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ อีกทั้งหากนักท่องเที่ยวได้พบปะเกษตรกรโดยตรงย่อมเป็นการดีในการกระจายรายได้ และเกิดชุมชนเข้มแข็งอีกด้วย จึงเป็นการดีที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า การจัดการเส้นทางรองจากเส้นทางหลัก นับเป็นสิ่งที่ควรทำอีกอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว หรืออีกแนวทางหนึ่งคือ การใช้รถมินิบัสเข้ามาแทนรถบัสใหญ่ หรือการสร้างรถรางเพื่อลดมลภาวะและนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ในส่วนของห้องน้ำสาธารณะควรมีบริการให้มากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบัน หากนักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการห้องน้ำ จะต้องใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่ประกอบการร้านอาหาร เป็นต้น หรือต้องเข้าไปใช้ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งโดยพื้นฐาน ห้องน้ำสาธารณะที่ถูกสุขอนามัย เป็นสิ่งสำคัญที่พึงจัดบริการให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นมาตรฐานที่ดีของการเป็นจังหวัดท่องเที่ยว

2. จัดตั้งศูนย์บริการสารสนเทศและให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว มีบริการอินเทอร์เน็ต แผนที่ GPS ให้กับนักท่องเที่ยวทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวอยู่จุดใดบ้าง และควรใช้เส้นทางใด มีเจ้าหน้าที่ชุมชนคอยให้บริการ แนะนำนักท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

3. จัดลานจอดรถสาธารณะบางจุดที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จากลานจอดรถไม่เพียงพอ เนื่องจากในวันหยุดยาว หรือวันหยุดประจำปี การจัดงานเทศกาลต่างๆ หรือแม้กระทั่งวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามาก เนื่องจากมีสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย ทำให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวในการมาพักผ่อน จึงเกิดปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากหากสถานที่ใดๆ จัดงานหรือมีนักท่องเที่ยวมาก จะเกิดการล้นของปริมาณรถ และมีปัญหาเรื่องการจอดรถนอกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในบางจุด ทำให้มีปัญหาการจราจรติดขัด เนื่องจากถนนที่รองรับในปัจจุบันยังเป็นถนนสายหลัก จึงทำให้หากเกิดปัญหาจราจร จะติดขัดยาวตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง และไม่สามารถหลบเลี่ยงได้ เกิดความไม่สะดวกสบายกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากจะนำรถส่วนตัวมาเอง จึงเป็นปัญหาที่ควรมีการแก้ไขโดยอาจมีการจัดพื้นที่จอดรถสาธารณะในบางจุดที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ หรือมีมาตรการในการกำหนดพื้นที่จอดรถกับการรองรับนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

ด้านบุคลากร อบรมบุคลากรด้านการบริการ โดยมีการจัดอบรมพนักงานให้บริการแต่ละส่วน เพื่อให้มีความรู้พื้นฐานในด้านการบริการ เช่นองค์การภาครัฐมีหน่วยงานที่คอยดูแลเรื่องการฝึกอบรมแรงงานให้มีทักษะ มีความรู้ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากปัจจุบันแรงงานจะเป็นเกษตรกรรมและไม่เข้าใจการทำงานเท่าที่ควร หากมีการเก็บเกี่ยวพืชผล จะทิ้งงานไปทำในส่วนนั้นก่อน พอหมดฤดูเก็บเกี่ยว จะกลับมาทำงานอีกครั้ง หรือหากมีเทศกาล

งานประจำปี งานกิจกรรมรื่นเริง แรงงานจะหยุดพักเพื่อไปสังสรรค์งานเทศกาล และไม่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ลางาน มาสาย เกิดปัญหาต่างๆ จึงต้องการให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยดูแลในด้านทักษะของบุคลากรด้วย

ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน ปณฺกจิตสำนึกการเป็นเจ้าของที่ดีให้กับคนในชุมชน สถานประกอบการต่างๆ ชมรม หน่วยงาน สมาคม เป็นต้น ในเรื่องการลดภาวะโลกร้อน การเป็นเจ้าของที่ดี รวมถึงการให้ความรู้ ความเข้าใจในการรณรงค์การลดมลภาวะ เพื่อคนในชุมชนเป็นผู้กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนัก เช่น โครงการ 7Greens เป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและเป็นช่องทางทางการตลาด หรือเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นทางเลือกของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ร่วมกันรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ด้านความร่วมมือองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จะมีศักยภาพได้ต้องอาศัยความร่วมมือของภาคีที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชนและประชาชนในการร่วมมือกันเพื่อสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าของร่วมกัน เพื่อให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์และห่วงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยว และเพื่อแสดงตนเป็นเจ้าของที่ดีในการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งนี้จะต้องมีแนวทางการจัดการในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันไม่มาก จึงง่ายต่อการจัดการองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

แนวทางข้างต้นได้มาจากการสำรวจแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยว นำมาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อได้แนวทางดังกล่าว

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมโดยใช้นวัตกรรมสร้างจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวโดยดึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาจัดการในเชิงเศรษฐกิจโดยผสมแนวคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่นการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

2. สร้างสวนสาธารณะ โดยเลือกพื้นที่เสื่อมโทรมบริเวณพื้นที่เชิงเขาใหญ่ นำมาปรับปรุงจัดภูมิทัศน์พร้อมทั้งองค์ประกอบต่างๆ เพื่อเป็นสวนสาธารณะ มีกิจกรรมนันทนาการอย่างเหมาะสม เช่น จัดกิจกรรมดนตรีในสวน กิจกรรมศิลปะเพื่อธรรมชาติ สวนธรรมชาติ รวมถึงลานออกกำลังกาย โดยมีการแบ่งโซนกิจกรรมเพื่อจัดการรบกวนระหว่างทำกิจกรรมที่ขัดแย้งกันด้วยการออกแบบที่ดี

3. สร้างความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบล กรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเขาใหญ่ – ปากช่อง ผู้ประกอบการเอกชน เพื่อสร้างการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการจัดการการท่องเที่ยว จัดประชุมทุกเดือนเพื่อสรุปผล ประเมินผล โดยมีฝ่ายที่รับผิดชอบในการติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง

4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยวด้านต่างๆ เช่น เพิ่มห้องน้ำสาธารณะที่ถูกละเลยลักษณะให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เพิ่มไฟส่องสว่างสำหรับการสัญจรในตอนกลางคืน จัดทำเตาเผาขยะที่ถูกละเลยและนำหลัก 3R มาใช้ สร้างการรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยระบบกำหนดตำแหน่งบนโลกหรือ จีพีเอส (Global Positioning System: GPS) ซึ่งปัจจุบันมีการใช้อย่างแพร่หลาย แม้กระทั่งในโทรศัพท์มือถือ การกำหนดตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวลงบนแผนที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้แหล่งท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น จะส่งผลลดการแออัดของนักท่องเที่ยว

5. ให้สร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ในด้านทักษะการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีโอกาสเป็นเจ้าของกิจการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีรายรับเพียงพอต่อความเป็นอยู่ พร้อมทั้งปลูกฝังความเข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความรักความหวงแหนสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างรายได้ของชุมชน

6. ควรมีการส่งเสริมการเดินทางไปบริเวณฐานเขาใหญ่ด้วยการขนส่งมวลชน เช่น เส้นทางรถท่องเที่ยวทางรถไฟ โดยการสร้างเส้นทางรถรถไฟจากกรุงเทพมหานครไปยังพื้นที่ที่เหมาะสม เช่นบริเวณตำบลหมูสี เนื่องจากเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบริเวณฐานเขาใหญ่ในปัจจุบัน และต้องมีการจัดการรถสาธารณะท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เลือก

เดินทางไปโดยรถไฟ การจัดการดังกล่าวจะช่วยลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลซึ่งเป็นแนวทางการลดภาวะโลกร้อน

7. สร้างพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงความสำคัญของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้วยสื่อการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยหน่วยงานศูนย์การเรียนรู้ควรจะต้องนำแนวทางการจัดการแบบแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชน ไปใช้ในการเผยแพร่ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น อันได้แก่นักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่ายท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ส่งเสริมการสร้างของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สินค้าที่ระลึกต้องเป็นสินค้าที่แตกต่างจากแหล่งอื่น ราคาเหมาะสมและหาได้ง่ายในท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนให้มีรายได้ในการเลี้ยงดูตนเองและเติบโตอย่างเป็นลำดับ

2. ควรมีการสนับสนุนการจ้ดนำเที่ยวท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่น โดยการให้องค์ความรู้ในการให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับการกระจายรายได้เป็นของแต่ละชุมชน และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรตนเอง ซึ่งทำให้เกิดความหวงแหนทรัพยากรนั้นๆ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เสนอต่อองค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้องให้ส่งเสริมการให้ความรู้ชุมชนในการพัฒนาลูกจ้างฝีมือ และควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมรับรู้แสดงความคิดเห็นในการจัดการพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวอันจะส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับผลประโยชน์จากการจัดการนั้นๆ

2. เสนอต่อกรมพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวให้สร้างศูนย์การเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลและแหล่งท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย อีกทั้งเป็นแหล่งให้ความรู้เยาวชนในพื้นที่ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรในพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเจาะจงกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มครอบครัว เพื่อศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา เกี่ยวกับความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2. ควรศึกษาวิจัยแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในพื้นที่ใกล้เคียงอื่นๆเช่น อำเภอสีคิ้ว โดยใช้แนวทางเดียวกันกับการวิจัยครั้งนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และ วินัส อัครวณิชทิถาวร. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร, 2550.

ข่าวสด. 20 **ที่ทั่วไทย สุดฮิตในใจนักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROamlyd3dNVE13TVRJMU1nPT0=%C2%A7ionid=TURNd013PT0=&day=TWpBd09TMHhNaTB6TUE9PQ. [2553, มิถุนายน 9]

จิราภรณ์ วัฒนเวช. **กรรมการผู้จัดการ เขาใหญ่ ไฟาใส รีสอร์ท**. **สัมภาษณ์**, 19 มกราคม 2554.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.

ไทยตำบล ดอท คอม. **ค้นหาข้อมูลตำบลในจังหวัด**. [ออนไลน์]. 2543. แหล่งที่มา: <http://www.thaitambon.com/tambon/tsearch.asp?sSearch=%A2%B9%A7%BE%C3%D0&FL=sTambon&provcode=&ORDER=sTambon&AD=ASC&search=%A4%E9%B9%CB%D2+%5BSearch%5D> [2553, ธันวาคม 15]

เทิดชาย ช่วยบำรุง. **เกาะช้างการท่องเที่ยวทางทะเลบนฐานความรู้**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.), 2552.

ธีรพัฒน์ ตื้อตัน. **ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ ตำบลพิชัย อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.

นิคม จารุมณี. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2544.

นิกร เปี้ยมา. **เจ้าของกิจการ เนเชอร์รีทรีต รีสอร์ท เขาใหญ่**. **สัมภาษณ์**, 25 มกราคม 2554.

นิตา ชัชกุล. **อุตสาหกรรม มการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี พรินท์ จำกัด, 2551.

นันทนา แหวนนาค, ประทุมมาลย์ พวงโต และสิริกานต์ ธัญวงศ์พันธ์. **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์**

- พระนครศรีอยุธยา.** รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สาขาศิลปศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548.
- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา. **การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ปรีชา แดงโรจน์. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สู่ศตวรรษที่ 21.** กรุงเทพมหานคร: ไฟว์ แอนด์ ไฟว์ พรินติ้ง, 2544.
- พิชิต ฤทธิจัญญ. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เข้าส์ ออฟ เคอร์รี่ส์, 2549.
- พิมพ์ภัส สีนวงษ์ชัย. **หัวหน้าแผนพัฒนาองค์กร ซาโต เดอ เขาใหญ่. สัมภาษณ์,** 19 มกราคม 2554.
- พัฒนพล ศิลปภักดิ์. **เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ ดี เอส อาร์ แทรเวล จำกัด. สัมภาษณ์,** 18 กุมภาพันธ์ 2554.
- พลพจน์ พลเจริญเกียรติ. **ประธานชมรมการท่องเที่ยวเขาใหญ่ –ปากช่อง. สัมภาษณ์,** 13 มกราคม 2554.
- พยอม ธรรมบุตร. **การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว.** รายงานการวิจัย, สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 2549.
- พุดติ เกิดชูชื่น. **กรรมการผู้จัดการบริษัทแตรี่ โฮม จำกัด. สัมภาษณ์,** 7 กุมภาพันธ์ 2554.
- มานิตย์ มณีธรรม, สารภี ศิลา และวรกิจ **เรื่องเจริญ. โครงการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในหมู่บ้านชาวเขาตามโครงการเงินกู้ OECF จังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาบ้านจะคือ ตำบลห้วยชมภูอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.** [ออนไลน์]. 2545. แหล่งที่มา: <http://homestaythai.tourism.go.th/article.php?Id=306&Ntype=4> [2553, กันยายน 24]
- มหาวิทยาลัยมหิดล. **วิเคราะห์โครงการ “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก.** [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/381_Article%20TAT.pdf [2553, กันยายน 19]

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวหน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545. (อัดสำเนา)
- ระพีพรรณ ทงห่อ และคณะ. **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2549.
- ราณี อธิชัยกุล. **การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์, 2547.
- รุ่งรัตน์ ทองสกุล, มยุเรศ ตนะวัฒนา และวชิราภรณ์ ชนะศรี. **โครงการการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตพังงา และกระบี่ภูเก็ต**. รายงานการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2549.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21. **วารสารเทคโนโลยี ปีที่23 เล่มที่3 (กรกฎาคม –กันยายน 2545): 15-20.**
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. **ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม**. วารสารการท่องเที่ยว ปีที่ 5 เล่มที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2529): 82-89.
- วิภา ศรีระทุ. **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์. การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2551.
- วศิน อิงคพัฒนานกุล. **การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548.
- วรารกุล สุพรรณสาน. **เจ้าหน้าที่นำเที่ยวบริษัททัวร์ แอล เอส แอนด์ เอช จำกัด. สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554.**
- วรารณ์ ไทยดำรงเดช. **พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ในการสำรองที่พักของนักท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- วรรณภา วงศ์วานิช. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิรัตน์เอดดูเคชั่น, 2546.

วรรณี ศิริमानะพงษ์. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

ศิริพร จันทรมนบูรณ์. **หัวหน้าแผนพัฒนาองค์กร สีสาวลัย รีสอร์ท. สัมภาษณ์**, 7 กุมภาพันธ์ 2554.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา, 2547.

ศรัญญา วรากุลวิทย์. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้าปริ้นติ้ง, 2547.

เสวี วงษ์มณฑา. **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและการปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์, 2542.

สาคร จิตตาภาส. **ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. สัมภาษณ์**, 18 มกราคม 2554.

สำนักงานอุทยานแห่งชาติ. **สรุปรายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ปี 2553**. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: http://www.dnp.go.th/nprd/develop/stat_tourist [2553, พฤศจิกายน 10]

สุรินทร์ หลวงนา, อารี หลวงนา, สุจิตรา สืบนุกากรณ์ และธิดา โชติพันธ์. **การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในเขตจังหวัดอีสานใต้**. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 2550.

สุภาภรณ์ หาญทอง. **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2543.

สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ 1 ปราชินบุรี. **อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: <http://www.dnp.go.th/mfcd3/kaoyai.htm> [2553, ธันวาคม 8]

สำนักงานอุทยานแห่งชาติ. **รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ**

ปีงบประมาณ 2543-2552(ย้อนหลัง 10ปี). [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา:

http://www.dnp.go.th/nprd/develop/data/statold/10year_50.pdf [2553, สิงหาคม 25]

สร้อยสิริสุทธิ์ ชี้อชวีช. **แนวทางในการพัฒนาคุณภาพที่พักแบบโฮมสเตย์ในตลาดน้ำอัมพวา.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2553.

สมบัติ กาญจนกิจ. **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สฤษฎ์ แสงอัญญ. **ศักยภาพและแนวทางการจัดการอุทยานแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา จังหวัดพังงา.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

อารีย์ มัยยพงษ์. **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2542.

อิทธิพล ไทยกมล. **ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนบางหญ้าแพรก จังหวัดสุราษฎร์ธานี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อิสริย์ภรณ์ วงศ์ขันตี. **หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาลตำบลห่มมุส. สัมภาษณ์,** 18 มกราคม 2554.

อุทยานแห่งชาติ. **กำหนดปิดการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ.** [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: http://web2.dnp.go.th/parkreserve/close_np.asp?lg=1 [2553, พฤษภาคม 17]

ภาษาอังกฤษ

Baker, D. A. and Crompton, J. L. Quality, satisfaction and behavioral intentions. **Annals of tourism research** 27(July 2000): 785-804, 2001.

Choi, T.Y. and Chu, R. Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry, **International journal of hospitality management** 20 (September 2001): 277-297.

Cronbach, L. J. **Coefficient alpha and the internal structure of tests.** Psychometrika, 1951.

Gee, C.Y., Choy, D.J.L., and Makens, J.C. **The travel industry.** 2nd edition. New York: Van Nostrand Reinhold, 1984.

- George, E. W., and Reld, D. G. The power of tourism: A metamorphosis of community culture. *Journal of tourism and cultural change*. [Online]. 2005. Available from: <http://www.multilingual-matters.net/jtc/003/jtc0030088.html> [2010, May 28]
- Kotler, P. *Marketing management*. 9th edition, New Delhi: Prentice Hall, 1997.
- Likert, R. *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill, 1961.
- Lundberg, D. E. *International travel and tourism*. New York: Wiley, 1985.
- Maslow, A. H. *Motivation and personality*. New York: Harper, 1954.
- Mathieson, A., and Wall, G. *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Pearson Education, 2003.
- Mbaiwa, Joseph E. The sociocultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and cultural change*. [Online]. 2004. Available from: <http://www.multilingual-matters.net/jtc/002/jtc0020163.html> [2008, May 26]
- McIntosh, R. W., and Goeldner, C. R. *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley, 1986.
- McIntosh, R. W., Ritchies, J. R., and Goeldner, C.R. *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York : John Wiley, 1989.
- Page, S. J. *Tourism management: Managing for change*. Oxford: Butterworth-Heinemann Publication, 2009.
- Swarbrooke, J. *Sustainable tourism management*. New York: CABI, 1999.
- Yamane, T. *Statistic, an introductory analysis*. New York: Haper & Row,



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก.

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

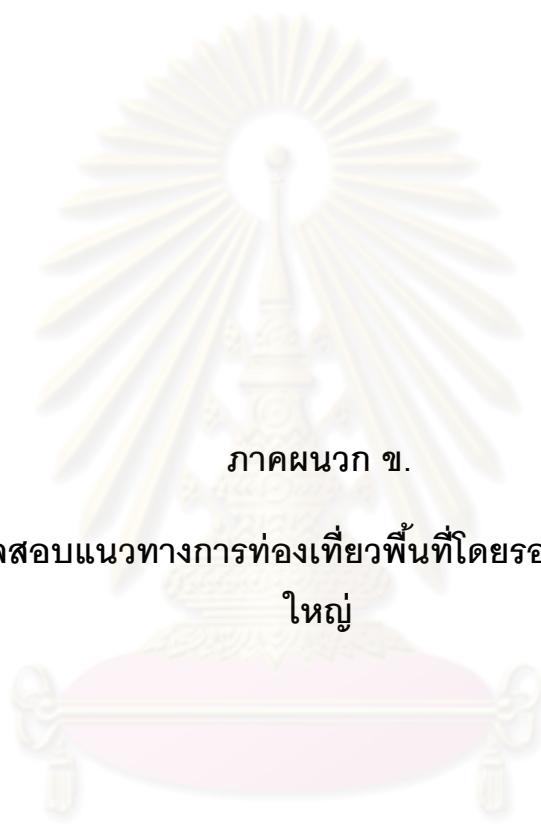
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1.คุณจิราภรณ์ วัฒนเวช | ประธานบริหาร บริษัท เขาใหญ่ ฟาร์ม ไรส์ อาร์ท จำกัด |
| 2.คุณกุลปราโมทย์ วรรณะเลิศ | ผู้อำนวยการกองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว |
| 3.คุณอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์ | ผู้อำนวยการภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| 4.คุณฝไท่ ดวงจิระอุไร | เจ้าของบริษัททัวร์ จัมโบ้ไทย จำกัด |
| 5.คุณพัฒนพล ศิลปาภิสิทธิ์ | เจ้าของบริษัทนำเที่ยว บริษัท ดี เอส อาร์ แทรวอล จำกัด |



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข.

รายนามผู้ตรวจสอบแนวทางการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขา
ใหญ่

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายนามผู้ตรวจสอบแนวทาง

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. คุณนิธิกร เพี้ยมา | เจ้าของกิจการ เนเชอรัลรีทรีท รีสอร์ท เขาใหญ่ |
| 2. คุณจริยาธร สุหู่ | ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ททท.สำนักงานนครราชสีมา |
| 3. คุณพจพจน์ พลเจริญเกียรติ | ประธานชมรมเขาใหญ่ – ปากช่อง |
| 4. คุณพีรยา ใจปิ่น | เจ้าของบริษัท แอล เอส แอนด์ เอช แทรเวล จำกัด |
| 5. คุณพิมพ์ภัส สีนวงษ์ชัย | หัวหน้าแผนพัฒนาองค์กร สีสาวลัย รีสอร์ท |



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค.

เครื่องมือดำเนินการวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่าง ตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

25 ปี หรือต่ำกว่า 25-39 ปี 40-54 ปี
 55-65 ปี

3. สถานภาพ

โสด สมรส

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ

5. ภูมิภาค

ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก
 ภาคตะวันตก ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย แม่บ้าน / พ่อบ้าน อื่นๆ

7. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
 มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ : ปากช่อง – ทางเข้าสู่
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มาแล้วกี่ครั้ง (ในรอบ 1 ปี)

- 1-3 ครั้ง 4-6 ครั้ง มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป

9. ท่านได้รับข้อมูลเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1
ข้อ)

- เพื่อน/ผู้ที่เคยเดินทางมา หนังสือพิมพ์ – นิตยสาร บริษัทนำเที่ยว
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อินเทอร์เน็ต โบรชัวร์/สื่อสิ่งพิมพ์
 งานนิทรรศการ รายการโทรทัศน์/วิทยุ อื่นๆ (โปรด

ระบุ).....

10. ท่านเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ครั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ใด

- พักผ่อน สัมผัสธรรมชาติ ศึกษาหาความรู้
 กิจกรรมผจญภัย การถ่ายภาพ กีฬานันทนาการ
 จัดกิจกรรมต่างๆ เทศกาล/งานประเพณี อื่นๆ (โปรด

ระบุ).....

11. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายเท่าใด ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จึง
เหมาะสม(ค่าใช้จ่าย/ต่อคน)

- น้อยกว่า 3,000 บาท 3,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท
 มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

12. ท่านเดินทางมาพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ด้วยพาหนะใด

- เดินทางโดยรถทัวร์ เดินทางโดยรถตู้ เดินทางโดยรถยนต์เช่า
 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว อื่นๆ (โปรด

ระบุ).....

13. บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับท่านในการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ครั้งนี้)

- มากับครอบครัว มากับญาติ มากับบริษัทนำเที่ยว
 มากับเพื่อน มากับเพื่อนร่วมงาน

14. ท่านมีความประสงค์ใดในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

- ทางธรรมชาติ(น้ำตก,ภูเขา,สวนงู่น เป็นต้น)
 ทางการผจญภัย(ปีนผา, ไร่องาน, ยิงธนู, เฟ้นท์บอล เป็นต้น)
 ทางการเกษตร(ฟาร์มโชคชัย, สวนงู่นกรานด์มอนเต้, ไร่ข้าวโพดสุวรรณ เป็นต้น)

- ทางเทศกาล/งานประเพณี(เทศกาลบอลูนานาชาติ,เทศกาลมหรหรรรมดนตรี,ประเพณีเก็บเกี่ยวผลงุ่น)
- สิ่งก่อสร้างเชิงนันทนาการ อื่นๆ เช่น Palio , Primo Posto , Outlet Village ,Dairy Home เป็นต้น

15.ท่านต้องการเลือกสถานที่พักผ่อนแบบใดในการใช้บริการที่พักพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

- โรงแรม/รีสอร์ท โฮมสเตย์ เต็นท์พักผ่อน
- บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักหน่วยงานราชการ บ้านพักอุทยานแห่งชาติ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16.เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ การเดินทางสะดวก มีกิจกรรมหลากหลาย
- ได้รับส่วนลดพิเศษ มีที่พักหลากสไตล์ มีบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว
- มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง มีชื่อเสียงเป็นมรดกโลก ใกล้กรุงเทพฯ
- อากาศดี มีโอโซนมาก อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความต้องการต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

จากการที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ท่านต้องการองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการเดินทาง ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านของที่ระลึก และด้านธุรกิจนำเที่ยว ในระดับใด

มากที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องหมายเลข 5

มาก ให้เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องหมายเลข 4

ปานกลาง ให้เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องหมายเลข 3

น้อย ให้เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องหมายเลข 2

น้อยที่สุดหรือไม่ได้ใช้บริการในรายการนั้น ๆ ให้เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องหมายเลข 1

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	จุดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
2.	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
3.	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
4.	บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว					
5.	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
6.	ความเป็นมิตร และอัธยาศัยของคนในพื้นที่					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น ปีนเขา, ปั่นจักรยาน, การโรยตัว, ลูกดิ่งขนาดยักษ์, พายเรือคายัค และเส้นทางATV เป็นต้น					
2.	การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา แก่ง					
3.	การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ไร่ร่องุ่น สวนกุหลาบ					
4.	การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน					
5.	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
6.	การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ด้านที่พัก

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	ที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรืออยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว					
2.	ได้รับความสะดวกสบายจากที่พัก เช่น มีอุปกรณ์ครบครัน					
3.	ราคาที่พักที่มีความเหมาะสมกับราคา					
4.	ได้รับความสะดวกในการจอง โดยผ่านช่องทางในการจองที่หลากหลาย					
5.	การส่งเสริมการขายจากที่พัก เช่น มีการลดราคาของที่พัก เป็นต้น					
6.	ความปลอดภัยของพื้นที่ภายในหรือโดยรอบบริเวณที่พัก					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ด้านการเดินทาง

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	รถสาธารณะมีปริมาณมากพอต่อความต้องการเดินทางในตัวจังหวัด เช่น รถสามล้อ รถสองแถว รถรับจ้าง					
2.	มีรถเชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอ หรือสถานที่ท่องเที่ยวเด่นๆ โดยมีเส้นทางรถประจำไว้บริการรับส่ง					
3.	ความชัดเจนของป้ายบอกทางและข้อมูลต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว (โดยสาร โดยรถส่วนตัว)					
4.	สภาพถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (โดยสาร โดยรถส่วนตัว)					

5.	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (โดยสาร โดยรถส่วนตัว)					
----	--	--	--	--	--	--

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	ที่ตั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่ไกลจากที่พักและแหล่งท่องเที่ยว					
2.	ความหลากหลายของรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม หรือเมนูหลากหลายรูปแบบให้เลือก					
3.	การนำเสนอของร้านอาหาร เช่น ความเป็นร้านอาหารอีสาน					
4.	อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เช่น มีความอร่อย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความสดใหม่					
5.	อาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาเหมาะสม					
6.	การส่งเสริมการขายของรายการอาหารและเครื่องดื่ม					
7.	บรรยากาศร้านที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ด้านของที่ระลึก

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย					
2.	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
3.	ผู้ขายสามารถอธิบายรายละเอียดสินค้า มีเรื่องราว					

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
4.	ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม					
5.	ร้านมีความสะอาดและสะดวกสบายต่อการซื้อ					
6.	การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจก แกรม เป็นต้น					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ด้านธุรกิจท่องเที่ยว(เฉพาะผู้ที่เดินทางไปกับกลุ่มผู้ให้บริการท่องเที่ยว/บริษัททัวร์)

ข้อ	รายการ	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1.	โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย					
2.	ไกด์นำเที่ยวที่มีคุณภาพ ใส่ใจรายละเอียดด้านการให้ข้อมูลแก่ท่องเที่ยว					
3.	ได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทนำเที่ยว					
4.	ราคาหรือ โปรแกรมที่มีความเหมาะสม					
5.	บริษัทนำเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้					
6.	บริการมีคุณภาพ มีความปลอดภัย					
7.	การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกแพคเกจ เป็นต้น					

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

แบบสัมภาษณ์เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนง วิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย คำตอบของท่านจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ว่ามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว ความเพียงพอที่พัก อาหาร แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ บุคลากรในการทำงาน หรือไม่ อย่างไร
2. การจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ควรีแนวทางอย่างไร
 - 2.1 ท่านมีความเห็นว่า ด้านพื้นที่ ควรีการจัดการ หรือไม่ อย่างไร
 - 2.2 ท่านมีความเห็นว่าด้านการจัดการบริการท่องเที่ยวควรีการจัดการหรือไม่ อย่างไร
 - 2.3 ท่านมีความเห็นว่าด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรีการจัดการ หรือไม่ อย่างไร
 - 2.4 ท่านมีความเห็นว่า ด้านการมีส่วนร่วมชุมชน ควรีการจัดการ หรือไม่ อย่างไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล	นางสาว ศศิวิมล เลิศวสุรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	25 พฤศจิกายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

- ระดับประถมศึกษา โรงเรียนโยนออฟอาร์ค
- ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนชินโนรสวิทยาลัย
- ระดับอุดมศึกษา
ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาปรัชญาและศาสนา
คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย