

รายงานขั้นสุดท้าย
โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริม
ตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย

ECO & ADVENTURE TOURISM



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
จัดทำโดย : บริษัท อินโนเวทีฟ เนเจอร์ส จำกัด



บทสรุปผู้บริหาร

กระแสการท่องเที่ยวของโลก มีแนวโน้มมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม เริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น หลายประเทศได้มีมุมมองที่สำคัญว่า การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างขาดความระมัดระวัง ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจึงมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นการบริหารจัดการ และการเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวไม่เพียงแค่ออกไปพักผ่อนหย่อนใจ แต่ได้พัฒนาเป็นการหาความรู้ การทำทนายศึกษภาพทางร่างกายและจิตใจ รวมถึง การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ถือเป็น การท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะรูปแบบหนึ่งที่ตอบกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติและ การตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรและกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยึดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็น การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติและเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำทนาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เช่น การพายเรือคายัค ล่องแก่ง ปีนเขา ไรด์ตัว ดูนก และเดินป่า เป็นต้น โดยกิจกรรมถูกพัฒนาขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความเป็นธรรมชาติ กลุ่มที่รักในความท้าทาย หรือการนำความแปลกใหม่มาผสมผสานกับความท้าทายทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นโดยการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure เช่น สภาพการตลาด สภาพปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ ที่มีผลต่อการส่งเสริมตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว Eco & Adventure ของประเทศไทยในปัจจุบัน และโอกาสการขยายตัวของตลาดโดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยว Eco & Adventure โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทยลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็น ความต้องการรวมทั้งมุมมองของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย รวมถึงลักษณะกิจกรรมที่ต้องการ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคตทั้งนี้ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สระบุรี นครราชสีมา นครนายก ปราจีนบุรี เลย หนองคาย กาญจนบุรี เพชรบุรี กระบี่และตรัง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive

Random Sampling) จำนวนทั้งหมด 350 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐส่วนจังหวัด คนในชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยในสวนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจทัศนคติและมุมมองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ของนักท่องเที่ยว จะใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกลุ่มเป้าหมายใน 6 พื้นที่หลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 15 จังหวัด ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น โดยการกำหนดขนาดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเป้าหมายทั้ง 15 จังหวัด จำนวน 2,250 คน ทั้งนี้สถิติที่ใช้มีทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงวิเคราะห์ (Statistical Analysis) ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย เพื่อประเมินความพร้อมในการวางกลยุทธ์การแข่งขันพบสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจความมีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะด้านนิเวศวิทยาและลักษณะเด่นด้านกายภาพโดยเฉพาะภูเขา และทะเล ที่มีความสวยงาม
2. ในหลายพื้นที่ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ทางชีวภาพและพันธุ์พืชอยู่มากถึงแม้ว่าบางพื้นที่จะเสื่อมโทรมไปมากก็ตาม
3. สภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัย ซึ่งหลายพื้นที่ของไทย สามารถจัดกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมแบบ Soft Adventure เช่น การชมธรรมชาติและ Hard Adventure เช่น การปีนผา ล่องแพ หรือดำน้ำ เป็นต้น

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

4. ต้นทุนด้านแรงงานของประเทศไทยยังไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับประเทศอื่น โดยเฉพาะแรงงานที่เป็นชุมชนท้องถิ่น
5. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย มีความแข็งแรง มีการรวมตัวกัน เพื่อช่วยเหลือกันทั้งในด้านนโยบายและด้านการตลาด ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม
6. การจัดรูปแบบกิจกรรมในบางพื้นที่มีความตื่นตัว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี เพราะมีความท้าทาย และมีมาตรฐานเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยด้านการตลาด

7. ราคาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวสูง (Value to money) ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และยังมีช่องว่าง (Value Gap) ที่สามารถขยับราคาขึ้นได้ หากกิจกรรมที่น่าเสนอมีคุณภาพที่เพียงพอ

ปัจจัยด้านนโยบาย

8. ผู้บริหารระดับสูงของประเทศ มีความรู้และความเข้าใจ โดยมีการกำหนดนโยบายในระดับประเทศที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างชัดเจน และหน่วยงานราชการในหลายจังหวัด ได้กำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ขาดเพียงการนำไปปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง

จุดอ่อน

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ

1. ขาดการปรับปรุง ดูแล รักษา อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม และชุมชนท้องถิ่นบางกลุ่มยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์เช่น การเผาป่า การล่าสัตว์ เป็นต้น

2. การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยังมีอุปสรรคหลายด้านที่ทำให้เกิดการเข้าถึงยาก ทั้งเรื่องของการมีป้ายบอกทาง และการคมนาคมสาธารณะ

3. ขาดการบังคับใช้อย่างจริงจัง ในด้านมาตรการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว และขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ (Carrying Capacity) โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

4. ผู้ประกอบการน้อยรายที่ประกอบกิจการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure โดยตรง ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) และยังมี การตัดราคา และลดต้นทุนลดคุณภาพ

5. ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ทำให้ขาดการสร้างคุณค่าจากการเรียนรู้ การพัฒนาเนื้อหา และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว

6. ผู้ประกอบการหลายราย ยังไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของกิจกรรมมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้อุปกรณ์ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ง

7. มัคคุเทศก์ และผู้มีหน้าที่นำเที่ยว ที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มีจำนวนไม่เพียงพอ รวมถึงขาดการวางระบบการศึกษา เพื่อพัฒนามัคคุเทศก์ให้เพียงพอต่อความต้องการ

8. ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขาดความรู้ด้านการทำการตลาด และขาดอำนาจในการต่อรอง ทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้ โดยเฉพาะนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ปิดตัวลงจำนวนมาก

9. ขาดการสำรวจความพึงพอใจ และขาดการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านการตลาด

10. ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทยยังไม่ชัดเจน

11. ขาดการสร้างจุดขาย และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยว ในการมายังพื้นที่ รวมถึงความเชื่อมโยงและต่อเนื่องของกิจกรรมยังมีน้อย

12. การกำหนดราคายังไม่เหมาะสม ผู้ประกอบการบางรายกำหนดราคาค่อนข้างต่ำ มุ่งเน้นเพียงจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากขาดความสามารถในการทำการตลาด ทำให้ได้ นักท่องเที่ยวไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการนำมาพัฒนา รูปแบบกิจกรรม รวมถึงการลดต้นทุน ทำให้ขาดมาตรฐาน

13. ขาดการทำการตลาดด้านออนไลน์ หรือเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ทราบว่าประเทศไทยมีกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ที่ น่าสนใจและมีมาตรฐาน

ปัจจัยด้านนโยบาย

14. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ ยังไม่สามารถนำแนวนโยบายด้านการ ท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มาปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

15. ความเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยวยังไม่ราบรื่น ตลอดกระบวนการ ทำให้ขั้นตอนยังมีความซับซ้อนได้แก่ กระบวนการท่องเที่ยวและกีฬากรรมการ ท่องเที่ยว

โอกาส

1. กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือก โดยเฉพาะท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure มี แนวโน้มการเติบโตทั่วโลก สูงขึ้นอย่างมาก

2. เหตุการณ์ภัยพิบัติที่เกิดสูงขึ้นทั่วโลกในช่วงที่ผ่านมา ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มากขึ้น

3. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวไทย สามารถเดินทางในช่วง วันหยุดระยะสั้นได้มากขึ้น รวมทั้งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในภูมิภาคมีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย

4. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ใน ต้นทุนที่ต่ำลง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และความรู้ ด้านการจัดการกิจกรรมผจญภัยได้ง่ายขึ้น

5. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธกรณีต่างๆที่ ประเทศไทยได้จัดทำขึ้นกับประเทศต่างๆ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายกำลังคน เงินทุน สินค้าและบริการ ได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น

6. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค การแก้ไขปัญหาสภาวะ โลกร้อน และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ เป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งที่จะใช้ ประโยชน์จากวิกฤตดังกล่าวในการสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว

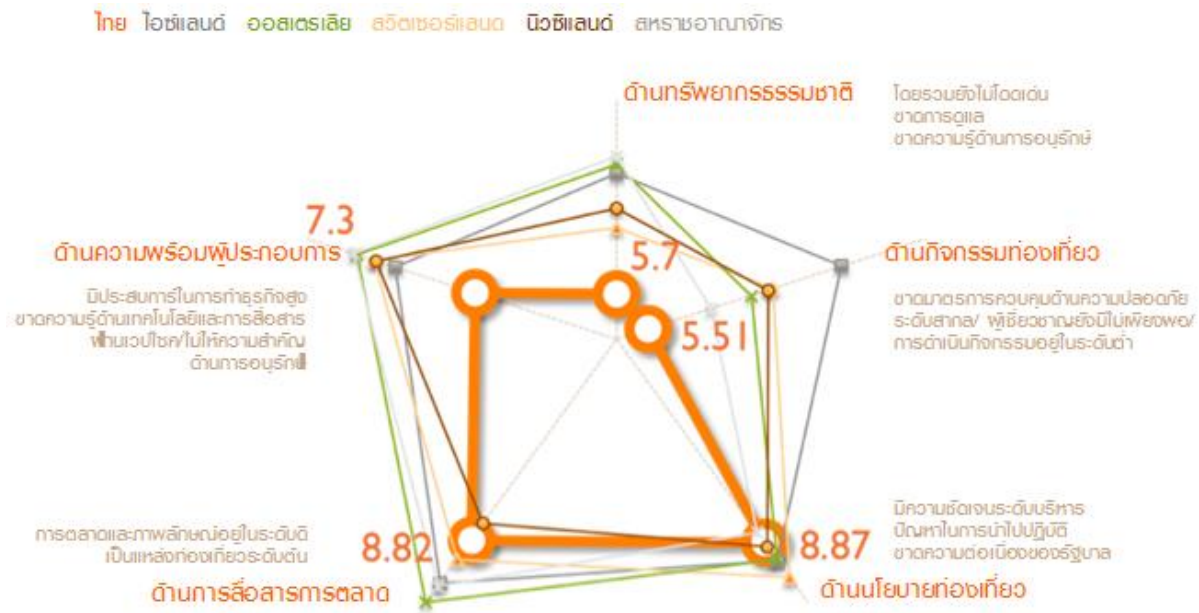
อุปสรรค

1. แรงงานด้านการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น ยังต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศอีกมาก โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ
2. ตัวกลางทางการตลาดรูปแบบใหม่ ทำให้อำนาจในการต่อรองของผู้ประกอบการลดลง ทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น มีการเปรียบเทียบราคาได้ชัดเจน เช่น Agoda.com, asiarooms.com, sawasdee.com, zuji.com, expedia.com
3. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่แน่นอน โดยเฉพาะเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังไม่ฟื้นตัว เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง
4. ปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและเป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นเป็นช่วงๆ อย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา
5. ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รวมถึงภัยจากโรคระบาด ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
6. ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยลดลง เนื่องจากการแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติมีการแข่งขันกันสูง ในการเป็นศูนย์กลางการบินในเครือข่ายระหว่างยุโรป และเอเชียแปซิฟิก และความพร้อมของท่าอากาศยาน เส้นทางบินที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง
7. การแข่งขันระหว่างบุคลากรในอาเซียน การรับรองมาตรฐานอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยวในกรอบความร่วมมือของอาเซียน การเปิดเสรีตลาดแรงงาน อาจจะมีการแข่งขันใหม่ในระดับบุคลากร ซึ่งไทยอาจไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุด เนื่องมาจากทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรไทยค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียน

คู่แข่งของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

ประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย (Non-Asia)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure สูงสุด 5 อันดับแรก พบว่า ประเทศไทยในภาพรวมยังขาดความพร้อมในหลายด้าน ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับต้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา แต่มุมมองหลัก ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น แต่หากพิจารณาเชิงลึก สำหรับการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure พบว่า ประเทศไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากนัก เนื่องจากความไม่พร้อมในหลายด้าน ทั้งนี้ ทรัพยากรธรรมชาติของไทยยังไม่โดดเด่นเท่าใดนัก โดยทรัพยากรที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล คือ ทรัพยากรทางทะเล เป็นหลัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ประเทศไทยยังต้องพัฒนาในหลายด้านโดยเฉพาะมาตรฐานของกิจกรรม การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความพร้อมของผู้ประกอบการ

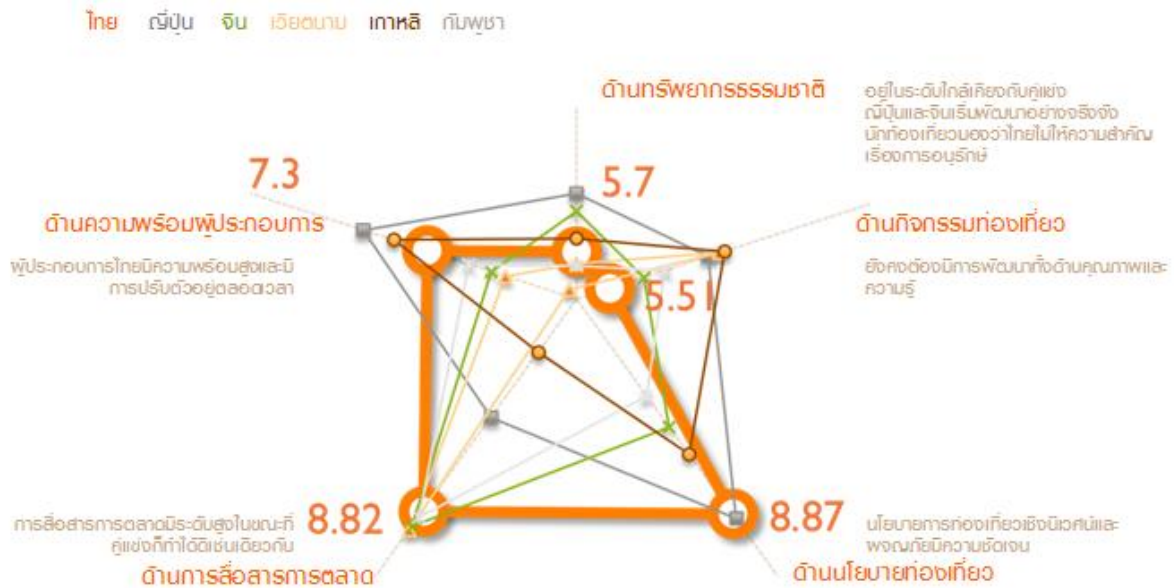


ภาพที่ 1 ระดับความพร้อมของประเทศนอกภูมิภาคเอเชีย

ระดับความพร้อมในปัจจุบัน	เปรียบเทียบกับคู่แข่งนอกภูมิภาคเอเชีย
ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย)	<ul style="list-style-type: none"> • ทรัพยากรธรรมชาติของไทยโดยรวมยังไม่โดดเด่นเท่าใด • ขาดการดูแลรักษาอย่างเป็นรูปธรรมเทียบกับประเทศอื่น • ประเทศไทยขาดความรู้ด้านการอนุรักษ์ และมีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ • ต่างประเทศมีการเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้ประกอบการมาบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (ความท้าทาย ความรู้ ความปลอดภัย)	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมขาดมาตรการควบคุมด้านความปลอดภัยระดับสากลเมื่อเทียบกับประเทศอื่น • ความรู้ด้านการดำเนินกิจกรรมอยู่ในระดับต่ำ • ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะของไทยยังมีไม่เพียงพอ ขณะที่ในต่างประเทศมีการฝึกอบรมอย่างเป็นรูปธรรม
ปัจจัยด้านนโยบายท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> • นโยบายมีความชัดเจนในระดับบริหาร • มีปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติ • ที่ผ่านมามีขาดความต่อเนื่องของรัฐบาล ทำให้หลายโครงการขาดช่วง
ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดลักษณะ (ประสิทธิภาพการสื่อสาร)	<ul style="list-style-type: none"> • การตลาดและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ระดับดี • นักท่องเที่ยวมองประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับต้นๆ
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการไทยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจสูง • ผู้ประกอบการไทยยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี และการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ • ผู้ประกอบการไทยยังขาดความรู้และไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์

ประเทศในภูมิภาคเอเชีย (Asia)

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียพบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ประเทศไทยยังไม่มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาทรัพยากรของประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง และยังไม่สามารถสร้างจุดแข็งที่ชัดเจนได้ รวมถึงในปัจจุบัน ชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์ ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนมีการกำหนดมาตรการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ทั้งนี้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง และเนื่องจากขาดการควบคุมมาตรฐาน รวมถึงผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกองค์ความรู้ จึงควรมีการปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในภูมิภาคด้านการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างทำได้ดี ผู้ประกอบการค่อนข้างมีความพร้อม และมีศักยภาพในการปรับตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน

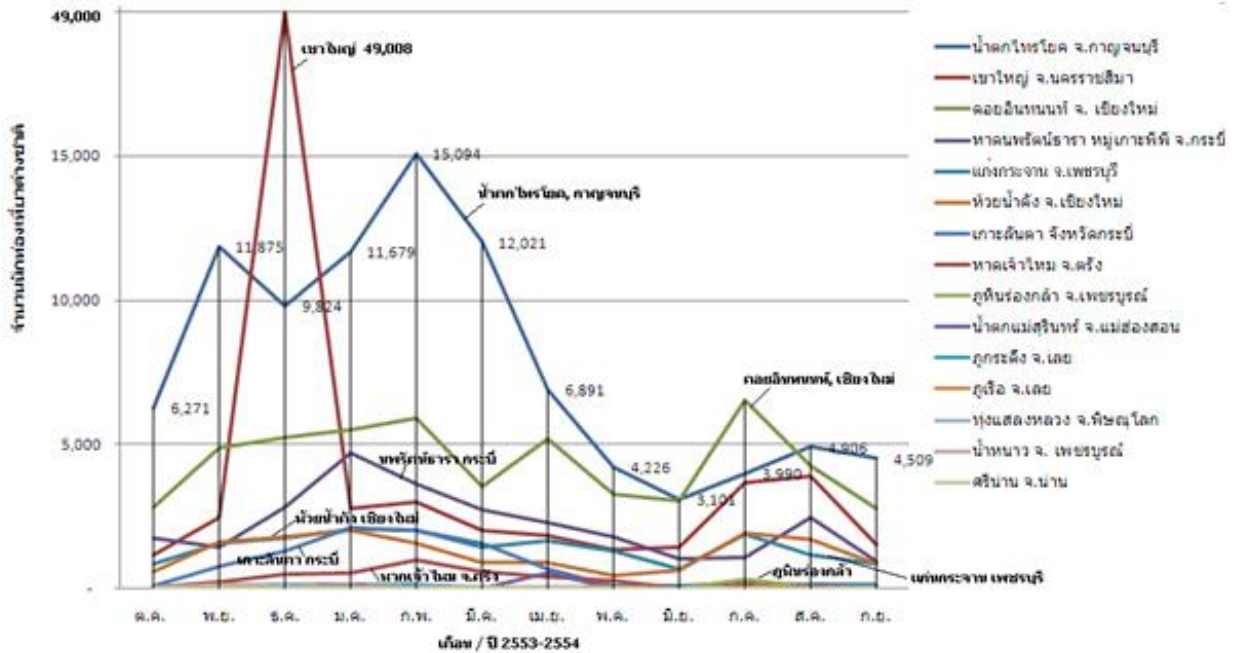


ภาพที่ 2 ระดับความพร้อมของประเทศในภูมิภาคเอเชีย

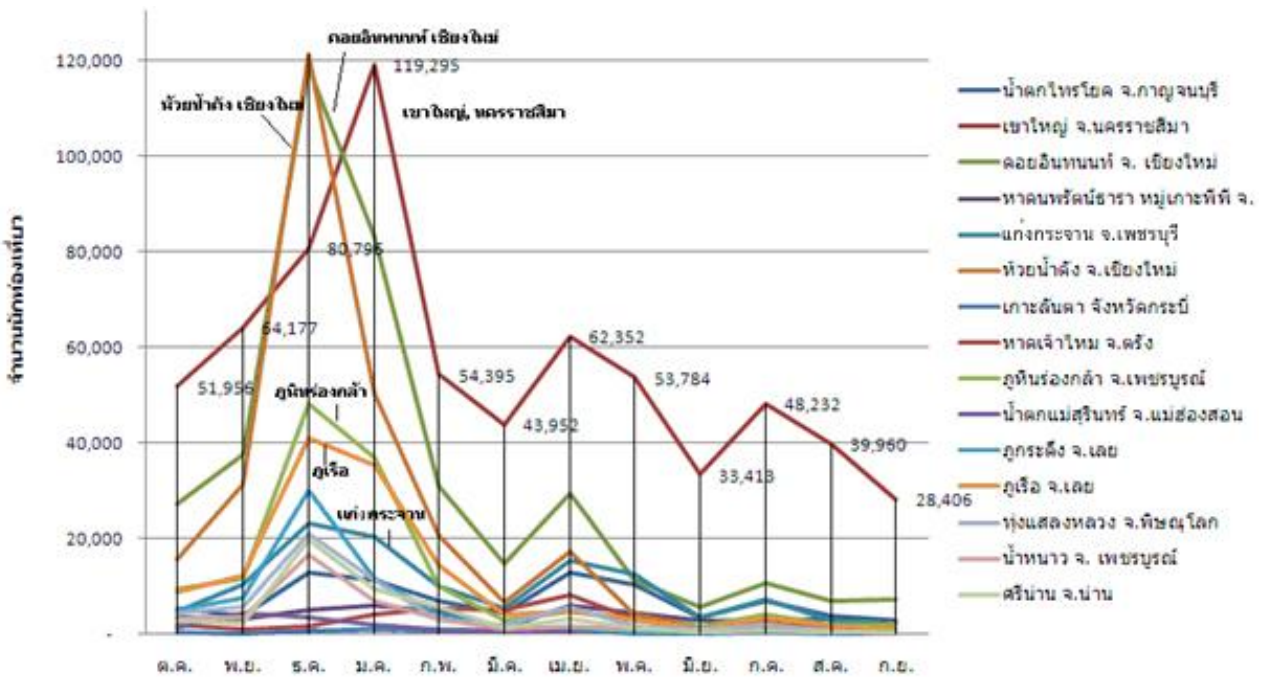
ระดับความพร้อมในปัจจุบัน	เปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย
ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย)	<ul style="list-style-type: none"> ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่ง ญี่ปุ่นและจีน เริ่มมีการพัฒนาด้านการอนุรักษ์อย่างจริงจัง และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวมองว่าประเทศไทยไม่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์
ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย(ความท้าทาย ความรู้ ความปลอดภัย)	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังต้องมีการพัฒนา ทั้งด้านคุณภาพ และด้านความรู้
ปัจจัยด้านนโยบายท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมีความชัดเจนเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยว (ประสิทธิภาพการสื่อสาร)	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารการตลาดมีระดับสูง ในขณะที่คู่แข่งก็ทำได้ดีเช่นเดียวกัน
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมสูง และมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการในญี่ปุ่นมีความรู้เฉพาะทางด้านนิเวศ เช่น การศึกษาแมลง พันธุ์พืช เป็นต้น

สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยจากมุมมองผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง

ผลวิเคราะห์พบว่า สถานการณ์โดยรวมด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังมีจำนวนน้อย และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ยังคงให้ความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการหลายด้าน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่อนุรักษ์หลายพื้นที่ ยังมีจำนวนน้อยมาก และถูกจำกัดในระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น อาทิ เขาใหญ่จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ในเดือนธันวาคม แต่จะพบว่า ช่วงสูงสุดของการท่องเที่ยวเขาใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นสั้นมาก ทำให้ผู้ประกอบการหันมามุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีการใช้จ่ายน้อยกว่าชาวต่างชาติมาก อย่างไรก็ตาม มีบางพื้นที่ที่มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างปีค่อนข้างดี อาทิ น้ำตกไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งปีประมาณ 94,388 คน และมีการกระจายตัวของปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างดี และยังคงมีความสม่ำเสมอในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ในขณะที่ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้จังหวัดที่มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปีจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า ภูกระดึง จังหวัดเลย หรือน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน ดังนั้น ควรมีความส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในช่วงเดือนต่างๆ



ภาพที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย



ภาพที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

เมื่อวิเคราะห์ความพร้อมของจังหวัดต่างๆ ในการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเป็นเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ยังไม่มีจังหวัดใดที่มีความพร้อมในระดับสูง ทั้งนี้พื้นที่ที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับปานกลางได้แก่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี เลย และกระบี่ ส่วนจังหวัดที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับน้อย ได้แก่ จังหวัดน่าน แม่ฮ่องสอน พิษณุโลก เพชรบูรณ์ เพชรบุรี หนองคาย และตรัง อย่างไรก็ตาม หลาย

จังหวัดที่มีความพร้อมในปัจจุบันไม่สูงนัก แต่มีโอกาสในการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัยหลายพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และกิจกรรมที่มีความพร้อมอยู่แล้ว เหลือเพียงการพัฒนาด้านการบริหารจัดการเช่น เชียงใหม่ กาญจนบุรี เขาใหญ่ กระบี่ และตรัง เป็นต้น ทั้งนี้ การพัฒนาจังหวัดเหล่านี้ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ต้องมีการวางแผนการพัฒนาร่วมกัน เพื่อให้เกิดการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ เพราะหากวางแผน และ ดำเนินการแยกส่วน ก็จะขาดความต่อเนื่อง และสร้างความสับสนต่อนักท่องเที่ยว

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
เชียงใหม่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> การผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลายหลายแห่ง และความเชื่อมโยงกิจกรรมที่สอดคล้อง ภาพวาดจากฝีมือช่างที่ได้รับการบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ (GULNNES WORLD RECORDS) ได้รับการบันทึกสถิติ ภาพวาดจากฝีมือช่างที่มีราคาแพงที่สุดในโลก 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจในการผจญภัย
น่าน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ห่างไกล ดังนั้นควรเจาะกิจกรรมและ พัฒนากิจกรรมเสริมในพื้นที่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ท้าทายความสามารถตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด
แม่ฮ่องสอน	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรม Hard Adventure ที่มีชื่อเสียง สามารถพัฒนาให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติได้ เส้นทางการท่องเที่ยววิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า (ลีซอ ลัว่ กะเหรี่ยง มูเซอ ไทยใหญ่ม้ง และจีนฮ่อ) 	<ul style="list-style-type: none"> ท้าทายความสามารถตามกิจกรรมเพื่อทะลุขีดจำกัด Soft Adventure กับ วิถีชีวิตเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชนเผ่า 7 เผ่า
พิษณุโลก	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เชื่อมโยงทางด้านเหนือ คือ คนหมิงของจีน, ทางทิศตะวันตก คือ เมืองเมาะละแมงของพม่าทิศตะวันออกผ่านจังหวัดมุกดาหาร สหวั่นนะเขต สปป.ลาว และด่านงของประเทศเวียดนาม ล่องแก่งเรือยางลำน้ำเข็ก 	<ul style="list-style-type: none"> ผจญภัยสี่แยกอินโดจีน ท้าทายล่องแพพิชิตลำน้ำเข็ก
เพชรบูรณ์	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมจุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์มาก และมีทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภูทับเบิก และธรรมชาติแบบทะเลภูเขา มีอากาศบริสุทธิ์สภาพภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้ชีวิตกลมกลืนกับธรรมชาติกับอากาศบริสุทธิ์ และ เย็นสบาย
กาญจนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เชื่อมโยงการท่องเที่ยวผจญภัยกับประวัติศาสตร์ในพื้นที่เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> แรงบันดาลใจผจญภัยเชิงประวัติศาสตร์
เพชรบุรี	น้อย	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และมีความน่าสนใจของธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติรวมถึงองค์ความรู้ด้านนิเวศ

โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure

จังหวัด	ความพร้อมในปัจจุบัน	ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาด	จุดเด่นที่ควรส่งเสริมด้านการตลาด	ความต้องการเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)
นครราชสีมา	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> เขาใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมรดกโลก แหล่งที่มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติและสัตว์ป่าเชิงลึก โอโซนยืดอายุ กระทิงเขาแผงม้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (ใกล้สูญพันธุ์)
สระบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> สระบุรี (มวกเหล็ก) มีโอโซนมากเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น พายเรือ แค้มป์ปีง 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทาย ความสนุกของกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ไกลกรุงเทพฯ รอยเท้าบนเขาใหญ่ (จะไม่ทิ้งอะไรไว้ในนอกจากรอยเท้า)
นครนายก	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่จัดว่าเป็นอุทยานป่าดงดิบภูเขาที่มีน้ำตกที่โดดเด่นที่สุดของโลก มีกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่หลากหลาย เช่น การปีนเขาและไต่จากหน้าผา ซี่งักรยานท่องเที่ยว การล่องแก่งแม่น้ำนครนายก 	<ul style="list-style-type: none"> สนุก ทำทาย ทำกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำตก ต้องการความปลอดภัยสูง
ปราจีนบุรี	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ชาวต่างชาติจะนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก กิจกรรมล่องแก่ง 	<ul style="list-style-type: none"> แนวอนุรักษ์และเข้าถึงธรรมชาติ ส่งเสริมองค์ความรู้
เลย	ปานกลาง	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> สภาพธรรมชาติสมบูรณ์ประกอบด้วยระบบนิเวศและภูมิประเทศหลากหลายทั้งทุ่งหญ้า ป่าสนเขา ป่าดิบ น้ำตกและหน้าผาชมทิวทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> พิชิตความท้าทายเช่น ภูเรือ ภูกระดึง เมืองแห่งขุนเขา ผจญภัยเขาวงกต (สวนหินผางาม อ.หนองหิน)
หนองคาย	น้อย	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> เด่นด้านวัฒนธรรมประเพณี ส่วนด้านนิเวศและผจญภัยยังมีจุดเด่นไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> ประตูสู่ประเทศลาวและเวียดนาม
กระบี่	ปานกลาง	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ป่าโกงกาง 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ทำทายศักยภาพ
ตรัง	น้อย	สูง	<ul style="list-style-type: none"> ความสมบูรณ์ของธรรมชาติเพราะยังไม่ได้รับการรบกวนจากนักท่องเที่ยวมากนัก 	<ul style="list-style-type: none"> อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล การเรียนรู้เชิงลึก

แนวทางการพัฒนาแบบบูรณาการ

	Tier 1: Logistic & Management Lead	Tier 2: Activity Lead		
1	เชียงใหม่	น่าน	แม่ฮ่องสอน	เลย
2	นครราชสีมา	สระบุรี	นครนายก	ปราจีนบุรี
3	กระบี่	ตรัง		
4	กาญจนบุรี	เพชรบุรี		

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต้องอาศัยต้นทุนในการพัฒนาในระดับสูง อาทิ เส้นทางคมนาคม การสื่อสาร โรงพยาบาล และระบบขนส่ง ดังนั้น กลุ่มจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นที่ที่อยู่ในระดับสูง ควรเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการพัฒนาระบบการเดินทาง เพื่อเชื่อมโยงกับเมืองรอง และกระจายนักท่องเที่ยวไปยังเมืองรองในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งนี้ควรมีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด โดยเริ่มจากจังหวัดหลักในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา กระบี่ และกาญจนบุรี โดยทั้ง 4 จังหวัด ควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยอย่างบูรณาการ ในขณะที่จังหวัดที่เป็นกลุ่มที่สองคือจังหวัดที่เป็นเมืองรอง ซึ่งควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนากิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์มากเพียงพอ ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ควรมีการเชื่อมโยงกับจังหวัดหลัก ในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว และกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ทั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันความโดดเด่นของกิจกรรมยังไม่ชัดเจน และขาดแรงจูงใจเพียงพอในการใช้เวลาการเดินทางเป็นเวลานาน

กลยุทธ์และข้อเสนอแนะ

ด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว: Supply side:

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	ตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์ 1: อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงค่าธรรมเนียมการเข้าใช้พื้นที่เพื่อการนำมาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและว่าจ้างเจ้าหน้าที่อนุรักษ์ การประเมินศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่และนำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง กิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น มีกฎระเบียบในการใช้พื้นที่อนุรักษ์และต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และ เพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน 	<ul style="list-style-type: none"> อุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ผู้ประกอบการ องค์กรส่วนท้องถิ่น กรมป่าไม้ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตร กรมชลประทาน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการพัฒนาการเดินทางแบบองค์รวม	
<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาระบบ Logistic เป็นการนำระบบ GPS มาช่วยในการเลือกเส้นทาง วางแผนเส้นทาง การมี Hotline ให้คำปรึกษาในการเดินทาง และมีระบบมาตรฐานในการเดินทาง การเชื่อมโยงการสายการบิน ต่างประเทศ ในการกำหนดเส้นทาง และการสื่อสารความร่วมมือ ทั้งการเดินทางทางอากาศและทางเรือ มีการทำแผนที่การท่องเที่ยวมาตรฐานให้กับผู้ประกอบการทั้งหมดเพื่อแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบเดียวกัน การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมๆ ลดมลพิษทางอากาศและทางเสียง 	<ul style="list-style-type: none"> กระทรวงคมนาคม หน่วยงานควบคุมการบินพาณิชย์ กรมการบินพลเรือน ผู้ประกอบการขนส่ง กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กลยุทธ์ 3: การบริหารจัดการที่พักเชิงอนุรักษ์	
<ul style="list-style-type: none"> การจัดที่พักให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และ ภูมิทัศน์ โดยกำหนดจำนวนห้องพัก และ จำนวนนักท่องเที่ยว ให้สมดุลกับสภาพแวดล้อม มีการควบคุมระบบระบายน้ำ การจัดการของเสีย เชื้อเพลิง และ ขยะที่เหมาะสม ที่พัก ยังไม่แสดงให้เห็นถึงความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้กระดาษ Recycle, การมีระบบพลังงานแสงอาทิตย์, การอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น ประชาสัมพันธ์ที่พักเชิงอนุรักษ์ และ การจัดการมาตรฐาน (Certify) เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ที่พักใดเป็นที่พักเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ เช่น โครงการบัตรใบไม้เขียว (The Green Leaf Certificate) ส่งเสริมการมีบทบาทและส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และที่พักประเภทต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม สมาคมผู้ประกอบการ สมาคมและมูลนิธิที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิใบไม้สีเขียว กระทรวงสาธารณสุข

กลยุทธ์ 4: สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย

- สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีระบบเตือนภัย เพื่อป้องกันภัยธรรมชาติ
- การท่องเที่ยวแบบ Hard Adventure เป็นกิจกรรมที่มาพร้อมความเสี่ยง ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัย และ การรักษาพยาบาลเบื้องต้นจึงมีความสำคัญ เพื่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยว หรือ แม้กระทั่ง Soft Adventure เช่น การเดินป่า ต้องมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น
- กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
- ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

กลยุทธ์ 5: ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วม

- ควรประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกสารที่สร้างจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ และร่วมกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว
- ควรมีการจัดอบรมและกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้เห็นถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลเสีย/ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่น
- โครงการอบรม ให้ความรู้ และการมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการมากขึ้น
- ป้องกันการเกิดไฟฟ้าโดยชุมชน
- องค์การบริหารส่วนตำบล
- เครือข่ายชุมชน
- ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
- สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้

กลยุทธ์ 6: การลดขั้นตอนการขออนุญาตการใช้พื้นที่อนุรักษ์ และสร้างความชัดเจน

- จัดทำการศึกษา กระบวนการขอเข้าใช้พื้นที่ ของผู้ประกอบการและ ดำเนินการลดขั้นตอนในการขออนุญาตสำหรับผู้ประกอบการในการประสานงานขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่เพื่อจัดระบบให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบที่บริหารจัดการได้
- พัฒนานโยบายในการอนุญาตเข้าใช้พื้นที่ให้มีความชัดเจนและเป็นธรรม
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- กรมป่าไม้
- กรมทรัพยากรน้ำ
- กรมชลประทาน
- ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว Demand Side:

Strategy	
กลยุทธ์ 1: การประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มประเภทกิจกรรม และสื่อแบบเฉพาะเจาะจง	
<ul style="list-style-type: none"> • ประชาสัมพันธ์เส้นทางโอโซน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและสัตว์ป่า • ประชาสัมพันธ์สะสมไมล์ (ความสูง) สำหรับกิจกรรมปีนเขาหรือโรยตัว • ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ น้ำตก ทะเล • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม • ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่เน้นเรื่องความรู้เฉพาะ เช่น ติดตามชีวิตสัตว์ป่า • ทำการตลาดโดยเจาะกลุ่มไปที่สมาคม ชมรมท่องเที่ยวผจญภัยทั่วโลก • มีการสร้างองค์ความรู้ผ่านชุมชนออนไลน์ เพื่อสร้างชุมชนที่มีความผูกพันและการมีส่วนร่วม • โฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและต่างประเทศ • การสร้างเรื่องราวแรงบันดาลใจให้กับการท่องเที่ยว: ศึกษาเรื่องราวท่องเที่ยวในพื้นที่ แล้วนำเรื่องราวมาย่อยออก สร้างเป็นแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยว เลือกรายการที่มีความหมายมากยิ่งขึ้นร้อยเรียงเรื่องราว เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงมีการบันทึกสถิติให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสะสมและวัดสมรรถภาพทางร่างกาย 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • สมาคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ • ผู้ประกอบการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ 2: กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและนอกประเทศ	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างเครือข่ายนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย • สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยทั้งในและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล • การสร้างเครือข่ายกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สัตว์ป่า อดโลกร้อน ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น • การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร่วมงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • Friends of the Earth (International) • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สถานทูตไทยในต่างประเทศ • สมาคมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ
กลยุทธ์ 3: สร้างผู้ประกอบการต้นแบบ ตามประเภทกิจกรรมผจญภัย	
<ul style="list-style-type: none"> • จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในระยะสั้น และระยะยาว • มีการออกเอกสารรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว • สร้างผู้ประกอบการต้นแบบตามประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยและเปิดให้ดูงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ 4: การให้ความสำคัญด้านมาตรฐานของอุปกรณ์ กิจกรรม และระเบียบข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว	
<ul style="list-style-type: none"> • มีการกำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์และมือถือนักท่องเที่ยวในการตรวจสอบ • ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน • มีการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของอุปกรณ์ในกิจกรรมรูปแบบต่างๆ • เครื่องมือผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม • กระทรวงอุตสาหกรรม • มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

Strategy	
กลยุทธ์ที่ 5: การพัฒนากิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้มีความตื่นเต้น ได้รับความรู้ และมีเอกลักษณ์	
<ul style="list-style-type: none"> • มีการเชื่อมโยงกิจกรรมนิเวศและผจญภัยที่หลากหลายและต่อเนื่อง โดยมีความเหมาะสมกับทรัพยากรธรรมชาติ • มีการจัดแบ่งกิจกรรมตามความยากง่าย และ คำแนะนำสำหรับกลุ่มที่เหมาะสมในการเล่นกิจกรรมนั้นๆ แต่หลายแห่งขาดมาตรฐาน • กิจกรรมแต่ละประเภท ไปทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยว • กิจกรรมมีความสนุก ตื่นเต้น และมีความปลอดภัย • มีการคิดค้นกิจกรรมใหม่อยู่เสมอ และกิจกรรมเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ภาคมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • สมาคม และชมรม ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ • หน่วยงานราชการระดับท้องถิ่น • ชุมชนท้องถิ่น
กลยุทธ์ที่ 6: กลยุทธ์ด้านสร้างสื่อรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่	
<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารในรูปแบบของ Magazine หรือ นิตยสารการท่องเที่ยวเชิงความรู้ จะเป็นการสร้างชุมชน เช่น พิพิธภัณฑ์แมลง มีการเขียนความรู้ด้านแมลงให้กับผู้สนใจในต่างประเทศ ทำให้มีการเดินทางมาเพื่อชมแมลงที่มีความเฉพาะ • การทำรายการทีวี เพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวในประเทศให้มีความรู้มากยิ่งขึ้น • การทำรายการที่ไวออนไลน์ลงใน Youtube หรือ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันมีการทำรูปแบบดังกล่าว แต่ไม่มีมาตรฐาน ส่วนมากผู้ประกอบการทำเองแบบไม่ใช่มืออาชีพ • การใช้เทคโนโลยีในการทำตลาด เช่น Mobile Application สำหรับนักท่องเที่ยว, Online booking & e-Payment, เทคโนโลยีบริการ: Call Center สำหรับนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> • กรมการท่องเที่ยว • กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี • กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร • สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ
กลยุทธ์ที่ 7: การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM)	
<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำระบบความสัมพันธ์ลูกค้า และมีการบันทึกข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ • มีการจัดทำ ecotourism card สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นส่วนลดกิจกรรม Eco & Adventure tourism • ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ประกอบการ • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ที่ 8: พัฒนาความรู้เชิงวิชาการ และความร่วมมือกับภาคการศึกษาและการวิจัย	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษาในพื้นที่ และถ่ายทอดไปยังผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น • พัฒนางานวิจัย เพื่อให้มีความรู้เฉพาะ และสร้างความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • มหาวิทยาลัยในพื้นที่ และหน่วยงานภาคการศึกษา • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ECO & ADVENTURE TOURISM

รายงานขั้นสุดท้าย
โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริม
ตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนิเวศและผจญภัย



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

www.etatjournal.com , www.tourismthailand.org