

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน (2546-2547) ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้มี 3 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติผาแต้ม เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ได้รับใบอนุญาตในจังหวัดอุบลราชธานี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน และใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ในการจัดเก็บข้อมูล

ผลการศึกษามีดังนี้

1) สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ยังคงมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย สามารถมาเที่ยวได้ทุกฤดูกาล มีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมาย ได้แก่ กิจกรรมศึกษาประวัติศาสตร์/ธรณีวิทยา กิจกรรมเที่ยวชมน้ำตก กิจกรรมชมพันธุ์ไม้ กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม กิจกรรมชมพระอาทิตย์ขึ้นก่อนใครในสยาม เป็นต้น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้และสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวและเยาวชน เช่น การจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โครงการอนุรักษ์ธรรมชาติ Big Cleaning การจัดทำป้ายคำขวัญณรงค์ให้อนุรักษ์ธรรมชาติ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง ปัญหาสำคัญส่วนใหญ่ที่พบในอุทยานแห่งชาติผาแต้ม คือ สถานที่ตั้งอยู่ห่างไกลตัวเมือง มีร้านค้าให้บริการน้อย และจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งในอุทยานฯ อยู่ห่างไกลกันมาก

2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ควรเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยว ตลาดกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลยุทธ์ในการดำเนินการด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า โดยการจัดเป็นแพ็คเกจทัวร์ให้เหมาะสมกับฤดูกาล แต่ละโปรแกรมจะมีกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จัดทำสินค้าที่ระลึกที่เป็นของอุทยานแห่งชาติผาแต้มให้มีความหลากหลาย และมีมากขึ้น ควรตั้งราคาที่เหมาะสม การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น ควรมีการจัดตั้งฝ่ายการตลาดที่ดูแลรับผิดชอบการดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุก และมีการทำการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กลยุทธ์การตลาด, อุทยานแห่งชาติ

This research has two main purposes. It aims at studying the current situation of Ecotourism in Pha Taem National Park area (2546-2547 B.E.) and investigating the way to develop marketing strategy for eco-tourism of Pha Taem National Park, Ubon Ratchathani.

The informants providing the information for this research can be categorized into three groups: the tourists visiting Pha Taem National Park, the National Park authorities, and licensed tourism entrepreneurs. The researchers used accidental sampling and purposive sampling as means to conduct this research. There were 410 participants answering the provided questions. Questionnaires and interviewing were used as methodology to collect the data.

**The general results suggest that**

1) The current situation of eco-tourism in Pha Taem National Park is positive. The National Park's biodiversity remains abundant and has varieties of tourist attractions. Trips are possible for all seasons. There are various activities provided for the visitors such as learning the historical background of the National Park / the geology, visiting waterfalls, watching botany, traveling through a forest and having lesson about nature, learning the culture and the indigenous people's way of life, and sightseeing the rising sun. The activities providing knowledge to the tourists and encouraging them to have the awareness of natural resources and the environmental conservation are also complemented, for instance, holding a preserving natural resources and the environmental youth camp, natural conservation project called Big Cleaning, and making a slogan notice board campaigning for natural conservation. The Ecotouring behavior of the tourists is moderate. The major problems regarding Ecotourism in Pha Taem National Park are its distant and isolated location and the difficulty to access each attraction.

2) The method to develop the marketing strategy for Ecotourism of Ubon Ratchathani's Pha Taem National Park is to emphasize on increasing the number of the tourists as well as their expenditure per head. The main target market groups are Thai tourists, groups of families, students and tourists with group tours. The significant strategies concerning marketing proceeding for Ecotourism of Pha Taem National Park are 1. Developing the tourist places to have more varieties by organizing a package tour for each season's trip and each trip must contain activities emphasizing on creating the consciousness of natural resources and environmental preservation, 2. Producing various and more Pha Taem National Park souvenirs with affordable price, and 3. Expanding more channels of distribution by establishing a marketing department which is in charge of strategic marketing and complementing a marketing promotion earnestly.

**Keywords:** Ecotourism, Marketing Strategies, National Park