

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “คุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านการเรียนรู้ทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ประเทศไทย” คณะผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม รายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1.1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 13,500-26,999 บาท และมีที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน คือ กรุงเทพมหานคร

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี

2.1 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานรวมครั้งนี้ด้วยโดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้รวมทั้งหมดโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน คือ มาด้วยตนเองกับครอบครัว และมาด้วยตนเองกับเพื่อน มีแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานที่ประทับใจมาก คือ เขาพะเนินทุ่ง มีกิจกรรมที่สนใจและมีส่วนร่วมในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน คือ ดูทะเลหมอก

2.2 นักท่องเที่ยวมีเหตุจูงใจให้มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานในระดับมาก ในเรื่อง เพื่อผ่อนคลาย รองลงมาคือ เพื่อความเพลิดเพลินกับเพื่อนและครอบครัว ชมความสวยงามของทัศนียภาพ และเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่และแตกต่าง นักท่องเที่ยวมีเหตุจูงใจให้มาท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก ในเรื่องเพื่อเรียนรู้ธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า เพื่อผจญภัย และเพื่อพบปะและสมาคมกับกลุ่มที่เดินป่าด้วยกัน ตามลำดับ

2.3 นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานในเรื่องต่างๆ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานในระดับมาก ในเรื่องหลุดพ้นจากความจำเจซ้ำซาก รองลงมาคือ หลุดพ้นจากความสับสนวุ่นวายของผู้คน หลุดพ้นจากชีวิตการทำงาน เพลิดเพลิน ความงดงามของทัศนียภาพ เช่น ทะเลหมอก ความสนุก รู้สึกตื่นเต้น ประทับใจ ความงดงามของสัตว์ป่า เช่น ผีเสื้อ นก ฯลฯ นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานในระดับค่อนข้างมาก ในเรื่องทำให้เกิดความรู้สึกที่ต่อสัตว์ป่า ความงดงามของธรรมชาติ เช่น กล้วยไม้ป่า ทำให้เกิดความรู้ด้านเส้นทางเดินป่า และมีความรู้ด้านธรรมชาติ/พันธุ์พืช ตามลำดับ

3. การเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติแก่ง กระเจาน

3.1 ความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้าน อารมณ์ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้

(1) **ด้านความรู้สึก** นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจาน มีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านความรู้สึกโดยรวมในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านความรู้สึกในระดับดีทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องรู้สึกประทับใจอย่างมากในการท่องเที่ยวที่นี้ทั้งในด้านการพบเห็น/สัมผัสธรรมชาติ รองลงมาคือ อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานสามารถกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 และการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานเปลี่ยนแปลงที่ดีในประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตามลำดับ

(2) **ด้านอารมณ์** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านอารมณ์โดยรวมในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านอารมณ์ในระดับดีทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานกระตุ้นความรู้สึกที่ดีอย่างมาก รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานสามารถสร้างความรู้สึกมากมาย และมีความผูกพันด้านอารมณ์กับอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานตามลำดับ

(3) **ด้านพฤติกรรม** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมโดยรวมในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมในระดับเห็นด้วยในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานทำให้มีกิจกรรมทางร่างกาย รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานทำให้มีประสบการณ์ของร่างกาย และการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานมีเป้าหมายไปที่กิจกรรม การกระทำต่างๆ ตามลำดับ

(4) **ด้านความรู้** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านความรู้โดยรวมในระดับค่อนข้างดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านความรู้ในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ ดังนี้ในเรื่องการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานเป็นอาหารสมอง รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานทำให้เกิดกระบวนการทางความคิด และการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานกระตุ้นพฤติกรรมการแก้ปัญหา ตามลำดับ

3.2 **ความคุ้มค่าที่รับรู้** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้จากการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าที่รับรู้จากการท่องเที่ยวในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานมีความคุ้มค่าเงินเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานมีผลประโยชน์มากกว่าเงินที่จ่าย และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานมีความเหมาะสม ตามลำดับ

3.3 ผลประโยชน์ตามหน้าที่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ตามหน้าที่ เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นโดยรวมในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ตามหน้าที่ เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในระดับค่อนข้างมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน สามารถตอบสนองความต้องการได้เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น และความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ตามลำดับ

3.4 ผลประโยชน์ทางอารมณ์/ความรู้สึก นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ทางอารมณ์/ความรู้สึกโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ทางอารมณ์/ความรู้สึกในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องรู้สึกเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน รองลงมาคือ รู้สึกตื่นเต้นในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน และรู้สึกอบอุ่นในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตามลำดับ

3.5 ผลประโยชน์ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเอง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเองโดยรวมในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านผลประโยชน์ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเองในระดับค่อนข้างมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน บ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของตน รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานสะท้อนถึงตัวตนที่แท้จริง และการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานส่งเสริมบทบาททางสังคม ตามลำดับ

3.6 การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องสามารถระลึกชื่อของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ลักษณะบางประการของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานเข้ามาอยู่ในความทรงจำอย่างรวดเร็ว สามารถจินตนาการลักษณะของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานได้ และรู้จักอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานเป็นอย่างดี ตามลำดับ

3.7 ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี ในเรื่อง ความน่าชื่นชม รองลงมาคือ ความงดงาม และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องความผ่อนคลาย และความน่าตื่นเต้น ตามลำดับ

3.8 ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องถ้าต้องการท่องเที่ยวอีกจะท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน รองลงมาคือ โอกาสที่จะท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานอีก และการท่องเที่ยวครั้งต่อไปมีแนวโน้มจะไปอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตามลำดับ

3.9 ความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อให้กับบุคคลอื่น นักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อให้กับบุคคลอื่นโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อให้กับบุคคลอื่นในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ในเรื่องจะบอกเล่าสิ่งที่ดีของอุทยานแห่งชาติแก่กระงานให้กับบุคคลอื่น รองลงมาคือ โอกาสที่จะแนะนำ/บอกต่ออุทยานแห่งชาติแก่กระงานให้กับบุคคลอื่น และจะแนะนำบุคคลอื่นให้ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่กระงานตามลำดับ

3.10 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่กระงาน นักท่องเที่ยวมีปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว ดังนี้ คือ ถนนหนทาง ขรุขระ ไม่ดี รองลงมาคือ สาธารณูปโภค เช่น บางแห่งไม่มีไฟฟ้า ห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด ร้านอาหารและที่พักมีน้อย สภาพภูมิอากาศไม่คงที่ นักท่องเที่ยวหนาวหนาวแน่นอนเกินไป การประชาสัมพันธ์มีน้อย เช่น ป้ายบอกทาง และเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ตามลำดับ

3.11 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติแก่กระงาน นักท่องเที่ยวมีความข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังนี้ ขยายถนนให้มากขึ้น ปรับปรุงให้ดี รองลงมาคือ ทำห้องน้ำให้สะอาด ร้านอาหารควรมีมากกว่านี้ ลดค่าเช่าจักรยาน เจ้าหน้าที่ให้บริการควรมีมากขึ้น ควรเพิ่มบริการเสริม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม เน้นการรักษาธรรมชาติ ความสะอาด และเพิ่มถังขยะ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น ป้ายบอกทาง ตามลำดับ

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

1. สมมติฐานข้อที่ 1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย และแรงจูงใจด้านการผจญภัย) ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว (ประสบการณ์ด้านพฤติกรรมและความรู้, ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก) คุณค่าที่รับรู้ (คุณค่าด้านการเงิน, คุณค่าด้านหน้าที่, คุณค่าด้านอารมณ์, คุณค่าด้านการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง) คุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว, ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว) ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว และการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต ส่วนแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย แรงจูงใจด้านการผจญภัย ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมและความรู้ คุณค่าที่รับรู้ด้านการเงิน และคุณค่าที่รับรู้ด้านการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

2. สมมติฐานข้อที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย และแรงจูงใจด้านการผจญภัย) ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว (ประสบการณ์ด้านพฤติกรรมและความรู้, ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก) คุณค่าที่รับรู้ (คุณค่าด้านการเงิน, คุณค่าด้านหน้าที่, คุณค่าด้านอารมณ์, คุณค่าด้านการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง) คุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว, ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว) ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย แรงจูงใจด้านการผจญภัย ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ และภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ ส่วนประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมและความรู้ คุณค่าที่รับรู้ด้านการเงิน คุณค่าที่รับรู้ด้านการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง และการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ

3. สมมติฐานที่ 3 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 เพศที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.2 อายุที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย ด้านการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-44 ปี มีแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25-34 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต และความตั้งใจที่แนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, .05, 01 และ .01 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต และความตั้งใจที่แนะนำ/บอกต่อ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด/ม่าย/หย่าร้าง ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการผจญภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต มีแรงจูงใจด้านการผจญภัย มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานด้านการค้า และมากกว่านักท่องเที่ยวอาชีพอื่นๆ เช่น เกษตรกร แม่บ้าน ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.5 รายได้ครัวเรือนต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนแตกต่างกันมี แรงจูงใจด้านการผจญภัย คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ และภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 53,999 บาท มีการเรียนรู้ทางธรรมชาติ

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกด้านที่กล่าวมามากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 54,000 บาทขึ้นไป ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.6 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านการผจญภัย และคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่ต่างจังหวัดมีแรงจูงใจทั้ง 2 ด้านมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่กรุงเทพฯ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการทดสอบความแตกต่าง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย ด้านการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี มีแรงจูงใจด้านความผ่อนคลายมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป (เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุน้อยอยู่ในวัยทำงานจึงมีแรงจูงใจต้องการการผ่อนคลายมากกว่าคนที่อายุมาก) และกลุ่มที่มีอายุ 45 ขึ้นไป มีการรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปนั้น เป็นกลุ่มที่มีอายุมากที่สุด มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นจึงมีการรู้จักอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงมีประสบการณ์อันยาวนานซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากการที่เคยท่องเที่ยวมาแล้ว หรือเกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ หรือได้รับการบอกต่อจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ดังนั้นจึงรู้จักแหล่งท่องเที่ยวอุทยานฯแก่งกระจานเหนือกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งประเด็นนี้จะสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า กลุ่มที่มีอายุต่างกันจะมีแรงจูงใจ และมีการรับรู้/การรู้จักที่แตกต่างกัน (Kotler & Keller, 2009, p. 256)

2. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต และความตั้งใจที่แนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน โดยกลุ่มสมรส/อยู่ด้วยกัน มีความเห็นด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต และความตั้งใจที่แนะนำ/บอกต่อมากกว่ากลุ่มโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ เนื่องจากกลุ่มโสดส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาที่มีอายุน้อย จึงถือว่ามีประสบการณ์ต่ำกว่า ดังนั้นจึงมีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต ความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า สถานภาพแตกต่างกัน มีการรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมแตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99)

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการผจญภัยแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ใช้แรงงานในการผลิต มีแรงจูงใจด้านการผจญภัยสูงสุด และมากกว่ากลุ่มพนักงานด้านการค้าและกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น เกษตรกร แม่บ้าน ฯลฯ เพราะกลุ่มผู้ใช้แรงงานในการผลิตอยู่ในวัยทำงานซึ่งมีขีดความสามารถจากทักษะของการใช้แรงงานมากอยู่แล้ว จึงชอบการเดินทางผจญภัยมากกว่า อีกทั้ง 2 กลุ่มหลังมีโอกาสที่จะท่องเที่ยวเพื่อผจญภัยน้อยกว่า เนื่องจากอาชีพและอายุไม่เอื้ออำนวยจึงมี

แรงจูงใจด้านนี้น้อยกว่า ดังนั้นกลุ่มแรกจึงมีแรงจูงใจด้านการผจญภัยมากกว่า 2 กลุ่มหลัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจ คุณค่า และความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548, หน้า 114)

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการผจญภัย คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการผจญภัย คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ และภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 53,999 บาท) มีด้านต่างๆ ที่กล่าวมามากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง (รายได้ 54,000 บาทขึ้นไป) ซึ่งกลุ่มหลังนี้จะมีอำนาจการซื้อที่จะไปท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ซึ่งมีความปลอดภัยมากกว่าหรือดีกว่าการท่องเที่ยวผจญภัย อีกทั้งกลุ่มที่มีรายได้ต่ำจะมองเห็นคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ระดับสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง นอกจากนี้ยังเห็นคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ และมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงด้วย เนื่องจากกลุ่มที่มีรายได้สูงมีอำนาจซื้อมากกว่าจึงสามารถเปรียบเทียบและเลือกการท่องเที่ยวแห่งอื่นได้มากกว่า จึงมีการรับรู้ในระดับต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจ การรับรู้ในคุณค่า และภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99)

5. นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านการผจญภัยและคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่อาศัยในกรุงเทพฯ มีแรงจูงใจด้านการผจญภัยต่ำกว่านักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด เพราะสภาพแวดล้อมในต่างจังหวัดมีลักษณะที่ต้องใช้การผจญภัยมากกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดมีความคุ้นเคยอยู่แล้ว จึงมีแรงจูงใจด้านการผจญภัยมากกว่า อีกทั้งนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เห็นคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ (ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถทางการแข่งขันของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น และความสามารถในการตอบสนองความต้องการ เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น) จึงสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า นักท่องเที่ยว/ผู้บริโภคที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านการผจญภัยและคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่แตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99)

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต มีดังนี้ (1) คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานสามารถตอบสนองความต้องการได้ เนื่องจากมีความหลากหลายมากกว่า เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2008, p. 195) (2) ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก ได้แก่ ความรู้สึกเพลิดเพลิน ตื่นเต้น และอบอุ่น เหล่านี้ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2008, p. 195) (3) ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความน่าชื่นชม ความงดงาม ความผ่อนคลาย ความน่าตื่นเต้น เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Keller (2009, p. 783), Keller (1993), Baloglu และ McCleary (1999) (4) คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ซึ่งประกอบด้วย ความรู้สึกเพลิดเพลิน ตื่นเต้นและอบอุ่นในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Keller (2008, p. 69) (5) การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย สามารถระลึกชื่อได้ มีความทรงจำในลักษณะบาง

ประการที่ดี สามารถจินตนาการเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติแก่กระเจานได้ เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจ
ท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Kotler และ Keller (2006, p. 268)

7. ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ มีดังนี้ (1) ประสบการณ์ด้านอารมณ์และ
ความรู้สึก ซึ่งประกอบด้วย ความประทับใจจากการพบเห็น/สัมผัสธรรมชาติ สามารถเปลี่ยนแปลง
ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในแง่ดี กระตุ้นความรู้สึกที่ดี เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ ซึ่ง
เป็นไปตามแนวคิดของ Keller (2008, p. 195) (2) คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ประกอบด้วย ความ
เพลิดเพลิน ความรู้สึกตื่นเต้น และความรู้สึกอบอุ่น เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ ซึ่ง
เป็นไปตามแนวคิดของ Musa, Hall และ Higham (2004, p. 318) (3) คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ ซึ่ง
ประกอบด้วย คุณค่าด้านการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น การตอบสนองความต้องการได้เหนือกว่าที่อื่น
และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ
ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2008, p. 195) (4) แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย ซึ่ง
ประกอบด้วย ความเพลิดเพลินกับเพื่อน/ครอบครัว การผ่อนคลาย การชมความสวยงามของ
ทัศนียภาพ การเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่และแตกต่าง เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ
ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Musa, Hall และ Higham (2004, p. 318) (5) ภาพลักษณ์ตราแหล่ง
ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความงดงาม ความน่าชื่นชม ความรู้สึกผ่อนคลาย และความน่าตื่นเต้น จาก
การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่กระเจาน เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งเป็นไป
ตามแนวคิดของ Keller (2008, p. 69)

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) และการตลาดตามเป้าหมาย
(Target marketing) ดังนี้

1.1 การแบ่งส่วนตลาดตามอายุ (Age segmentation) ดังนี้ (1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ
35-44 ปี เน้นแรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย (2) เน้นการสื่อสารการตลาดโดยมุ่งที่กลุ่มอายุน้อย (25-
34 ปี)

1.2 เน้นการสร้างภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ความ
ตั้งใจที่จะท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อ โดยมุ่งที่สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3 เน้นการท่องเที่ยวผจญภัยและคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ ที่กลุ่มผู้ใช้แรงงานในการผลิต
และนักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

1.4 มุ่งการจัดการท่องเที่ยวผจญภัย คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์
ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 53,999 บาท)

1.5 มุ่งการท่องเที่ยวผจญภัยและเสริมสร้างคุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่ โดยมุ่งที่กลุ่ม
ต่างจังหวัด

2. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวซ้ำนั้นจะต้องจัดกิจกรรมโดยมุ่งสร้างสิ่งต่างๆ ดังนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้แก่ คุณค่าด้านการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น การตอบสนองความต้องการได้เหนือกว่าที่อื่น และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก ซึ่งประกอบด้วย ความประทับใจจากการพบเห็น/สัมผัสธรรมชาติ สามารถเปลี่ยนแปลงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในแง่ดี กระตุ้นความรู้สึกที่ดี

2.3 ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความน่าชื่นชม ความงดงาม และความผ่อนคลาย

2.4 คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ได้แก่ ความรู้สึกเพลิดเพลิน ตื่นเต้นและอบอุ่นในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

2.5 การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สามารถระลึกชื่อได้ มีความทรงจำในลักษณะบางประการที่ดี สามารถจินตนาการเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานได้

3. เพื่อให้เกิดพฤติกรรมแนะนำ/บอกต่อจะต้องจัดกิจกรรมโดยมุ่งสร้างสิ่งต่างๆ ดังนี้

3.1 ประสบการณ์ด้านอารมณ์และความรู้สึก ได้แก่ ความประทับใจจากการพบเห็น/สัมผัสธรรมชาติ สามารถเปลี่ยนแปลงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในแง่ดี กระตุ้นความรู้สึกที่ดี

3.2 คุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ได้แก่ ความเพลิดเพลิน ความรู้สึกตื่นเต้น และความรู้สึกอบอุ่น

3.3 คุณค่าที่รับรู้ด้านหน้าที่เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้แก่ คุณค่าด้านการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น การตอบสนองความต้องการได้เหนือกว่าที่อื่น และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เหนือกว่าที่อื่น ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

3.4 แรงจูงใจด้านความผ่อนคลาย ได้แก่ ความเพลิดเพลินกับเพื่อน/ครอบครัว การผ่อนคลาย การชมความสวยงามของทัศนียภาพ การเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่และแตกต่าง

3.5 ภาพลักษณ์ตราแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความงดงาม ความน่าชื่นชม และความรู้สึกผ่อนคลาย จากการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

4. เน้นกิจกรรม/การร่วมกิจกรรมเชิงนิเวศ และการศึกษาหาความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้ ดูทะเลหมอก ชมทิวทัศน์ แคมป์ปิ้ง ดูผีเสื้อ ดูนก ล่องแพ/ล่องเรือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ

5. เน้นกิจกรรม/การร่วมกิจกรรม และการศึกษาหาความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนี้ ทะเลสาบอ่างเก็บน้ำเขื่อนแก่งกระจาน จุดชมทะเลหมอก กม.36 น้ำตกป่าละอู น้ำตกทอทิพย์ ชมความงามสองฝั่งแม่น้ำเพชรบุรีและแม่น้ำบางกลอย ชมความงามริมทางสายวังวน-น้ำตกทอทิพย์ ถ้าค้างคาว

6. แก้ไขปรับปรุงสิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรค ตามคำแนะนำของนักท่องเที่ยว ดังนี้ ปรับปรุงถนนหนทางให้เดินทางเข้าออกสะดวก ความสะอาดของห้องน้ำ ความหลากหลายของอาหาร มีป้ายบอกทาง ควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเพียงพอ มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางธรรมชาติ เช่น ดูทะเลหมอก ชมทิวทัศน์ แคมป์ปิ้ง ดูผีเสื้อ ดูนก เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างอุทยานแห่งชาติชั้นนำในประเทศไทย
2. เปรียบเทียบยุทธศาสตร์ความเป็นสากลของอุทยานแห่งชาติในกลุ่มประเทศ AEC
3. พัฒนาอุทยานแห่งชาติใน AEC กับประเทศที่เป็นต้นแบบของอุทยานแห่งชาติที่มีมาตรฐานความเป็นสากลระดับโลก
4. ศึกษาอุทยานแห่งชาติที่เป็นมรดกโลก และมีชื่อเสียงในด้านความยั่งยืน
5. พัฒนาการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อความยั่งยืนใน AEC กับอุทยานที่มีความเป็นสากลระดับโลก
6. ศึกษาประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นของอุทยานแห่งชาติใน AEC