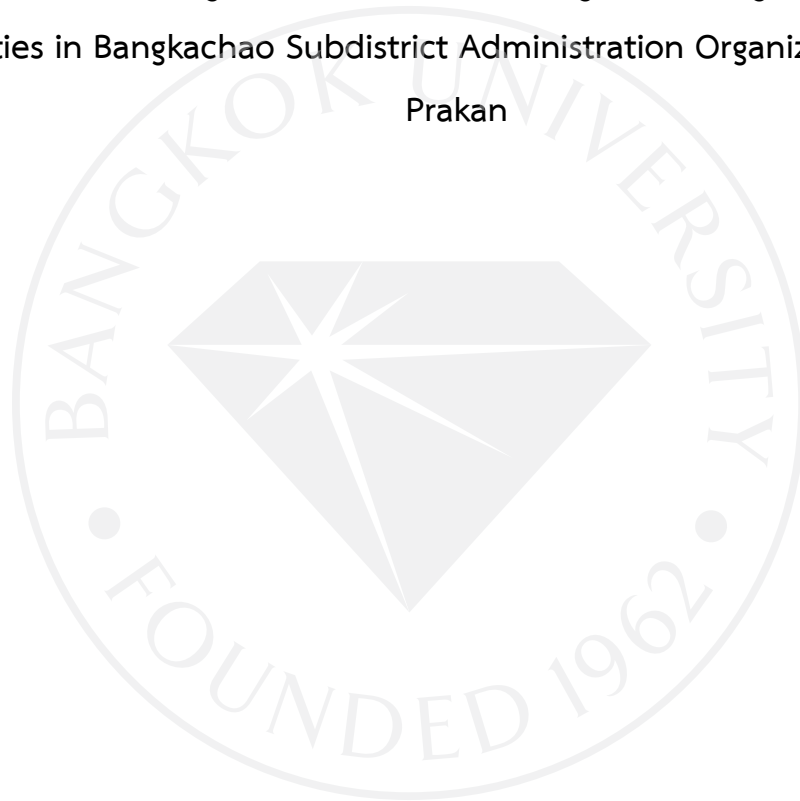


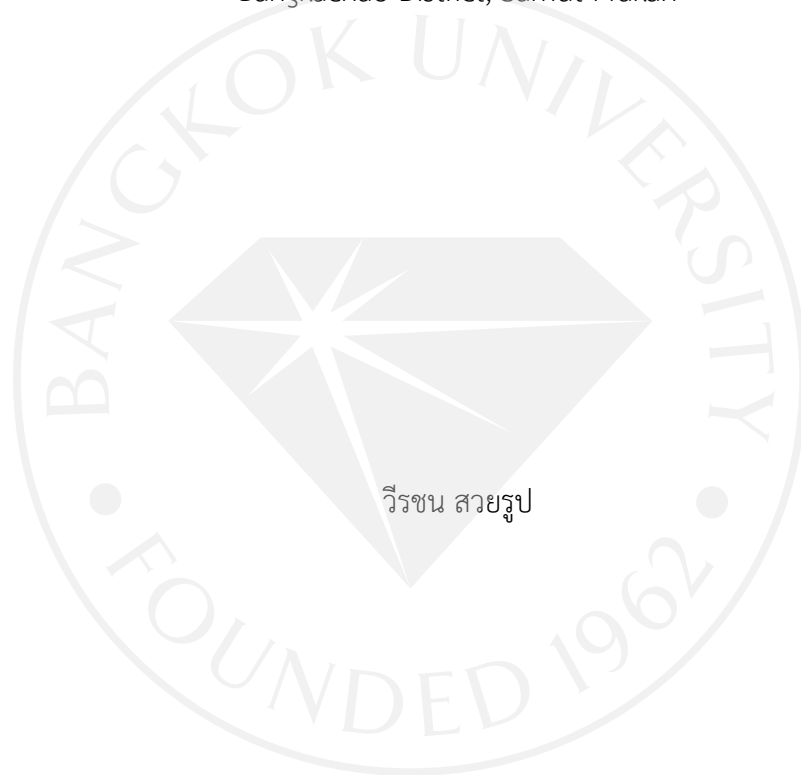
กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์การ  
บริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

Integrated Marketing Communication Strategies and Organizing Tourism  
Activities in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut  
Prakan



กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล  
บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

Integrated Marketing Communication Strategies and Organizing Tourism Activities in  
Bangkachao District, Samut Prakan



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2561



© 2562

วีรชน สายรูป

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วน  
ตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้วิจัย วีรชน สวยรูป

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

  
.....  
(ผศ.ดร. ธรรมนุช ปัญโญสม)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

  
.....  
(ดร.ปีเตอร์ รุ่งเรืองกานต์)

  
.....  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562



วีรชน สวยรูป. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต,  
มกราคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในองค์การบริหารส่วนตำบล  
บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ (121 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญาโสภณ และ ดร.ปิเตอร์ รุ่งเรืองกานต์

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสื่อดั้งเดิม ผู้ประกอบการใช้สื่อ โบรชัวร์ การบอกต่อ นักท่องเที่ยวใช้สื่อโทรทัศน์ การบอกต่อจากเพื่อนนำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเอง ด้านสื่อใหม่ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวยังใช้สื่อ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ 2) การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวยังมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรม คือ ความเป็นธรรมชาติ เดินทางสะดวกไม่ไกล เป็นสถานที่พักผ่อนหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากสังคมเมือง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต้องการมีกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ ค่ายลูกเสือ ตั้งแคมป์ ออกกำลังกายท่ามกลางธรรมชาติ 3) ด้านจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวยังคิดว่าผู้มาท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้หลายรูปแบบ เช่น พาหนะส่วนตัว รถไฟฟ้า จักรยาน ด้านการบริการการท่องเที่ยวต้องมี ป้ายบอกทาง ความปลอดภัยของชุมชน การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นระบบ ปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวที่ทันสมัย ร้านอาหารตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ เพิ่มสถานที่ทำกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด, กิจกรรมนันทนาการ, การบริการการท่องเที่ยว

Sauyroob, W. M. Com. Arts (Entertainment Management and Production),  
January 2019, Graduate School, Bangkok University.  
Integrated Marketing Communication Strategies and Organizing Tourism Activities in  
Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan (121 pp.)  
Advisors; Asst. Prof. Tanyatorn Panyasopon, Ph.D and Peter Rungruanggan, Ph.D.

## ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study integrated marketing communication strategies for tourism in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan 2) to study the organizing of recreation for sustainable tourism in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan 3) to manage the service styles of sustainable tourism in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan. The research used qualitative research, utilizing in-depth interviews with five key-informants entrepreneurs, and five tourists. The interview data were analyzed and synthesized to answer research questions.

The results of the study were 1) as for integrated marketing communication strategies and organizing tourism activities in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan, the entrepreneurs used brochure and word of mouth. The tourists watched TV, gained knowledge from friends and self-research. For new media, both entrepreneurs and tourists applied Facebook and websites. 2) When managing recreational activities for sustainable tourism, both entrepreneurs and tourists had their objectives of spending time in the nature, travelling conveniently, and escaping the chaos from urban society. Besides the tourists needed nature conservation activities, scout camp, camping and exercise in the nature. 3) For managing the styles sustainable tourism service, the entrepreneurs and the tourists that tourists could use many transportations such as private vehicles, BTS sky train and bicycles. Regarding travelling service, there must be guide posts, community safety, the system of travelling zone, updating travelling data, having food courts at travelling points, and increasing activity places for tourists.

*Keywords: Marketing Communication, Recreational Activities, Travelling Service*



## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูธร ปัญญาโสภณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และ ดร.ปีเตอร์ กัน อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างสูง ที่สละเวลาอันมีค่าให้ความอนุเคราะห์ ชี้แนะ แนวทางการดำเนินงาน ตลอดทั้งการช่วยเหลือแนะนำและแก้ไขในสิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่ เพื่อให้ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 10 ท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าที่ช่วยเหลือแนะนำ และให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่เป็นประโยชน์ในการนำมาประกอบการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมถึงเจ้าของแนวคิด ทฤษฎี บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์ และการค้นคว้าอิสระที่เกี่ยวข้อง ตลอด ทั้งอาจารย์อีกหลายท่านที่ให้การช่วยเหลือชี้แนะแนวทางการดำเนินงานและเครือข่ายผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวสวยรูป โดยเฉพาะอย่างคุณพ่อ คุณแม่ และญาติผู้ใหญ่ทุก ท่านที่คอยอยู่เคียงข้าง ให้กำลังใจ สนับสนุน รวมถึงช่วยเหลือในทุกกระบวนการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบอย่างเต็มที่ ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ระดับปริญญาโทจากสาขาการ บริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (MACA EM) ที่คอยอยู่เคียงข้าง ให้กำลังใจ สนับสนุนและช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบุคลากรมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ ค้นคว้าอิสระฉบับนี้อีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ในนี้ได้หมด

สุดท้ายนี้หากข้อมูลการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

วีรชน สวยรูป

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ความสำคัญของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ของงานวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์	4
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อผลที่ยั่งยืน	7
2.2 ทฤษฎีการขายโอดา (AIDA)	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดนันทนาการและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว	23
2.5 แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและบริโภาค	34
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	46
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	47
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	48
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเชิงคุณภาพ	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 วิสัยทัศน์	79
5.2 พันธกิจ	79
5.3 วัตถุประสงค์	79
5.4 กลุ่มเป้าหมาย	80
5.5 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	80
5.6 สถานที่ตั้ง	80
5.7 รายละเอียดหน้าที่ของแต่ละฝ่าย	81
5.8 การกำหนดกลยุทธ์องค์กร	82
5.9 การบริหารการตลาด	84
5.10 กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ	88
บทที่ 6 งบการเงิน	
6.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน	94
6.2 การบริหารเงินทุนในโครงการ	94
6.3 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	95
6.4 การประมาณยอดขาย	97
6.5 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน (งบกระแสเงินสด)	99
6.6 สรุปผลตอบแทน	100
บทที่ 7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
7.1 บทสรุปการวิจัย	103
7.2 บทสรุปทางธุรกิจ	106
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	115
ภาคผนวก ก คำถามสำหรับผู้ประกอบการ	116
ภาคผนวก ข คำถามสำหรับนักท่องเที่ยว	118
ภาคผนวก ค อธิบายคำศัพท์	120
ประวัติผู้เขียน	121
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	38
ตารางที่ 4.1: ตารางด้านการใช้สื่อของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	56
ตารางที่ 4.2: ตารางด้านสรุปการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	66
ตารางที่ 4.3: ตารางด้านสรุปการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	74
ตารางที่ 5.1: รายละเอียดหน้าที่ของแต่ละฝ่าย	81
ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงาน	81
ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	95
ตารางที่ 6.2: ตารางแสดงค่าสาธารณูปโภค	95
ตารางที่ 6.3: ตารางแสดงค่าประชาสัมพันธ์	96
ตารางที่ 6.4: ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงาน	96
ตารางที่ 6.5: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ต่อปี	97
ตารางที่ 6.6: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีดีเกินคาด (Best Case)	98
ตารางที่ 6.7: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)	98
ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีแย่ (Worst Case)	99
ตารางที่ 6.9: ตารางเปรียบเทียบกระแสเงินสดสุทธิ	100
ตารางที่ 6.10: ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุน	101
ตารางที่ 6.11: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ	101
ตารางที่ 6.12: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	101
ตารางที่ 7.1: ตารางสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	107

## สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1:	ภาพเป้าหมายการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	9
ภาพที่ 2.2:	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	40
ภาพที่ 4.1:	เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง	51
ภาพที่ 4.2:	เฟสบุ๊กเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง	51
ภาพที่ 4.3:	ตัวอย่างเฟสบุ๊กเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ บ้านแมริมน้ำ	52
ภาพที่ 4.4:	ตัวอย่างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของทัวร์จักรยาน Let's go Biking Thailand	53
ภาพที่ 4.5:	ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านรูปหอม	60
ภาพที่ 4.6:	ตลาดบางน้ำผึ้ง	61
ภาพที่ 4.7:	พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย	61
ภาพที่ 5.1:	ท่าเรือวัดคลองเตยนอก (ท่าโพธิ์ทอง)	80
ภาพที่ 5.2:	ตัวอย่างห้องพัก ราคา 1,200 บาท	85
ภาพที่ 5.3:	ตัวอย่างห้องพัก ราคา 1,800 บาท	86
ภาพที่ 5.4:	ตัวอย่างห้องพัก 2,500 บาท	86
ภาพที่ 5.5:	ตัวอย่างสปาขนาดสมุนไพร	87
ภาพที่ 5.6:	ตัวอย่างร้านอาหารริมน้ำ	87
ภาพที่ 5.7:	ตัวอย่างบาร์เครื่องดื่ม	88
ภาพที่ 5.8:	ตัวอย่างกิจกรรมทัวร์วัฒนธรรมล่องแม่น้ำเจ้าพระยา (The River Culture Tour)	89
ภาพที่ 5.9:	ตัวอย่างกิจกรรมการล่องเรืออยุธยา ไหว้พระ 9 วัด	89
ภาพที่ 5.10:	ตัวอย่างกิจกรรมล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา	90
ภาพที่ 5.11:	ตัวอย่างเส้นทางไหว้พระ 9 วัด	90
ภาพที่ 5.12:	ตัวอย่างกิจกรรม Wonderful Bangkok	91
ภาพที่ 5.13:	เส้นทางกิจกรรม 39 กิโลเมตร	92
ภาพที่ 5.14:	ตัวอย่างกิจกรรมพิเศษ	93



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก และเป็นที่ยอมรับว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ (Department of Thailand Tourism, 2558) การในการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่สนใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมและจูงใจนักท่องเที่ยวให้ อยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะไม่เพียงแต่สามารถเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับประเทศ ยังสร้าง ผลดีต่อธุรกิจต่อเนื่องในหลายภาคส่วน พร้อมกับการจ้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนใน ขณะที่การแข่งขันของแต่ละประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างมาก

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานา ประเทศให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปรัชญา สากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดย ให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการ ลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็น การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม ให้ การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว ความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่ง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญสวยงามมากมาย สามารถแบ่งตามลักษณะของการ ท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมความสวยงามของธรรมชาติเป็นการผ่อนคลายด้วยการเข้าชม สภาพแวดล้อมที่สวยงามบริสุทธิ์มีบรรยากาศที่สดชื่น และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เข้าชม ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจเป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความ สนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิงและการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถาน บันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะและสนามกีฬา (Tourism Authority of Thailand, 2553)

เทรนด์ที่น่าสนใจ คือ ปี พ.ศ. 2561 จะเป็นปีการท่องเที่ยวของกลุ่ม Millennial หรือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 18-34 ปี ทั้งยังนิยมการท่องเที่ยวแบบ “ทริประยะสั้น” 3-5 วัน และการท่องเที่ยวแบบหลายประเทศใน 1 ทริป และกลุ่มนี้นิยมที่พักประเภท “โรงแรมหรูขนาดเล็กและโฮสเทล” มากกว่าจองที่พักในโรงแรมใหญ่ แม้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกจะไม่ครบครันเมื่อเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวมองว่า ที่พักขนาดเล็กลงมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า อีกทั้งบางแห่งยังมีโลเคชั่นที่ดีกว่าโรงแรมใหญ่ ทั้งยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ได้ง่าย อีกหนึ่งเทรนด์ท่องเที่ยว ก็คือ “การผจญภัยแบบหญิงเดี่ยว” ในปี พ.ศ. 2558 ราว 74% ของนักเดินทางทั่วโลก เป็นนักเดินทาง “หญิงเดี่ยว” ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 5% ต่อปี เนื่องจากผู้หญิงมีจำนวนมากขึ้น กิจกรรมที่กลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงเดี่ยวให้ความสนใจมากขึ้นเป็นกิจกรรมผจญภัยและโลดโผน เช่น การปีนเขาและปั่นจักรยาน นำมาสู่เทรนด์การท่องเที่ยวแบบ “เชิงนิเวศ” ที่มีแนวโน้มว่าปี พ.ศ. 2561 นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับทริปธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น (“ยกมาตรฐาน “โฮมสเตย์ไทย””, 2561)

บางกระบือ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ของอำเภอบางกระบือเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ พื้นที่บางกระบือมีสภาพภูมิศาสตร์ ดิน ฟ้า อากาศ ที่มีความร่มเย็นเป็นธรรมชาติมาก ประกอบด้วยตำบลบางกระบือ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางกระบือ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอบัว และตำบลบางยอ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่รวม 11,819 ไร่ และยังคงติดกับกรุงเทพมหานคร โดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระบือเป็นที่ตั้งของโครงการสวนกลางมหานคร “สวนศรีนครเขื่อนขันธ์” เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 และในวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินเป็นการส่วนพระองค์มายังพื้นที่โครงการสวนกลางมหานคร (ตำบลบางกระบือ) ทรงห่วงใยราษฎรในพื้นที่และมีพระราชประสงค์ให้ราษฎรช่วยกันอนุรักษ์พื้นที่ดั้งเดิมไว้ อย่าให้มีการก่อสร้างเพิ่มจนเกินที่กฎหมายกำหนด ควรส่งเสริมให้มีการปลูกพืชเกษตร และป่าไม้แบบผสมผสาน ควรปลูกต้นไม้ในวันสำคัญๆ โดยร่วมกันหลายๆ ฝ่ายหลายๆ กิจกรรม (องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระบือ, 2559)

ด้วยคุณค่าทางธรรมชาติเชิงนิเวศ การอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่ได้รับพระกรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีและรัฐบาล ให้อนุรักษ์พื้นที่ทางธรรมชาติไว้ จนกลายเป็นแหล่งผลิตโอโซนติดลำดับโลกด้วยรางวัล The Best Urban Oasis of Asia โอเอซิสของอากาศบริสุทธิ์ที่ดีที่สุดเ็นเอเชียจากนิตยสาร Time ฉบับ The Best of Asia 2006 และได้ได้รับการยกย่องว่าเป็น “ปอดกรุงเทพ” ดังนั้นการส่งเสริมให้เกิดคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม สามารถส่งเสริมคุณค่าในการท่องเที่ยวต่อบางกระบือด้วยการส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ในพื้นที่ ให้ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพ สร้างการตลาดแนวทางใหม่เพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่มีการแข่งขันสูง และสร้างสภาพแวดล้อมของคนในสังคมให้ดีขึ้น ร่วมทั้งการสร้างการ

เปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวให้เข้าวิถีชีวิตของคนในสังคม แก้ปัญหาภาวะเร่งรีบ ความเครียด ให้เกิดเป็นพื้นที่พักผ่อนที่มนุษย์สามารถปรับคุณค่าทางธรรมชาติ ให้เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันอย่างยั่งยืน

ดังนั้น การจัดการและส่งเสริมคุณค่าทางธรรมชาติเชิงนิเวศ การอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตของบางกะเจ้า และการส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการไม่ให้เสื่อมโทรมด้วยอบายมุข ไม่ให้สูญเสียคุณค่าตามกาลเวลา ดำรงไว้ด้วยวัฒนธรรมอันดีงาม จะช่วยเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว สร้างการพัฒนา รูปแบบของการท่องเที่ยวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ช่วยแก้ปัญหาทางสังคม และสามารถขยายรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ เกิดกิจกรรมต่างๆ หลายรูปแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันที่สูงและยั่งยืนเพื่อประชาชนคนไทยทุกคน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการจัดการกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
- 1.2.3 เพื่อจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

## 1.3 ปัญหำนำวิจัย

- 1.3.1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีช่องทางอย่างไร
- 1.3.2 กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้าทำอย่างไรบ้าง
- 1.3.3 การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้าทำอย่างไร

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร  
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า
- 1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา  
การวิจัยนี้ศึกษา รูปแบบกิจกรรมหลากหลายรูปแบบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

เดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 เพราะเพื่อไม่ให้เกิดการเก็บข้อมูลมีผลที่คาดเคลื่อน จึงกำหนดช่วงเวลาที่ทำกรวิจัย

#### 1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ องค์การบริหารส่วนตำบล บางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

### 1.5 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.5.1. สามารถจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและเพื่อให้รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

1.5.2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าอยากได้รูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวแบบใด ผลตอบสนองด้วยการจัดการบริการได้

1.5.3. เพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมเพื่อสร้างความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยว

1.5.4. ประยุกต์รูปแบบการกิจกรรมนันทนาการต่อธุรกิจโดยวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม พื้นที่ ช่วงเวลา

### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1. การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น ในงานวิจัยนี้การท่องเที่ยวหมายถึงการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ในงานวิจัยนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.3. กิจกรรมนันทนาการหมายถึง การทำให้กลับสู่สภาพเดิมหรือทำให้สดชื่น ในอดีต นันทนาการจะเกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่สบายไม่หนักเป็นกิจกรรมที่เลือกทำได้ตามความสมัครใจ เป็นกิจกรรมที่เข้าร่วมในยามว่าง ก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความพึงพอใจในตนเอง ก่อให้เกิดประโยชน์และความสนุกสนานต่อคนที่เข้าร่วม ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้เพิ่มพลัง หลังจากทำงานหนักและสามารถกลับไปทำงานหนักได้อีกครั้ง เช่น การปั่นจักรยาน การเดินรำ การ ค้างแรม เป็นต้น ในงานวิจัยนี้กิจกรรมนันทนาการหมายถึงกิจกรรมนันทนาการขององค์การบริหาร ส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.4. การจัดการการท่องเที่ยวหมายถึง การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร การจัดการประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์กร การจัดสรรบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมองค์กรหรือความพยายามที่จะบรรลุ วัตถุประสงค์ร่วมกัน การจัดการทรัพยากรประกอบด้วย การใช้งานและการจัดวางทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ และยังช่วยการบริหารให้กับองค์กร ต่างให้เจริญรุ่งเรือง ในงานวิจัยนี้การจัดการการท่องเที่ยวหมายถึงการจัดการการท่องเที่ยวของ องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.5. การบริการการท่องเที่ยวหมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับ ความสุข ความสะดวก ความสบาย ความพึงพอใจอันเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วย ความปรารถนาดี การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ความเอื้ออาทร ความมีน้ำใจไมตรี การให้ความเป็นธรรม เสมอภาคอาจรวมไปถึงการไม่เลือกปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในงานวิจัยนี้การบริการการ ท่องเที่ยวหมายถึงการบริการการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัด สมุทรปราการ

1.6.6. การจัดกิจกรรมนันทนาการหมายถึง เครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบกิจกรรมที่แต่ ละผลิตภัณฑ์จะคิดขึ้นมา เพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายให้มาเจอกับสินค้า และบริษัทสามารถสร้าง ยอดขาย ณ บริเวณจัดงานได้ทันที การทำกิจกรรมมีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจัดประกวด การจัดการแข่งขัน การจัดฉลอง การทำแวลลี่ การสัมมนา เป็นต้น ในงานวิจัยนี้การจัดกิจกรรม นันทนาการหมายถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัด สมุทรปราการ

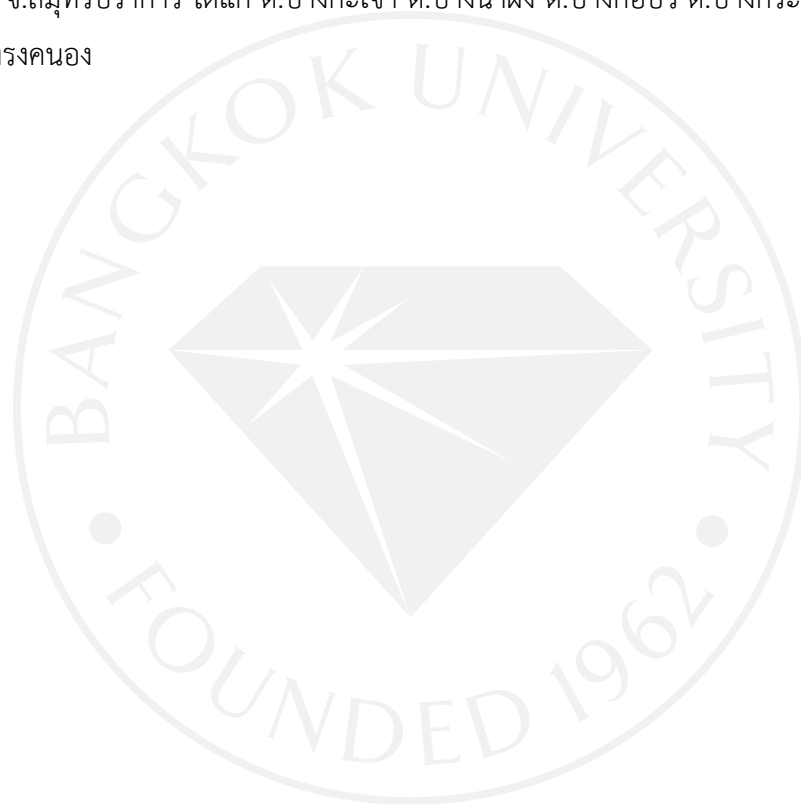
1.6.7. การสื่อสารการตลาดหมายถึง การนำการสื่อสาร และการตลาดมารวมกัน ทำให้มี รูปแบบเป็นกระบวนการที่ผสมผสานกันระหว่างกระบวนการสื่อสาร และกระบวนการทางการตลาด ไว้ด้วยกันอย่างลงตัว โดยการสื่อสารการตลาดถูกทำขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการทำการตลาด สร้างการ รับรู้ ความเข้าใจ ให้กับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้ผลิตได้สื่อออกไปให้มากที่สุด โดยการ สื่อสารทางการตลาดสามารถทำได้ด้วยการใช้คำพูด รูปภาพ หรือสร้างการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง

5 เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค กระตุ้นการขายให้เพิ่มมากขึ้น และสร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้า ในงานวิจัยนี้การสื่อสารการตลาดหมายถึงการสื่อสารการตลาดขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

### 1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.7.1. นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้าเป็นครั้งแรกหรือมาหลายครั้ง

1.7.2. บางกะเจ้า คือ พื้นที่สีเขียว จำนวน 11,818 ไร่ ครอบคลุม 6 ตำบลของ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ได้แก่ ต.บางกะเจ้า ต.บางน้ำผึ้ง ต.บางกอบัว ต.บางกระสอบ ต.บางยอ และ ต.ทรงคนอง



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการจัดกิจกรรมและอีเวนต์ (Event) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการ ตลอดจนถึงการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อผลที่ยั่งยืน
  - 2.1.1 แนวคิดและการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)
- 2.2 ทฤษฎีการขายไอดา (AIDA)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดนันทนาการและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและบริโภค
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อผลที่ยั่งยืน

ดันแคน และ โมริอาร์ตี (Duncan & Moriarty, 1997 อ้างใน พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และผู้แต่งคนอื่นๆ, 2559) นิยามว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการผสมผสานทั้งแนวคิดและการสื่อสารทุกรูปแบบไว้ด้วยกันให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารจะช่วยส่งเสริมกันและกัน ให้ทันกับรูปแบบของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี

คอตเลอร์ (Kotler, 2006 อ้างใน ภคมน ภาสวีสดี, 2550) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรโดยนำเครื่องมือสื่อสารหลายๆ รูปแบบมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสมเพื่อสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค โดยใช้การสื่อสารทุกรูปแบบที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุดผ่านข่าวสารต่างๆ

โบวี (Bowie, 1995 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ให้ความหมายไว้ว่าเป็นกลยุทธ์การประสานงานและการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการตลาดโดยเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกัน

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2544) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการพัฒนาการสื่อสารโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบให้กลมกลืนกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อความชัดเจนตรงกันและส่ง



ผลกระทบที่มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค

ปณิศา ลัญชานนท์ (2548) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจ สร้างการจดจำแก่กลุ่มเป้าหมายโดยใช้การสื่อสารผสมผสานกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้รับข่าวสารเกิดทัศนคติที่ดีเกิดความเชื่อถือหรือพฤติกรรมผู้บริโภค

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2549) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการพัฒนาการวางแผนและรูปแบบของการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ไปใช้ร่วมกันเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้คล้อยตามโดยใช้สื่อทุกประเภทให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หมายถึง การพัฒนาความคิดในการวางแผนเพื่อโน้มน้าวใจ แจ่มข้อมูลข่าวสาร สร้างภาพลักษณ์ กลยุทธ์การตลาด ผ่านกระบวนการสื่อสารที่พัฒนาให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การเลือกใช้การสื่อสารต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

การนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาผสมผสาน (Integrated) อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความเกี่ยวพัน (Coherency) ความสอดคล้อง (Consistency) และ ความต่อเนื่อง (Continuity) เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) ต่อกลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว (Oneness) ซึ่งการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะนำไปสู่การตอบสนอง (Respond) กล่าวคือ จะเน้นพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักการตอบสนองไปในทิศทางที่นักการตลาดวางแผนไว้

ชิมพ์ (Shimp, 2000 อ่างใน พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และ กิตติมา ชาญวิชัย, 2559) ได้กล่าวถึงลักษณะการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไว้ 5 ประการได้แก่

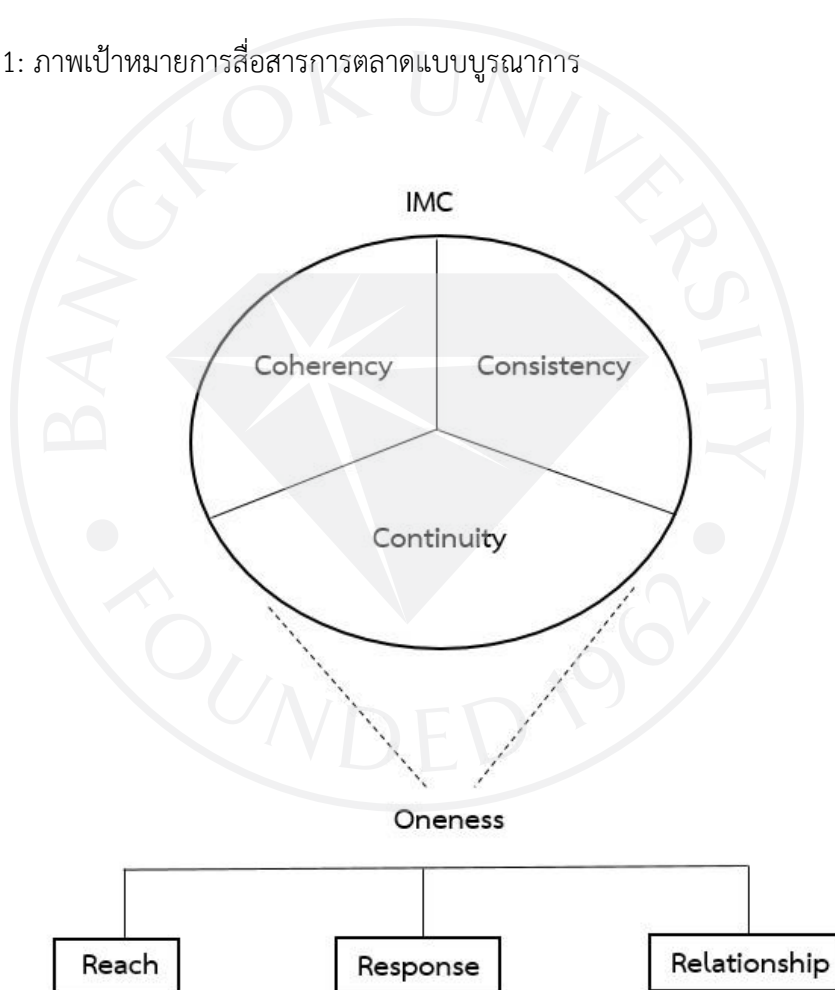
- 1) เป้าหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะต้องมุ่งหวังให้เกิดผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Affect Behavior) มากกว่าที่จะสร้างการรับรู้หรือมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าเพียงอย่างเดียว
- 2) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะต้องเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายก่อนแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการตลาดโดยเริ่มจากภายนอกสู่ภายในหรือ Outside - In Planning นั่นเอง
- 3) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะใช้เครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบร่วมกัน (Use any and all forms of contacts) ในการนำเสนอข้อมูลต่อผู้บริโภค
- 4) ข้อความหรือเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอในเครื่องมือสื่อสารต่างๆ จะต้องสอดคล้องประสานกันภายใต้แนวคิดเดียวกัน (Single Voice) เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจดจำได้



ง่าย

5) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะต้องเป็นการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งจะนำไปสู่การบริโภคซ้ำและก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าในระยะยาวการนำกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะทำให้เกิดประโยชน์อย่างมากมายมหาศาลนอกจากนั้นแนวทางการผสมผสานเครื่องมือต่างๆ ของ IMC เพื่อให้หนักสื่อสารและนักการตลาดนำไปกำหนดแผนการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 2.1: ภาพเป้าหมายการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ



ที่มา: จีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2551). *Inside IMC เจาะลึกถึงแก่นไอเอ็มซี*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์.

จากภาพแสดงให้เห็นถึงการนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาผสมผสาน (Integrated) อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความเกี่ยวพัน (Coherency) ความสอดคล้อง (Consistency) และ ความต่อเนื่อง (Continuity) ผ่านกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ เลือกใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดให้เข้ากับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การวางแผนเครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ สนับสนุนซึ่งกันและกันก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) ต่อกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว (Oneness) เพื่อเป้าหมายที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Reach) การตอบสนอง (Respond) และจะนำไปสู่ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2551)

จากที่กล่าวมาข้างต้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมุ่งหวังให้เกิดผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยผ่านกระบวนการวางแผนจากนักการตลาดโดยเลือกส่งข้อมูลข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ที่ชัดเจน เลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ ให้เข้ากับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ การเข้าถึง การตอบสนอง และความสัมพันธ์อันดีต่อตราสินค้า

#### 2.1.1 แนวคิดและการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)

เก็ทส์ (Getz, 2012 อ้างใน กุลธิดา เขงวรรณ, 2558) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการโน้มน้าว ดึงดูด เกิดการตัดสินใจซื้อผ่านการจัดกิจกรรม รวมถึงการส่งเสริมการขายผ่านพนักงาน ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีประสบการณ์ร่วมและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

ยูนิลีเวอร์ (Unilever, ม.ป.ป อ้างใน เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, 2555) ให้ความหมายไว้ว่า Event Marketing ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับประสบการณ์ร่วมกันระหว่างแบรนด์ “เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้แบรนด์มีชีวิต” สามารถใช้เป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดที่สำคัญ

โกลด์บลัทท์ (Goldblatt, 1997 อ้างใน วราภรณ์ ฉัตรชาติ, 2556) ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความตระหนักรู้และโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

วิลสา กลางณรงค์ (2543) ให้ความหมายไว้ว่า Event Marketing คือ เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดด้วยการจัดกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษที่สื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง เพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์

วิทยา ด่านธำรงกุล (2548) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นเครื่องมือการสื่อสารผ่านการจัดกิจกรรมที่สามารถประชาสัมพันธ์ให้กับแบรนด์ต่อกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ไม่ต้องใช้งบการเงินเป็นจำนวนมากแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) ให้ความหมายไว้ว่า Event Marketing “การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม” โดยสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ Event Marketing นั้นหมายถึง “เครื่องมือสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม” เป็นเครื่องมือที่ถ่ายทอดประสบการณ์ร่วมผ่านแบรนด์สินค้าโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ว่าลักษณะของแบรนด์สินค้าเป็นเช่นไร โดยแบรนด์สินค้านั้นสามารถสื่อสารผ่านกิจกรรมที่สร้างขึ้นให้กลุ่มเป้าหมายได้จดจำรับรู้เอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ร่วมที่ดีผ่านกิจกรรมของแบรนด์สินค้า

องค์ประกอบของการตลาดเชิงกิจกรรม

#### 1. ประสบการณ์ของแบรนด์ (Brand Experience)

ประสบการณ์ตรงในการสัมผัสแบรนด์ (Brand Experience) หมายถึง การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมที่จัดขึ้น (Event Marketing) เพื่อส่งสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจแบรนด์ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียง เพื่อสร้างประสบการณ์แบรนด์ด้วยประสบการณ์ตรง (Brand Experience) สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อแบรนด์

ประสบการณ์ของแบรนด์ (Brand Experience) เป็นประสบการณ์ที่กลุ่มเป้าหมายแต่ละคนได้ร่วมทำกิจกรรมผ่านการสร้างสรรค์จากแบรนด์ กลุ่มเป้าหมายจะมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันแต่กิจกรรมจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดการรับรู้ในภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ร่วมไปถึงการประชาสัมพันธ์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, 2549)

#### 2. การส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Deliver any Message)

หมายถึงการใช้กลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเช่น Sale Promotion การจัด Concert คุณสมบัติของสินค้าซึ่งสามารถสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) ลูกค้าจะได้ประสบการณ์ที่ดีมากกว่าการขายโดยตรง (Event Marketing) สามารถส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายเนื้อหา เช่น สรรพคุณสินค้าที่ดีกว่าท้องตลาด การจัดส่ง บริการหลังการขาย ส่วนลดพิเศษในงานหรือจัด Press Conference บอกเล่าให้สื่อมวลชนนำไปขยายความต่อไม่ว่าจะเป็น Consumer event หรือ Internal Event สามารถสร้าง Message ที่จะมาสื่อสารได้มากกว่า เป็นสื่อสำหรับการสร้างประสบการณ์ร่วมและส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารด้วย

#### 3. การดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายใหม่ (Gain More Attention from Niche Targets)

หมายถึง การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) โดยมี Event Platform ของแบรนด์ที่คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักเลือกในส่วนของไลฟ์สไตล์เพื่อที่จะรู้ถึงพฤติกรรมและสิ่งที่เขาสนใจ เมื่อจัดกิจกรรมก็จะได้รับความสนใจจากกลุ่มคนนั้นๆ สร้างประสบการณ์ของกลุ่ม

เป้าหมายว่าจะได้อะไรจากการจัดงานในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่รูปแบบงานที่น่าสนใจสถานที่จัดงานที่เข้ากับแบรนด์ ตลอดจนกิจกรรมภายในงานเมื่อเริ่มเปิดตัวจะกลุ่มเป้าหมายชัดเจนขึ้นเท่ากับได้เริ่มสร้างความสนใจเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องเจาะได้อย่างชัดเจนโดยสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ให้กับคนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

4. การชักนำสนับสนุนและขยายผลในการนำเสนอผ่านเครื่องมือ IMC (Lead, Support, Amplification for any IMC Tools)

หมายถึง เครื่องมือต่างๆ ของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) ถูกนำมาใช้กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเปิดรับสื่อได้อย่างลงตัว เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยความหลากหลายของการสื่อสาร สามารถนำ Message หลากๆ รูปแบบสื่อสารผ่านเครื่องมือต่างๆ ของการสื่อสารการตลาดโดยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการประหยัดต้นทุนและกำหนดทิศทางวัตถุประสงค์ของแบรนด์ (เกรียงไกร กาญจนะโกศล, 2555)

ชิมป์ (Shimp, 1997 อ้างใน ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ, 2558) ได้ให้เกณฑ์สำหรับนักการตลาดเพื่อใช้ตรวจสอบและเลือกประเภทของการตลาดเชิงกิจกรรมที่จะจัดขึ้นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1. กิจกรรมสอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้าและสร้างคุณค่าหรือส่งเสริมภาพลักษณ์หรือไม่
2. กิจกรรมสามารถเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายหลักหรือไม่
3. กิจกรรมเหมาะสมกับสถานที่และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักหรือไม่
4. ช่วยเสริมภาพการสนับสนุนกิจกรรมที่มีอยู่และเหมาะสมกับการสื่อสารการตลาดที่มีอยู่หรือไม่

ลักษณะของกิจกรรมพิเศษ (Characteristic of Event Marketing) กิจกรรมพิเศษแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของกิจกรรม คือ

1) กิจกรรมพิเศษที่อิงกับเหตุการณ์ภายนอกในสังคม (Social Event) ซึ่งประกอบด้วย

1.1) เหตุการณ์พิเศษตามปฏิทิน (Calendar Event) เป็นการจัดกิจกรรมทางการตลาดสอดคล้องกับเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ วันแห่งความรัก จะเห็นได้ว่าปัจจุบันห้างสรรพสินค้า นิยมจัดกิจกรรมพิเศษของห้างในลักษณะนี้มาก เช่น การจัดกิจกรรมวันแห่งความรักการจัดลดราคาจับเปิดเทอม เป็นต้น

1.2) เหตุการณ์พิเศษที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ (Ad hoc Event) เช่น สารระที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่พระชนมพรรษาครบ 6 รอบ (72 ปี) ก็มีองค์กรหลายแห่งจัดกิจกรรมพิเศษร่วมเทิดพระเกียรติ

1.3) เหตุการณ์พิเศษเฉพาะท้องถิ่น (Regional Event) เช่น ไหว้รวม

สนับสนุนเทศกาลกิจเจที่ภูเก็ต เปียร์สิงห์ร่วมสนับสนุนงานสงกรานต์พระประแดง เป็นต้น

## 2) กิจกรรมพิเศษที่องค์กรสร้างขึ้น (Organization Creativity Event)

ประกอบด้วย

2.1) กิจกรรมส่งเสริมสังคม (Social Responsibility Event) เป็นกิจกรรมส่งเสริมสังคมที่ทางองค์กรจัดขึ้นเป็นพิเศษเพื่อสร้างภาพพจน์และความจดจำในตราสินค้าหรือองค์กร เช่น โครงการขับขี่ปลอดภัยกับบอลโว่ โครงการหนังสือมือสองของโตโยต้า เป็นต้น

2.2) กิจกรรมพิเศษตามปฏิทินขององค์กร (Organization Calendar Event) เป็นกิจกรรมพิเศษที่ทางองค์กรนั้นๆ จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นประจำในช่วงเวลาหนึ่งๆ (ส่วนใหญ่ปีละครั้ง) เช่น การจัดประกวดมิสมอเตอร์โชว์ของผู้จัดงานมอเตอร์โชว์ การจัดประกวดแผนงานตลาดในระดับนิสิตนักศึกษา (J-MAT Awards) ของสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย การแข่งขันฟุตบอลโค้กคัพ ตลอดจนการจัดงานฉลองครบรอบปีขององค์กร

2.3) กิจกรรมพิเศษเฉพาะกิจ (Special Event) เป็นกิจกรรมพิเศษที่องค์กรนั้นๆ จัดขึ้นเฉพาะกิจตามวัตถุประสงค์หรือจังหวะของสถานการณ์ เช่น จัดการแข่งขันดูหนังของอีจีวี การประกวดภาพพระบายสีของมันฝรั่งเพื่อเอาภาพมาตีพิมพ์บนซองมันฝรั่ง หรืองานฉลองครบรอบ 100 ปี ของเอสโซ่ไทยร้อยใจขอบคุณที่จัดฉลองพร้อมรายการส่งเสริมการขายที่ยิ่งใหญ่ เป็นต้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552, หน้า 270)

ประเภทของกิจกรรมพิเศษ (Type of Event Marketing)

หากจะแบ่งประเภทของกิจกรรมพิเศษที่นิยมจัดกันแล้วสามารถแบ่งได้เป็น 10 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การจัดประกวด เช่นการประกวดอีเกิลส์ของธนาคารกสิกรไทย, การประกวดวาดภาพ, ประกวดเรียงความ, การประกวดร้องเพลง
2. การแข่งขัน ส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมพิเศษที่เน้นเกี่ยวกับกีฬาหรือเกมส์ เช่น การแข่งขันฟุตบอลโค้กคัพ, กอล์ฟจอห์นนี่วอล์คเกอร์คลับหรือแฟมิลี่แรลลี่ เป็นต้น
3. มหกรรมส่งเสริมการขาย เป็นการจ้ดรายการส่งเสริมการขายครั้งยิ่งใหญ่ในโอกาสพิเศษ เช่น 100 ปี เอสโซ่ไทยร้อยใจขอบคุณในวาระครบ 100 ปี ของบริษัท
4. เปิดตัวสินค้า เช่น เปิดตัวโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ของโมโตโรล่าด้วยขบวนแพนชั่นโซว์บนรถไฟฟ้าจากสยามไปเอ็มโพเรียม
5. มอบรางวัล เช่น บริษัทประกันชีวิตมอบรางวัลพนักงานขายและหัวหน้าทีมดีเด่นประจำปีแอมเวย์จัดงานฉลองตำแหน่งตัวแทนขายระดับมงกุฎเพชรรายแรกของเมืองไทย
6. สัมมนา นิทรรศการและงานแสดงสินค้า เช่น งานมอเตอร์โชว์, งานมหกรรมของดี 4 ภาค, งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ, งานสัมมนาด้านการเงินที่จัดในวาระครบรอบ 20 ปีของธนาคาร

7. การแสดงหรือการแข่งขันพิเศษ เช่น เมืองไทยประกันชีวิตเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแสดงตีสันย้ออนไอซ์ในเมืองไทย หรือการแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษระหว่างทีมชาติไทยกับสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดที่สนับสนุนโดยบริษัทเอไอเอส

8. งานฉลอง เช่น การฉลองครบรอบ 30 ปีบริษัทไทยน้ำทิพย์ด้วยการออกโค้กกระป๋องทองเพื่อฉลองโอกาสดังกล่าว การฉลองการผลิตรถยนต์ 1 ล้านคันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

9. การทำลายสถิติ เช่น การจัดทำตั้มยำกุ้งหม้อใหญ่ที่สุดในโลกในงานมหกรรมกึ่งที่พัทยาการจัดทำผัดหมี่ภูเก็ตกระเพาะที่ใหญ่ที่สุดในโลกในช่วงเทศกาลกินเจที่ภูเก็ตซึ่งสนับสนุนโดยไวไว

10. กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการแยกขยะก่อนทิ้งของห้างเซ็นทรัลหรือโครงการประชาร่วมกันประหยัดไฟฟ้าฝ่ายผลิต (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552)

จากที่กล่าวมาข้างต้น Event Marketing เป็นเครื่องมือที่ถ่ายทอดประสบการณ์ร่วมผ่านแบรนด์สินค้าโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของกลุ่มเป้าหมาย องค์ประกอบของการตลาดเชิงกิจกรรม ได้แก่ 1) ประสบการณ์ของแบรนด์ (Brand Experience) 2) การส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Deliver any Message) 3) การดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายใหม่ (Gain More attention from Niche Targets) 4) การชักนำสนับสนุนและขยายผลในการนำเสนอผ่านเครื่องมือ IMC (Lead, Support, Amplification for any IMC Tools) โดยหาลักษณะกิจกรรมให้เข้ากับช่วงเวลาเหตุการณ์พิเศษ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจต่อแบรนด์

## 2.2 ทฤษฎีการขายไอดา (AIDA)

เป็นทฤษฎีที่เน้นหนักทางด้านผู้ขายที่ต้องปฏิบัติการต่างๆ ตามลำดับขั้นปฏิบัติการเพื่อความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ใดก็ตาม

A = Attention (Awareness) การดึงดูดความสนใจของลูกค้า

I = Interest ความสนใจของลูกค้า

D = Desire การโน้มน้าวใจลูกค้าพวกเขาต้องการและความปรารถนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แบบไหน และผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

A = Action ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ

1. ความเอาใจใส่ (Attention) พนักงานขายต้องพยายามเรียกร้องความสนใจพร้อมกับเอาใจใส่จากลูกค้า มุ่งหวังให้ลูกค้ามีความสนใจรับฟังการอธิบายข้อมูลหรือการสาธิตผลิตภัณฑ์ตั้งนั้น พนักงานขายควรสร้างความสัมพันธ์ สร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง และให้ลูกค้ามีความสบายใจต่อจากนั้นพนักงานขายจึงนำผลิตภัณฑ์มาเสนอขายได้



2. ความสนใจ (Interest) เมื่อพนักงานขายสามารถเรียกร้องความเอาใจใส่จากลูกค้าเป้าหมายได้แล้วก็จะสร้างให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์นำเสนอจุดแข็ง ข้อดีในการแก้ปัญหา โพรโมชันที่เหนือกว่าคู่แข่งจนลูกค้าต้องให้ความสนใจอยากรับฟังข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ใด วิธีการสร้างความสนใจมีหลายรูปแบบ เช่น บรรยากาศ เสียงเพลง กิจกรรมร่วมสนุก พร้อมกับการบริการที่สุภาพยิ้มแย้มอยู่เสมอ

3. ความต้องการ (Desire) เป็นขั้นตอนที่พนักงานขายต้องกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์และสามารถสนองความต้องการลูกค้าได้

4. การตกลงซื้อ (Action) เป็นขั้นที่ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นบรรลุวัตถุประสงค์และความสำเร็จในการขาย ด้วยการสร้างความน่าสนใจแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ทำให้รู้สึกว่าคุณยัดเยียดให้ซื้อสินค้านั้น

5. ความพอใจ (Satisfaction) เป็นขั้นสุดท้ายเพื่อความสำเร็จในการขาย เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว หมายถึงการขายตามขั้นตอนนี้สร้างความพอใจให้กับลูกค้า แสดงความขอบคุณ สร้างความมั่นใจกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง และควรมีการให้บริการหลังการขายกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (ประภาศรี อมรสิน, 2536)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทฤษฎีการขายไอดา AIDA เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เมื่อร่วมกับ Event Marketing การสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์จะมีประสิทธิภาพสูงขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ การส่งข้อมูลหรือ Message ที่หลากหลายรูปแบบเพื่อประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาวางแผนกลยุทธ์และเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคแบบบูรณาการ

จากแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อผลที่ยั่งยืนที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญชลี สังขรัตน์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drink) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นได้แก่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท การรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาด พบว่า การสื่อสาร

ทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดเชิงกิจกรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในขณะที่การรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศิริจรรยา ประพตกิจ (2553) ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ลักษณะของวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ในพื้นที่ด้วยความระมัดระวัง ไม่ทำลายหรือเปลี่ยนแปลงคุณค่าของระบบนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยว และช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อก่อให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

เวซเทิน (Western, 1993 อ้างใน ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553) ให้ความหมายไว้ว่า “การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เรียนรู้วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

ดวงพร โรจน์เจริญวัฒนา (2543) ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีกระบวนการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี การเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ระบบนิเวศให้ยั่งยืน การปันผลประโยชน์ต่างๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ”

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมทางสังคม ตลอดจนการเรียนรู้ศึกษาประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม เพื่อการอนุรักษ์ระบบนิเวศและวิถีชุมชนท้องถิ่น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ระบบนิเวศมีการจัดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นสถานที่การเรียนรู้ทางธรรมชาติโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ดังกระบวนการเรียนรู้จึงรวมไปถึงวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ การดำเนินชีวิต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและ



การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดังกิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้ง MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคาร สิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนาสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์ป่าที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะและสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และ การตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและ รับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภท เกาะสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละ

ตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนน จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการศึกษาเรียนรู้รักษาลักษณะของวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วิถีชีวิต อีกทั้งยังให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการยกระดับความเป็นอยู่และส่งเสริมคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### 2.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

เป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งได้มีผู้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบเป็น 5 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โครงสร้างระบบคมนาคม อาทิ สนามบิน รถไฟฟ้า รถบริการตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทที่ 2 การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) สถานที่พักประเภทต่างๆ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ที่พักแรม พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ชวน้ำ ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

ประเภทที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติที่มีความโดดเด่น อาทิ ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อาทิปราสาทพนมรุ้งที่สร้างจากหินที่สวางาม

ประเภทที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) การท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณ อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติ แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมไปด้วย โดยการใช้สิ่งแวดล้อมมาผสมผสานกับการทำกิจกรรมซึ่งมีความสำคัญในยุคสมัยนี้ เช่น การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท่องเที่ยว การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนู ในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก เป็นต้น ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชน อาทิ การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ประเภทที่ 5 บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) ปัจจัยพื้นฐานในการใช้ชีวิตที่สร้างความสะดวกสบาย เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น (พยอม ธรรมบุตร, 2549)

### 2.3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.3.3.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Unique) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของแหล่งนั้นมีระบบนิเวศ (Eco -system) ในพื้นที่นั้นๆ จึงเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based Tourism)

2.3.3.2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวตลาดการท่องเที่ยว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมและบริการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible travel) มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism)

2.3.3.3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว (Learning Process) เพื่อการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ ปลูกจิตสำนึกการรักษาธรรมชาติ สภาพแวดล้อมต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง (Environmental Education-based Tourism)

2.3.3.4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ ในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ การยกระดับคุณภาพชีวิต ผู้เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพช่วยกันบำรุงรักษา

และจัดการแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544 อ้างใน กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548)

จากที่กล่าวมาข้างต้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเชื่อมโยง ซึ่งสามารถมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นองค์ประกอบที่สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพโดยปัจจัยพื้นฐานของการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)

#### 2.3.4 รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น

รูปแบบของการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่นอยู่หลายรูปแบบ แต่ที่นิยมกันมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 รัฐบาลจะเป็นผู้วางนโยบายและวางแผนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามที่รัฐบาลวางนโยบายและวางแผนโครงการ ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำโครงการท่องเที่ยว

รูปแบบที่ 2 รัฐบาลจะริเริ่มวางนโยบายและวางแผนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ตัวแทนขององค์กรชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการเจรจาต่อรองสำหรับโครงการท่องเที่ยวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นให้มากที่สุด

รูปแบบที่ 3 การให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการวางนโยบายและวางแผนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยตนเองนับเป็นรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่พึงตนเองอย่างแท้จริง โดยไม่อาศัยความคิดริเริ่มและชักจูงจากบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล แต่ชุมชนท้องถิ่นต้องมีความพร้อม และประสิทธิภาพสูง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 อ้างใน กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548)

#### 2.3.5 รูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นควรพิจารณา ปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ ประการที่ 1 ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรนั้นหนาแน่นในพื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Site) รูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นจะต้องไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงไปจนไม่สามารถฟื้นตัวได้ พื้นที่ธรรมชาติที่มีแนวโน้มที่จะเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเมื่อจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้สภาพดั้งเดิมและคุณค่าที่มีอยู่ในตัวธรรมชาติเป็นหัวใจของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประการที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ควรส่งเสริมนอกจากมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติอาจจำเป็นต้องพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่ได้เน้นเรื่องของการเรียนรู้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยตื่นเต้น ท้าทายกับธรรมชาติ กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540)

ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร (2555) ได้กล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งออกเป็น 11 กิจกรรม ดังนี้ 1) การเดินเส้นทางธรรมชาติ (Nature Trail) 2) การส่องสัตว์หรือดูนก 3) การสำรวจถ้ำหรือน้ำตก 4) การล่องแก่งลำน้ำบางสายที่มีแก่งหินพาดผ่านกลางลำน้ำ 5) การปีนเขาหรือไต่เขา 6) การนั่งเรือหรือแพชมภูมิประเทศ 7) การพายเรือแคนู (Canoe) หรือเรือคายัก (Kayak) 8) การขี่ม้าหรือนั่งช้าง 9) การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศ 10) การกางเต็นท์นอนพักแรม และ 11) การดำน้ำในทะเลเพื่อดูปะการัง

จากที่กล่าวมาข้างต้น แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ รัชกาลักษณ์ของวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วิถีชีวิต อีกทั้งยังให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นองค์ประกอบที่สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพโดยปัจจัยพื้นฐานของการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อีกทั้งยังคำนึงถึงรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติทรุดโทรม พร้อมกับเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิพงษ์ ดงคำฟู (2551) วิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแม่ปิง จังหวัดลำพูน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของพื้นที่และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติแม่ปิง ศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาพบว่าอุทยานแห่งชาติแม่ปิงมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 11 แห่ง โดยได้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเป็นไปตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งดำเนินงานประสบผลสำเร็จในเรื่องการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและการจัดกิจกรรมให้การศึกษาและความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับศักยภาพของพื้นที่



ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จำนวน 10 แห่ง มีศักยภาพในระดับสูงและจำนวน 1 แห่งมีศักยภาพในระดับปานกลาง โดยพบรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ จำนวน 16 กิจกรรม และได้ซื้อสรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมจำนวน 10 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเที่ยวน้ำตก เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ค่ายเยาวชนศึกษาธรรมชาติ ตั้งแคมป์พักแรมหรือกางเต็นท์ พักนอนหรือเรือนแพ นั่งเรือชมธรรมชาติ พายเรือ ดูป่า ดูนก และศึกษาประวัติศาสตร์

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดนันทนาการและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว

### 2.4.1 ความหมายของนันทนาการ

คำว่านันทนาการมาจากศัพท์คำว่า Recreation ซึ่งมาจากคำกริยา คือ ครีเอท (To Create) ซึ่งหมายถึง การสร้างหรือทำให้เกิดขึ้นคำว่ารี (Re) เป็นอุปสรรคเติมหน้าคำกริยาแสดงถึงคำใหม่หรือเพิ่มเติมอีกดังนั้นเมื่อเป็นคำว่า “Re-create” หมายถึง การสร้างใหม่หรือทำให้ขึ้นใหม่สร้างให้ดีขึ้นใหม่นันทนาการ หมายถึง ประสบการณ์แห่งความสุขความเพลิดเพลินซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนเราที่เลือกประกอบในเวลาว่างจากกิจกรรมเช่นการว่างจากงานประจำเวลานอนหรือเวลาที่ประกอบกิจกรรมประจำวันตามความสนใจตามความพอใจไม่หวังผลตอบแทนจากกิจกรรมและควรเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางกายจิตใจอารมณ์สังคมและสติปัญญา เช่น การเล่นกีฬาการเล่นดนตรีการไปงานเลี้ยงสังสรรค์การท่องเที่ยว ฯลฯ (ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ, 2541)

ความหมายของนันทนาการ (Recreation) คำว่านันทนาการ มีผู้เชี่ยวชาญทางนันทนาการหลายท่านได้ให้ข้อคิดเห็นความหมายของนันทนาการไว้ ต่างๆ กันดังนี้

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส (2526) ได้ให้ความหมายของนันทนาการว่า ต้องเป็นกิจกรรมที่ก่อผลดีให้กับร่างกาย จิตใจ หรืออารมณ์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการ กิจกรรมที่ทำในเวลาว่างและด้วยความสมัครใจของผู้กระทำเอง กิจกรรมนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่พึงประสงค์ ไม่ไปในทางอบายมุข

กมลลา ชินพงศ์ (2532) กล่าวว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่กระทำในเวลาว่าง โดยความสมัครใจเป็นหลัก ไม่มีการบังคับ และได้รับความพึงพอใจ เพลิดเพลินใจจากกิจกรรมนั้นๆ และกิจกรรมที่จะกระทำต้องเป็นที่พึงประสงค์ของสังคม ไม่เป็นไปในทางอบายมุข

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ให้ความหมายของนันทนาการไว้ 4 ความหมายดังนี้

- 1) นันทนาการ หมายถึง การทำให้สดชื่น หรือการสร้างพลังขึ้นมาใหม่
- 2) นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมซึ่งมีรูปแบบหลากหลาย
- 3) นันทนาการ หมายถึง กระบวนการพัฒนาประสบการณ์หรือพัฒนาคุณภาพชีวิต

ของบุคคลหรือสังคม

4) นันทนาการ หมายถึง สวัสดิการสังคม ซึ่งรัฐมีหน้าที่จัดบริการให้กับชุมชนเพื่อสร้างบรรยากาศของเมืองให้น่าอยู่

จากความหมายของนันทนาการดังที่บุคคลต่างๆ กล่าวมาแล้ว พอสรุปได้ว่า นันทนาการเป็นกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่างและบุคคลกระทำด้วยความสมัครใจและไม่ผิดวัฒนธรรมประเพณีและกฎหมาย เมื่อกระทำแล้วก่อให้เกิดความสุขทางใจ พัฒนาร่างกาย จิตใจ

#### 2.4.2 ความมุ่งหมายของนันทนาการ

เอนก หงษ์ทองคำ (2542) ได้สรุปจุดมุ่งหมายของนันทนาการไว้ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาอารมณ์ 2) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ 3) เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ 4) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม 5) เพื่อส่งเสริมการแสดงออก 6) เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต 7) เพื่อส่งเสริมความเป็นมนุษยชาติ และ 8) เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี

สมเกียรติ เนตรประเสริฐ (2543) เสนอว่า ความมุ่งหมายของนันทนาการ ประกอบด้วย

1) เพื่อความพึงพอใจในความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ มนุษย์มีความต้องการตามธรรมชาติจากปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตให้มีความสุข มนุษย์จึงได้ชวนชวหายหากิจกรรมต่างๆ เพิ่มเติม กิจกรรมนันทนาการเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับมนุษย์

2) เพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ นันทนาการเป็นกิจกรรมที่มีการกระทำไม่อยู่นิ่งเฉย เป็นกิจกรรมที่มีความเคลื่อนไหวใช้อวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกายทำงานหรือประกอบกิจกรรม ย่อมทำให้ร่างกายมีความสมบูรณ์แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ นอกจากนี้ นันทนาการยังเป็นเรื่องของการส่งเสริมความสุขสนุกสนานความพึงพอใจในการเข้าร่วมด้วยความเต็มใจ ย่อมทำให้มีสุขภาพจิตที่ดีตามไปด้วย

3) เพื่อผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวัน สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการแข่งขันกันสูงและแข่งขันตลอดเวลาทั้งด้านการทำงาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านความเป็นอยู่ ต้องต่อสู้ด้วยวิถีทางต่างๆ ให้ได้มาเพื่อความสุข จึงทำให้คนเรามีสุขภาพจิตไม่ดีเท่าที่ควร มีความวิตกกังวล เกิดความเครียดทางอารมณ์ บางครั้ง จึงระบายออกในทางที่ผิดๆ ความมุ่งหมาย ของนันทนาการที่ต้องการให้ผ่อนคลายความเครียดสามารถช่วยผู้เข้าร่วมนันทนาการได้เป็นอย่างดี เช่น กิจกรรมด้านกีฬา การดนตรี ร้องเพลง ทำงานอดิเรก ทักษะศึกษา กิจกรรมพิเศษและการสนทนาธรรม เป็นทางออกที่ดีที่จะช่วยระบายความเครียดให้หมดไป

4) ส่งเสริมความสุขให้กับชีวิตในครอบครัว ครอบครัวเป็นสถาบันหนึ่งที่ทำให้มีความสุขต่อสมาชิกและเป็นสถาบันแรกที่สมาชิกทุกคน จะต้องใช้เวลาอยู่กับครอบครัว การที่ทุกคนอยู่พร้อมหน้าพร้อมตาและมีกิจกรรมร่วมกันจะทำให้มีความสุข ความอบอุ่น ความรักใคร่และความเป็นกันเอง นันทนาการจึงนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมความสุขให้กับสมาชิกในครอบครัว



ด้วยการจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น การชมโทรทัศน์ร่วมกัน การปลูกต้นไม้และตกแต่งบ้าน การรับประทานอาหารนอกบ้านด้วยกัน

5) พัฒนาและส่งเสริมการเป็นพลเมืองดีในสังคมประชาธิปไตย นันทนาการ เป็นเรื่องของกิจกรรมที่มีการกระทำโดยมุ่งหวังเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้แสดงออกในทางที่ดีและสังคมยอมรับ โดยเฉพาะนันทนาการด้านกีฬาจะสอนให้ผู้เข้าร่วมรู้จักการแพ้ชนะ การให้อภัย การเสียสละ การช่วยเหลือ การมีน้ำใจที่ดีต่อกันและสิ่งที่สำคัญคือการปฏิบัติตามกฎกติกาอย่างรัดกุม เมื่อผู้เข้าร่วมปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องในขณะที่เข้าร่วมกิจกรรมแล้วโอกาสที่จะประพฤติปฏิบัติตนในสังคมย่อมเป็นไปได้ด้วยดีเพราะกฎ กติกา ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ในเกมกีฬาเป็นข้อบ่งชี้หรือเปรียบเทียบเสมือนกฎหมายของสังคม เมื่อกระทำผิดย่อมได้รับการลงโทษ แต่เมื่อทำดีถูกต้องก็จะได้รับการสรรเสริญ คำชมเชยและสนับสนุนในทางที่ดีจึงเห็นได้ว่านันทนาการมีความมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้เป็นคนดีในระบอบสังคมประชาธิปไตยได้เป็นอย่างดี

#### 2.4.3 ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการ

ปัจจุบันนี้มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสังคมวิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามยุคสมัยของข้อมูลข่าวสารและโลกาภิวัตน์ ไม่ว่าจะเป็นความเจริญของเมืองประชากรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนของสภาพครอบครัว การครองชีพ ความเจริญทางด้านเทคโนโลยี ปัญหาคนว่างงาน ปัญหาโสเภณีเด็ก ว่างงานที่เพิ่มมากขึ้นตลอดจนวิทยาการและบริการสมัยใหม่ จึงทำให้นันทนาการมีความสำคัญดังนี้

จรินทร์ ธาณิรัตน์ (2528) ได้กล่าวถึงความสำคัญของนันทนาการไว้ดังนี้

##### 1) ความสำคัญสำหรับบุคคล โดย

1.1) บุคคลแต่ละบุคคลมีสิทธิ์ที่จะใช้เวลาว่างของตนในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง

1.2) บุคคลแต่ละบุคคลมีความรับผิดชอบตามกฎหมายในอันที่จะสนับสนุนนันทนาการ โดยการเสียภาษีให้กับรัฐบาล

1.3) บุคคลแต่ละบุคคลมีความรับผิดชอบในทางจิตใจหรือทางศีลธรรมในอันที่จะช่วยเหลือสนับสนุนโดยผ่านองค์การอาสาสมัครทั้งหลาย

1.4) บุคคลแต่ละบุคคลย่อมมีความรับผิดชอบที่จะอุทิศเวลาว่างของตนเพื่อบริการชุมชน

2) ความสำคัญสำหรับครอบครัว กิจกรรมนันทนาการที่ดีย่อมเกิดตั้งแต่เด็ก ดังนั้นบ้านซึ่งมีบิดามารดาเป็นผู้นำนันทนาการคนแรกของเด็ก กิจกรรมต่างๆ ที่บิดามารดาทำการฝึกให้เด็กมีนิสัยหรือทัศนคติที่ดีในการใช้เวลาว่างไปในทางที่เกิดประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาเยาวชน ถ้าบุคคลของครอบครัวมีสุขภาพดีมีความมั่นคง ประเทศชาติก็จะเป็นปึกแผ่นมั่นคงตามไปด้วย

3) ความสำคัญสำหรับกลุ่มหรือคณะ โดยกิจกรรมนั้นหนนาการเป็นเครื่องมือ เป็นสื่อให้บุคคลได้พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อันจะทำประโยชน์ให้แก่สังคม

4) ความสำคัญของชุมชน ชุมชนที่ดีควรจัดให้มีสถานที่บริการทางนันทนาการเพื่อประชาชนนั้นๆ ได้พักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความเครียด ทำให้เขาเพลิดเพลิน มีความสุขความพอใจในชีวิต พร้อมทั้งจะตื่นตระหนกกับปัญหาชีวิตประจำวันต่อไปอีก

5) ความสำคัญสำหรับประเทศชาติจะมั่นคงและพัฒนาไปได้ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ย่อมเป็นผลสืบเนื่องมาจากประชาชนพลเมืองมีความสุขภาพดี มีสมรรถภาพทางกายและทางใจที่ดี นั่นคือ ทุกคนต้องรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ใช้เวลาพักผ่อนในทางกิจกรรมนันทนาการ

6) ความสำคัญสำหรับนานาชาติ นันทนาการมีบทบาทสำคัญที่จะส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชาติ โดยการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการวัฒนธรรม วรรณกรรมพื้นเมือง การแลกเปลี่ยนความคิด ส่งผลให้ลดความขัดแย้งระหว่างประเทศ ดังเช่น สมาคมนันทนาการและการใช้เวลาว่างแห่งโลก (World Recreation and Leisure Association: WRLA) ดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว สมเกียรติ เนตรประเสริฐ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า นันทนาการนับว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมนุษยเราเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสังคมปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว วิถีการดำเนินชีวิตของคนเราจึงเปลี่ยนแปลงไปด้วยจนบางครั้งทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามเมื่อไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์ ความสำคัญของนันทนาการ มิได้มีเฉพาะบุคคลทั่วไปเท่านั้น แม้แต่องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ยังได้เห็นถึงความสำคัญของนันทนาการ ด้วยการประกาศหลัก “ปริญญาสาธกด้วยสิทธิมนุษยชน” ที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการไว้ 3 ประการ ดังนี้ 1) ทุกคนมีสิทธิที่จะพักผ่อนและใช้เวลาว่าง 2) การศึกษาเป็นเครื่องช่วยให้มนุษย์พัฒนาทางด้านบุคลิกภาพ และ 3) ทุกคนมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมของชุมชนด้านวัฒนธรรม ศิลปะ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนผลประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรมนั้น

#### 2.4.4 ประโยชน์และคุณค่าของนันทนาการ

บัทเลอร์ (Butler, 1959 อ้างใน ธเนตร ตัญญวงษ์, 2554) เสนอคุณค่าทางกิจกรรมนันทนาการที่มีต่อมนุษย์ สรุปได้ ดังนี้ 1) นันทนาการเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 2) นันทนาการ คือ ทางออกที่ดีการแสดงออกและการพัฒนาตัวบุคคล 3) การเล่นหรือนันทนาการช่วยให้เด็กมีความเจริญเติบโตและมีประสบการณ์ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตเมื่อเจริญวัยขึ้น 4) ช่วยให้เด็กมีความกระตือรือร้นในชีวิตและกิจกรรมต่างๆ และช่วยให้ได้มาซึ่งทักษะที่จำเป็นสำหรับชีวิตในภายหลัง 5) สำหรับผู้ใหญ่ นันทนาการเป็นการแสดงออกในกิจกรรมต่างๆ และการคบหาสมาคมซึ่งกันและกัน และ 6) นันทนาการเป็นวิธีหาความสุข ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสมดุลในชีวิตกับการงาน การพักผ่อน ความรัก ความเคารพนับถือซึ่งกันและกันในหมู่มนุษย์

สมบัติ กาญจนกิจ (2535) เสนอว่า กิจกรรมนันทนาการช่วยให้บุคคลและชุมชนได้รับความสนุกสนาน มีความสุขในชีวิตและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

- 1) ช่วยให้ผู้บุคคลและชุมชนพัฒนาสุขภาพจิต และสมรรถภาพทางกายที่ดีที่สุดเกิดความสมดุลของชีวิต
- 2) ช่วยป้องกันปัญหาอาชญากรรมและพฤติกรรมเบี่ยงเบนในทางที่ไม่พึงประสงค์ของเยาวชนและเด็ก การพัฒนาพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างลักษณะนิสัยที่พึงประสงค์และเป็นกำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอนาคต กิจกรรมนันทนาการประเภทต่างๆ ช่วยให้เด็กและเยาวชนเลือกได้ตามความสนใจ และได้ใช้เวลาว่างในการพัฒนาลักษณะนิสัยที่พึงประสงค์ได้
- 3) ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี การที่ชุมชนได้มีโอกาสใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการ จะได้เรียนรู้ในเรื่องของหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณค่าทางสังคม เสรีประชาธิปไตย ลดความเห็นแก่ตัว สร้างคุณธรรม ความมีน้ำใจ การให้บริการรู้จักอาสาสมัคร ช่วยเหลือสังคม ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมของความเป็นพลเมืองดีของประชาชาติ
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาอารมณ์สุข กิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์สุขรวมทั้งความสุขสนุกสนาน และความสุขสงบ ลดความเครียด ความวิตกกังวล ทำให้อารมณ์แจ่มใสและช่วยส่งเสริมให้รู้จักการพัฒนาการ ควบคุมอารมณ์และบุคลิกภาพที่ดีอีกด้วย
- 5) ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นพื้นเมืองวิถีชีวิตประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนแหล่งนันทนาการประเภทอุทยานประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ช่วยส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ ส่งเสริมการเรียนรู้ทัศนคติ และความซาบซึ้งอันจักก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติต่อไป
- 6) ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งและนอกเมือง ได้แก่ กิจกรรมการอยู่ค่ายพักแรม เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ไต่เขา เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ช่วยสอนผู้ที่เข้าร่วมได้รู้จักคุณค่าของธรรมชาติ ซาบซึ้ง และสามารถดูแลอนุรักษ์ธรรมชาติ อันจักเป็นประโยชน์ต่อชุมชน และประชาชาติของโลก
- 7) ส่งเสริมการบำบัดรักษา กิจกรรมนันทนาการเพื่อการบำบัดเป็นกรรมวิธีและ กิจกรรมที่จะช่วยรักษาคนป่วย ทั้งทางร่างกายและสุขภาพจิต เช่น งานอดิเรกประเภทประดิษฐ์ สร้างสรรค์ และช่วยส่งเสริมความหวัง ความคิดและการใช้เวลาว่างแก่คนป่วย ซึ่งกำลังต่อสู้กับความทุกข์ทางกาย หรือจิตกิจกรรมนันทนาการประเภทกิจกรรมนันทนาการช่วยส่งเสริมการพัฒนาร่างกาย กิจกรรมนันทนาการทางสังคมช่วยสร้างขวัญกำลังใจของคนป่วย
- 8) ส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ช่วยให้บุคคลได้แสดงออกและละลายพฤติกรรมของกลุ่ม สร้างเสริมคุณค่าทางสังคมฝึกการอยู่ร่วมกันอย่างมี

ความสุข กิจกรรมเกมกีฬาและกีฬาเพื่อการแข่งขัน และการอยู่ค่ายพักแรมช่วยฝึกการทำงานเป็นหมู่คณะ ลดความเห็นแก่ตัว เสริมสร้างความสามัคคีและความเข้าใจอันดีในหมู่คณะ

9) ส่งเสริมและบำรุงขวัญทหารและตำรวจปฏิบัติหน้าที่ตามชายแดน กิจกรรมนันทนาการที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมขวัญกำลังใจของทหาร ตำรวจชายแดน เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งในการตอบแทน ให้กำลังใจในกิจกรรมเวลาว่างสำหรับกองทหารและตำรวจชายแดน

#### 2.4.5 ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ

การจัดดำเนินงานทางด้านนันทนาการนั้น มีความหลากหลาย ตลอดจนมีปัจจัยต่างๆ มากมาย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกเป็นประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ได้ แบ่งกิจกรรมนันทนาการและรูปแบบการจัดกิจกรรมดังนี้

1) กิจกรรมนันทนาการศิลปหัตถกรรม (Art and crafts) กิจกรรมศิลปหัตถกรรม หมายถึงการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ด้วยมือหรืองานด้านศิลปะต่างๆ ที่ทำขึ้นด้วยมือกิจกรรมนันทนาการประเภทศิลปหัตถกรรมจึงหมายถึงงานด้านศิลปะต่างๆ ที่ทำขึ้นด้วยมือในเวลาว่างและไม่ได้ทำเป็นอาชีพหรือหวังผลกำไรใดๆ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะความสามารถในการใช้มือสร้างงานฝีมือให้แก่ชุมชน เพื่อพัฒนาอารมณ์สุขและความเจริญเติบโตทางร่างกายอารมณ์สังคมและสติปัญญา กิจกรรมเหล่านี้ เช่น งานไม้เย็บปักถักร้อยการวาดภาพ แกะสลักงานประดิษฐ์อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ฯลฯ กิจกรรมนันทนาการประเภทศิลปหัตถกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่มีขอบเขตจำกัดไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ผู้เข้าร่วมสามารถใช้จินตนาการของตนสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้อย่างอิสระดังนั้นกิจกรรมนันทนาการประเภทนี้จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การเป็นตัวของตัวเองและการแสดงออกในรูปแบบต่างๆ สามารถดัดแปลงให้เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย และยังเป็นกิจกรรมที่ไม่จำเป็นต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เพราะสามารถนำของที่ไม่มีประโยชน์มาประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์อย่างอื่นได้อีกด้วย รูปแบบการจัดกิจกรรมการจัดกิจกรรมนันทนาการประเภทศิลปหัตถกรรมนี้ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด ผู้นำที่ดีควรจัดเตรียมกิจกรรมไว้หลายๆ รูปแบบและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เลือกรูปแบบตามความคิดของผู้เข้าร่วมเองเพื่อให้ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และผลงานที่ได้จะมีความหมายต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด กิจกรรมนันทนาการประเภทศิลปหัตถกรรมนั้นมีมากมายแต่เป็นที่รู้จักเรียงตามความนิยม ได้แก่ เครื่องจักสาน เย็บปักถักร้อย เครื่องปั้นดินเผา การแกะสลักผลไม้ การทำร่ม การปั่นเครื่องเงิน เครื่องเงิน การวาดภาพการทอเสื่อ ประดิษฐ์ดอกไม้ทำรอง เท้าทำกระเป่าซิลค์สกรีน (Silk Screen) ร้อยพวงมาลัยจัดดอกไม้ ทำวาวพับกระดาษ การเป่าแก้ว ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีศิลปะสมัยใหม่ (New Arts) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นนั่นก็คือการประดิษฐ์งาน

2) กิจกรรมนันทนาการเกมกีฬา (Games and Sports) เกมและกีฬานั้นเป็นกิจกรรมที่ต้องการความสัมพันธ์กันระหว่างทักษะการเคลื่อนไหวสติปัญญาความทนทานและพลังกำลังของร่างกายในการประกอบกิจกรรม ซึ่งบางกิจกรรมจะมีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เช่น ลูกบอล

ใช้ไม้ตีและแร็กเกตตุงมือ ฯลฯ โดยมากมักจะจัดกิจกรรมประเภทนี้ในสถานที่ที่เป็นบริเวณกว้าง เช่น สนามหญ้า โรงยิมเนเซียม ลานกว้าง เป็นต้น ในการเล่นหรือการแข่งขันก็จะมีกฎกติกาในการเล่นตายตัวเฉพาะแต่ละชนิดเกมกีฬา เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เสมอภาคสนุกและท้าทาย ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการประเภทเกมกีฬาจึงเป็นกิจกรรมที่สนุกสนานตื่นตาและท้าทายความสามารถของผู้เข้าร่วม กิจกรรมทั้งยังมีหลากหลายกิจกรรมสามารถเลือกเข้าร่วมได้เหมาะสมทั้งวัยเด็กวัยผู้ใหญ่วัยสูงอายุ หญิงชายรวมทั้งคนพิการ ทำให้กิจกรรมประเภทนี้จึงได้รับความนิยมสูงและมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

3) กิจกรรมนันทนาการการเต้นรำ (Dances) การเต้นรำนั้นเป็นกิจกรรมการแสดงออกผ่านการเคลื่อนไหว เป็นการแสดงของมนุษย์ในความสามารถที่จะเคลื่อนไหว ซึ่งท่าทางต่างๆ ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของกิจกรรมในชีวิตโดยมนุษย์และวัฒนธรรม การเต้นรำเป็นการแสดงออกถึงอารมณ์และเหตุการณ์ต่างๆ เช่น ความสุข ความเสียใจ ความรัก สงคราม การบูชา เป็นต้น

4) กิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวทัศนศึกษา (Tourism and Traveling) การท่องเที่ยวทัศนศึกษาเป็นกิจกรรมนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจ และนิยมเลือกในช่วงเวลาว่างหรือเวลาอิสระมากที่สุดประเภทหนึ่ง เพราะเป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตที่มีรูปแบบที่น่าสนใจหรือเรียกว่าสิ่งดึงดูดความสนใจ (Attractions) ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ อนุรักษ์ธรรมชาติภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า นันทนาการกลางแจ้งหรือนอกเมือง กีฬา การบันเทิง และการอาบน้ำแร่เพื่อสุขภาพ

5) กิจกรรมนันทนาการพัฒนาจิตใจและความสงบสุข อารมณ์ของมนุษย์เกิดจากสิ่งกระตุ้นสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆที่มากระทบซึ่งเหตุการณ์หนึ่งๆอาจส่งผลต่ออารมณ์ของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป เหตุการณ์ใดที่มากระทบแล้วทำให้เกิดความพึงพอใจความยินดีอารมณ์ที่เกิดขึ้นก็คืออารมณ์สุขกิจกรรมนันทนาการต่างๆต่างก็จัดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาอารมณ์สุขของมนุษย์เป็นวัตถุประสงค์สำคัญข้อหนึ่งซึ่งอารมณ์สุขของมนุษย์มี 2 ลักษณะดังนี้

5.1) อารมณ์สุขสนุกสนาน (Fun) อารมณ์สุขลักษณะนี้เกิดจากเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เน้นในเรื่องของการเคลื่อนไหวกิจกรรมกระตุ้นความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ ตลกขำขัน กิจกรรมนันทนาการที่ก่อให้เกิดอารมณ์สุขสนุกสนานนี้ ได้แก่ การเต้นรำ ปีนเขา พายเรือ การนั่งพูดคุยสนทนา เล่นกีฬา เป็นต้น

5.2) อารมณ์สุขสงบ (Peace) อารมณ์สุขสงบนี้เกิดจากเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เน้นในเรื่องของการพัฒนาจิตใจสมาธิและสติปัญญา ซึ่งจะไม่นั้นในเรื่องของการเคลื่อนไหวหรือการกระตุ้นอารมณ์มากนัก จะเป็นกิจกรรมที่ทำให้เราสงบได้มีโอกาสเรียนรู้ตนเอง เรียนรู้ผู้อื่น และพัฒนาตนเอง ในด้านของจิตใจและสติปัญญาเกิดความสงบยิ่งขึ้นเกิดความสบายใจสร้างความ

สมดุลระหว่างการทำงานกับการพักผ่อนพัฒนาระบบต่างๆ ของร่างกายควบคู่ไปกับจิตใจสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เกิดความสุขในลักษณะสุขสงบกิจกรรมนันทนาการที่ทำให้เกิดอารมณ์สุขสงบนี้ ได้แก่ การนั่งสมาธิการสร้างมโนภาพ การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การปฏิบัติโยคะ การฟังเพลงแล้วผ่อนคลายตามเสียงเพลงการศึกษาธรรมะ ปรัชญา มวยจีน เป็นต้น

6) กิจกรรมนันทนาการการละคร (Drama) กิจกรรมนันทนาการประเภทการละคร เป็นกิจกรรมการแสดงออก เป็นการระบายอารมณ์หรือกิจกรรมของชีวิตประจำวัน การสร้างความรู้สึกการแสดงออกแห่งตน กิจกรรมนันทนาการการละครเกิดได้หลายวิธี เช่น เกิดจากการแสดงพิธีการศาสนาการ ฝึนหรือจินตนาการที่ส่งเสริมพัฒนาการทางด้านอารมณ์สุขสนุกสนาน เป็นต้น

7) กิจกรรมนันทนาการงานอดิเรก (Hobby) งานอดิเรกจัดเป็นกิจกรรมนันทนาการที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณค่าชีวิตของมนุษย์ ตั้งแต่ วัยเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุเป็นการส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ชีวิต เป็นการบำบัดทางกายและจิตใจ ส่งเสริมโอกาสให้บุคคลเลือกกิจกรรมตามความสนใจ สนุกใจ และกระทำด้วยความเต็มใจในช่วงเวลาอิสระ เวลาว่าง และเพื่อพัฒนาคุณค่าชีวิตของบุคคลและสังคม

8) กิจกรรมนันทนาการดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing) ดนตรีเป็นภาษากลางที่ใช้สื่อสารหรือถ่ายทอดความรู้สึกของมวลมนุษยชาติ เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน บุคคล ชุมชน คู่กันเคยกับดนตรี ทั้งในด้านการเรียนรู้การสื่อสารการแสดงออกแห่งตน การทำทนายการแสดงความสามารถขั้นสูงสุดที่บุคคลจะพึงกระทำได้ดนตรี เป็นการระบายอารมณ์เป็นการผ่อนคลายความเครียดขณะทำงานหรือเวลาว่างกล่าวโดยสรุปดนตรีเป็นนันทนาการที่ต้องมีควบคู่กับสังคม เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมีบทบาทต่อ บุคคล ชุมชน สังคมและประเทศชาติ ประเภทของดนตรีจำแนกตามลักษณะการเข้าร่วม ดังนี้ 1) การร้องเพลง เช่น เพลงไทย เพลงสากล เพลงโอเปร่า เพลงคลาสสิก เป็นต้น 2) การเล่นดนตรี เช่น เครื่องสาย กีตาร์ เปียโน ไวโอลิน เป็นต้น 3) การฟังดนตรี เช่น คอนเสิร์ต ซิมโฟนี เครื่องสาย เป็นต้น 4) เพลงประกอบกิจกรรมเข้าจังหวะ เช่น เพลงพื้นเมือง รำวง เป็นต้น 5) การสร้างสรรค์ทางดนตรี เช่น การแต่งเพลง เนื้อร้อง ทำนอง การประดิษฐ์ อุปกรณ์ดนตรี เป็นต้น และ 6) กิจกรรมดนตรีแบบผสม เช่น การเต้นรำพื้นเมือง ระบำบัลเลต์ ละครเพลง โอเปร่า เทศกาล ดนตรี เป็นต้น

9) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมือง (Outdoor Recreation) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งหรือนอกเมือง เป็นกิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมให้บุคคลได้มีโอกาสใกล้ชิดธรรมชาติสภาพแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการเจริญเติบโตทางด้านร่างกาย อารมณ์สังคมและสติปัญญาของบุคคล และสังคมแห่งนันทนาการประเภทนี้ ได้แก่ สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น ฟาร์ม ค่ายพักแรมสวนหย่อม สวนผักผลไม้พิพิธภัณฑสถานสัตว์หรือศูนย์ชุมชนที่ นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมในบ้านหรือในห้องเรียนกิจกรรมการอยู่ค่ายพักแรมเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง



หรือนอกเมืองที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะเป็นการผสมผสานกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น กิจกรรม ศิลปทัศนกรรม การต่อสู้เพื่อการอยู่รอด การสร้างวัสดุอุปกรณ์โดยอาศัยธรรมชาติ การได้สัมผัส ใกล้ชิดธรรมชาติ กิจกรรมตกปลาล่าสัตว์ ไต่เขา กีฬาธรรมชาติ การอนุรักษ์ธรรมชาติและคุณค่าทาง สังคม กีฬาประเภทเสี่ยงอันตรายและกิจกรรมท้าทายความสามารถ เป็นอีกกิจกรรมที่บุคคลและ สังคมให้ความสนใจ รวมทั้งกีฬาประเภทการแข่งขัน เช่น แข่งรถ แข่งเรือ กีฬาไต่ยอดเขา ผจญภัยใน ป่า เป็นต้น เป็นการท้าทายการอยู่รอดซึ่งต้องมีการศึกษาเตรียมการและฝึกฝนทักษะ เพื่อจะต้องผจญ ภัยและอุปสรรคต่างๆ

10) กิจกรรมนันทนาการทางสังคม (Social Recreation) มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องการความรักความเข้าใจความสัมพันธ์การเป็นเจ้าของ ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการทางสังคมเป็น กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมโอกาส มนุษย์สัมพันธ์ ความเข้าใจ ความสามัคคีอันดีต่อเพื่อนมนุษย์

11) กิจกรรมนันทนาการพิเศษ (Special Events) กิจกรรมนันทนาการพิเศษเป็น กิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสเทศกาลพิเศษ ต้องมีการจัดเตรียมอาคารสถานที่ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชน ได้มาร่วมกัน เช่น เทศกาลสงกรานต์ลอยกระทง คริสต์มาส ตรุษจีนรวมทั้งกิจกรรมวันพิเศษของ บุคคลในครอบครัว เช่น วันเกิด วันครบรอบแต่งงาน เป็นต้น

12) กิจกรรมนันทนาการวรรณกรรม (อ่านพูดเขียน) (Reading, Speaking and Writing) นันทนาการประเภทวรรณกรรมส่งเสริมให้บุคคลพัฒนาทักษะ ความรู้ และสามารถจัดได้ทุก ระดับวัยและเพศ กิจกรรมนันทนาการวรรณกรรมก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การ แสดงออกแห่งตนอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดการพัฒนาจินตนาการ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมแบบ ประหยัดได้และเป็นกิจกรรมที่เก่าแก่ของมนุษยชาติ

13) กิจกรรมนันทนาการบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service) กิจกรรม อาสาสมัครเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม การให้และการรับ การร่วมมือของชุมชน อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจและการพัฒนาจิตใจของบุคคลและสังคม อาสาสมัครเป็นการให้บริการ โดยปราศจากสินจ้างรางวัล เป็นการเสริมสร้างทักษะและการสร้าง คุณภาพชีวิต การให้บริการอาสา สมัครเป็นการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ โดยอาศัยแรงงาน ความร่วมมือของกลุ่ม หน่วยงาน เอกชน ชุมชนและองค์การธุรกิจการค้าที่จะต้องจัดบริการชุมชน

14) กิจกรรมนันทนาการพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ สุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับคนทุกคน จุดมุ่งหมายของนันทนาการประการหนึ่งก็เพื่อพัฒนาสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิต ของคนให้สมบูรณ์ ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นพร้อมกับความ สนใจในสุขภาพของคนในปัจจุบัน คือ กิจกรรมนันทนาการประเภทพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ ซึ่ง กิจกรรมนันทนาการประเภทนี้ เป็นกิจกรรมแบบผสมผสานเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดการลีลาชีวิต (Life style management) ซึ่งนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความของคำว่านันทนาการสุขภาพ



(Wellness) ว่าหมายถึง กิจกรรมประเภทวิถีชีวิต (Lifestyle) ชนิดหนึ่ง ซึ่งมีความประสงค์ที่จะฝึกฝนด้านสุขภาพและการทำให้มีสุขภาพดีหรืออีกความหมายหนึ่ง คือ สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับมนุษย์ ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้เป็นพื้นฐานของสุขภาพที่ดีและเป็นการพัฒนาของชุมชน มีส่วนช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งมีความสำคัญต่อสภาวะและสภาพความเป็นอยู่กิจกรรมนันทนาการสุขภาพ (Wellness) นั่นก็คือ กิจกรรมนันทนาการเพื่อพัฒนาสุขภาพนั่นเอง โดยกิจกรรมนี้เป็นการจัดการของบุคคลซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลการศึกษา โอกาสสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม และยังเป็นการจูงใจในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมกระทำในสิ่งที่เป็นไปได้มากที่สุดเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

#### 15) กิจกรรมนันทนาการกลุ่มสัมพันธ์และมนุษย์สัมพันธ์ (Group Process)

กิจกรรมนันทนาการกลุ่มสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่จะช่วยส่งเสริมมนุษย์สัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม การประสานงานร่วมมือของกลุ่มและยังส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มของสังคมในวิถีประชาธิปไตยอีกด้วย กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีประโยชน์อย่างยิ่งในการเป็นผู้นำและผู้ตามให้รู้จักหน้าที่ ความรับผิดชอบและบทบาทของตนเองและของสังคมที่ดี ความหมายของกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีอยู่หลายคำที่ใกล้เคียงกัน เช่น “กระบวนการกลุ่ม” “การแนะแนวหมู่” “การให้คำปรึกษากลุ่ม” “พลังกลุ่ม” และ “การฝึกมนุษย์สัมพันธ์” พอสรุปได้ ดังนี้

15.1) กระบวนการกลุ่ม (Group process) หมายถึง กระบวนการที่ใช้กลุ่มในการแก้ไขปัญหาหรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน ซึ่งผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองและใช้วิธีการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การแสดงบทบาทสมมติ การแสดงละคร การตีความหมายการแก้ปัญหา เป็นต้น

15.2) การแนะแนวหมู่ (Group guidance's) หมายถึง การให้การแนะแนวแก่บุคคลหลายคนหรือกลุ่มที่มีปัญหาและความต้องการคล้ายคลึงกัน โดยการเปิดโอกาสให้แต่ละคนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ตัดสินใจของกลุ่มได้ และช่วยให้บุคคลได้รับทราบข้อมูล สิ่งควรรู้ไปพร้อมกับกลุ่ม เป็นการประหยัดเวลา แรงงานและค่าใช้จ่าย

15.3) การให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling) เป็นการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มช่วยให้คนปกติได้ยอมรับปัญหาต่างๆ ของตนเองและหาทางแก้ไขปัญหา ซึ่งสามารถแบ่งการให้คำปรึกษาออกเป็นสามประการ ได้แก่ 3.1) การใช้กลุ่มเพื่อแก้ปัญหา 3.2) การให้คำปรึกษามุ่งช่วยเหลือปัญหาปกติทั่วไป และ 3.3) ช่วยสมาชิกกลุ่มที่มีสภาพปกติ

15.4) พลังกลุ่ม (Group Dynamics) เป็นการจัดกิจกรรมให้บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีกิจกรรมสัมพันธ์กัน มีการสื่อสารและปรับตัวเข้าหากัน ก่อให้เกิดพลังขึ้นภายในกลุ่ม โดยใช้วิธีการต่างๆ ที่จะช่วยในการตัดสินใจร่วมกัน อาจจะใช้ทักษะมนุษย์สัมพันธ์หรือการประชุมเชิง

ปฏิบัติการเพื่อพัฒนากลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

15.5) การฝึกมนุษยสัมพันธ์และความเป็นผู้นำ (Training Group หรือ T-Group) เป็นการฝึกอบรมเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ (Awareness) และการสร้างทักษะ (Skills) โดยการช่วยให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมกันเพื่อสร้างประสบการณ์มนุษยสัมพันธ์ บทบาทและคุณค่าในการเป็นผู้นำ

#### 2.4.6 การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ดังนี้

##### 2.4.6.1 การจัดการการท่องเที่ยว

นักวิชาการ เช่น เมสัน (Mason, 1995 อ้างใน วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2559) ระบุว่า การจัดการการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 1) ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (People who work in tourism) 2) วิธีการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (Ways to manage the resources for tourism) 3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน (Interaction of tourists with physical resources and residents of tourist areas) และ 4) ผลกระทบจากการท่องเที่ยว (Tourism impacts in tourism areas) เช่น สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษา เรียนรู้ เกิดความเข้าใจ และนำไปสู่ความพึงพอใจกับองค์ความรู้และวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว การบริการและอำนวยความสะดวก การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่มและของที่ระลึก ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทางการจัดการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการศึกษาหาความรู้ ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ด้านตลาดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น และด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

##### 2.4.6.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) วางอยู่บนฐานคิดที่ว่าคนในชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ผลจากการดำเนินการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม (พจนา สวนศรี, 2546)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550) ระบุว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่นในฐานะเจ้าของชุมชน มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและสถานที่ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนไว้ คือ 1) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมาอย่างสมำชิกของชุมชน 2) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง 3) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน 4) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการ

เคารพและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และ 5) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวมีความเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น และก่อให้เกิดการเรียนรู้

#### 2.4.6.3 การมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) ในงานต่างๆ อาจประกอบไปด้วยกิจกรรมหลายลักษณะ เช่น การมีส่วนร่วมในรูปวัสดุ เงิน แรงงาน การร่วมคิดหรือร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติ ร่วมทำนุบำรุงรักษา และการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นต้น ควรพิจารณาในเรื่อง

2.4.6.3.1) พื้นฐานของการเข้าร่วมกิจกรรมว่า มาจากแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยภายใน หรือมาจากปัจจัยภายนอก เช่น การชักจูง ถูกบีบบังคับจากผู้มีอำนาจ ความเกรงใจ เป็นต้น

2.4.6.3.2) รูปแบบการเข้าร่วม เช่น เกิดจากการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งกลุ่มโดยประชาชนหรือผ่านตัวแทนกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม อาทิจรกรรมกรหมู่บ้าน เป็นต้น

2.4.6.3.3) ขอบเขตของการมีส่วนร่วม เช่น การใช้เวลาที่มากน้อยต่างกัน ในกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

2.4.6.3.4) ผลของการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ทำให้เกิดพลังอำนาจในกลุ่มของตน เกิดศักยภาพ เกิดความสามัคคีในชุมชนหรือเกิดความเข้มแข็งในชุมชน เป็นต้น (มิตราสามารถ, 2543)

โดยสรุป การจัดนันทนาการและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ ความบันเทิง และนำไปสู่ความพึงพอใจกับองค์ความรู้และวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย การจัดการการท่องเที่ยวที่จะประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี จำเป็นต้องอาศัยหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาโครงการ จักรยานประเพณีสวนธน Gold City กรุงเทพฯ - หัวหิน เพื่อเทิดพระเกียรติสานต่อแนวพระราชดำริ ที่รวบรวมนักปั่นจักรยานมาร่วมทำกิจกรรมตลอดเส้นทาง 199 กิโลเมตร เป็นโครงการที่เชิญชวนประชาชนให้หันมาปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ และโปรโมทการท่องเที่ยวของประเทศไทยอีกด้วย

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและบริโภค

วู (Wu, 2005 อ้างใน โสภภาพ สมสุข, 2557) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงในการค้นหา ซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการตัดสินใจการท่องเที่ยว 2) ขั้นตอนระหว่างการท่องเที่ยว และ 3) ขั้นตอนหลังท่องเที่ยว

มูตินโญ (Moutinho, 1996 อ้างใน ชมพูนุท โมราชาติ, 2548) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าหมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) โดยเริ่มจากการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น การบริการของสถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนโดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตน ได้

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นว่าประกอบด้วยธุรกิจหลายอย่างที่ตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวคือ

- 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง คือ ธุรกิจการขนส่ง (Transportation) ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation) ธุรกิจภัตตาคาร (Restaurants) ธุรกิจนำเที่ยว (Travel Expeditors)
- 2) ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความสะดวกสบาย และพอใจสูงสุด ได้แก่ ธุรกิจเพื่อการบันเทิง พักผ่อนและกิจกรรมการท่องเที่ยว (Recreational Facilities and Tourist Attractions) รวมทั้งธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หลากหลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการ ได้ตามความพอใจของตน
- 3) ธุรกิจการค้าและบริการอื่นๆ (Miscellaneous) เช่น สถานีบริการน้ำมันร้านอาหาร ของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจการรักษาพยาบาลและเสริมสุขภาพ ธุรกิจเสริม ความงาม ฯลฯ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มุ่งตอบสนองลูกค้าทั่วไป รวมทั้งนักท่องเที่ยวด้วย เป็นธุรกิจที่ทำให้ การบริการ นักท่องเที่ยวสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่นักวิชาการได้จำแนกไว้ ในขั้นตอน พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในบางกะเจ้า จึงจะมุ่งการศึกษา พฤติกรรมในการเลือกที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบ ประเภทร้านอาหารและ สถานบันเทิงที่ ต้องการใช้บริการประเภทสินค้าและของที่ระลึกที่ต้องซื้อค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

พฤติกรรมผู้บริโภค

วอลเตอร์ (Walters, 1978 อ้างใน ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร, 2552) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจทั้งหลาย และ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของ บุคคลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการซื้อและการใช้สินค้าเศรษฐกิจและบริการ

ลูดอน และบิททา (Loudon & Bitta, 1998 อ้างใน ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร, 2552) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง วิธีทางที่บุคคลกระทำในกระบวนการแลกเปลี่ยน

ปีเตอร์ และโอลเซน (Peter & Olsen, 1990 อ้างใน ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร, 2552) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ ซึ่งส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความเข้าใจ พฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยน สำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมในการเลือกซื้อ และการเลือกใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยอาศัยปัจจัยทั้งภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อใช้เป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจเลือกซื้อและการเลือกใช้บริการเหล่านั้น

ศุภกร เสรีรัตน์ (2544) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคล ต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมา เพื่อบริโภคตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วยจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลในการเลือกซื้อ และการเลือกใช้สินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยต้องอาศัย การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง สังคม และเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจเลือกซื้อและการเลือกใช้บริการของบุคคล

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลออกมากระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้กว้างขวางที่สุด ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมหลักเป็นสิ่งที่อยู่ในทุกกลุ่มหรือในทุกสังคมมนุษย์ และเป็นตัวก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้ ไปจนถึงพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็ถ่ายทอดให้แก่กันและกันมา และด้วยเหตุที่แต่ละสังคมต่างก็มีวัฒนธรรมหลักของตนเองผลก็คือ พฤติกรรมการซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะผิดแผกแตกต่างกันไป

1.2 อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่รวมกันเข้าเป็นสังคมกลุ่มใหญ่ จำแนกอนุวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ วัฒนธรรมทางเชื้อชาติ วัฒนธรรมตามท้องถิ่น วัฒนธรรมตามอายุวัฒนธรรมทางอาชีพ

1.3 ชั้นชน หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีรายได้ อาชีพ การศึกษาหรือชาติตระกูล อย่างไม่อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน ชั้นชนของผู้บริโภคในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะ ดังนี้

1.3.1 ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน

1.3.2 ชั้นของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว

เช่น อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่งร่ำรวย การศึกษาและค่านิยม เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิงครอบครัว และบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้บริโภคเป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญๆ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและมโนทัศน์ที่มีต่อตนเอง

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ ชื่อของผู้บริโภคได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียน ความเชื่อและทัศนคติ (สุปัญญา ไชยชาณ, 2543)

องค์ประกอบของความต้อการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวต้องการก่อนตัดสินใจพิจารณาเลือกสถานที่เดินทางหรือเลือกใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม ซึ่งมีอยู่มากมาย และขึ้นอยู่กับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ วัดวาอาราม มรดกโลก สิ่งมหัศจรรย์ของโลก แหล่งอนุรักษ์พืช สัตว์ป่า สวนสัตว์วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ตลาดย่านการค้า แหล่งช้อปปิ้ง ทะเล เกาะแก่ง แหล่งดำนํ้า เป็นต้น

โครงสร้างพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบของน้ำประปา โทรศัพท์ การสื่อสารไร้สาย ระบบจำกัดสิ่งปฏิกูล การคมนาคมสื่อสาร ถนน ท่าอากาศยาน รถไฟ สวนสาธารณะ โรงพยาบาล สถานีรถประจำทางและสถานีรถไฟ ที่พักตากอากาศ

2. การขนส่ง ได้แก่ ยานพาหนะ ที่ใช้ในการบริการสำหรับรับส่งนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟ รถประจำทาง รถบัส แท็กซี่ รถยนต์ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นต้น พาหนะทั้งหลายควรมีพนักงานที่พร้อมเป็นมิตร มีความสะดวกสบาย ปลอดภัยได้มาตรฐาน มีเครือข่ายเชื่อมต่อกัน

2.1 การต้อนรับของเจ้าของบ้านหรือของคนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว เจ้าของบ้านต้องมีทัศนคติที่ดีสำหรับแขก ต้องแสดงออกถึงความสุภาพ ความเป็นมิตร ความจริงใจ ซื่อสัตย์ พร้อมทั้งจะคอยช่วยเหลือทำในสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับไปบอกยังบ้านเกิด เมืองนอนว่าประเทศไทยมีแต่ผู้คนที่เป็นมิตร

2.2 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุกๆ ที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่ง



ท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเที่ยวเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทาง ซึ่งภาครัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวลระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน

2.3 ผู้ให้บริการนำเที่ยว ปัจจัยข้อนี้สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพื่อลดภาระขั้นตอนของตนเอง ชื่อเสียง การบริการภาพลักษณ์ของบริษัทนำเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและตัดสินใจบริการจากบริษัทนำเที่ยว (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

การวิจัยถึงพฤติกรรมต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเป็นการค้นหาลักษณะความต้องการและการวิจัยพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อผลทางการตลาดต่อการสนองผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจและได้เป็นเป้าหมายของการตลาดและเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค สามารถนำคำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำตอบเพื่อการค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS, 1H ประกอบด้วย Who What Why Who When Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7Os ได้แก่ Occupants Objects Objective Organizations Occasions Outlets และ Operations สามารถสรุป เป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6WS,1H)	คำตอบที่ความต้องการทราบ (7Os)
1.ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is in the target market?	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา 4. พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (ซื้อ) (objects) สิ่งที่ผู้บริโภค ต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่เหนือ กว่าคู่แข่ง

(ตารางมีต่อ)



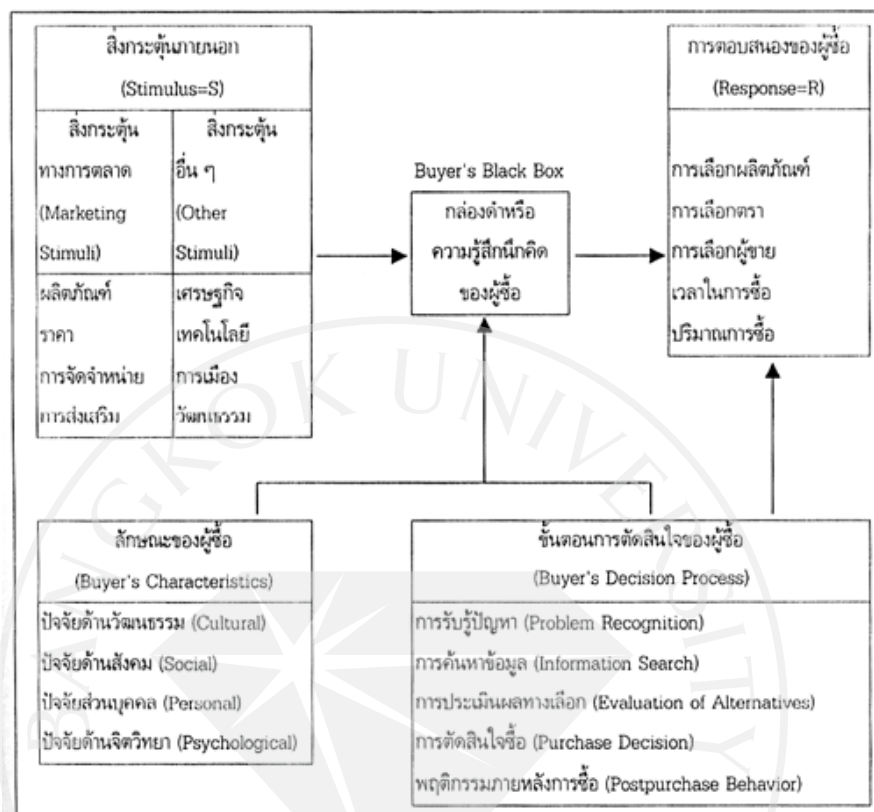
ตารางที่ 2.1 (ต่อ): การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6WS,1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the consumer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยภายใน หรือภายนอก ปัจจัยทางด้านสังคมและทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนในการร่วม Who participates in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (organization) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้เริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	โอกาสในการซื้อ (occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูกาลของปี ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the consumer buy?	ช่องทางหรือแหล่ง(outlet) ในการตัดสินใจซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	ขั้นตอน (operations) ในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1. การจดจำความต้องการ 2. การค้นหาข้อมูล 3. การวิเคราะห์ทางเลือก 4. การเลือกซื้อและใช้บริการ 5. การประเมินหลังใช้บริการ

ที่มา: อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ โดยผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 2.2: โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค



ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่ง กระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิด การซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) สิ่งกระตุ้นดังกล่าวก็คือ 4P นั่นเอง

1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยเพื่อกระตุ้น

ความต้องการ

2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตัวสินค้า โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สม่่าเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

ส่วนที่ 2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการ ผู้บริโภคอยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic Stimulus) เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคลไม่เหมือนกัน

2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological Stimulus) เช่น ถ้าเทคโนโลยีใหม่ๆ จะเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เช่น การฝาก-การถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น การเพิ่มหรือลด ภาษี มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าของผู้บริโภค

4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนี้

4.1) ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

4.1.1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม ก่ออิทธิพลอย่างกว้างและลึกซึ้งที่สุดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

4.1.1.1) วัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดหลักของความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล เช่น เด็กๆมีค่านิยม การรับรู้ ความนิยมชมชอบซึ่งใจเขาได้มาจากครอบครัวของเขา

4.1.1.2) วัฒนธรรมย่อย แต่ละวัฒนธรรมประกอบด้วย

วัฒนธรรมที่สามารถระบุได้เฉพาะเจาะจง และมีการอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคม ในหมู่มวลชนสมาชิก วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยสัญชาติ ศาสนา กลุ่มสีผิวและเขตทางภูมิศาสตร์

4.1.1.3) ชั้นทางสังคม หมายถึง การจัดลำดับชั้นของ ฐานะชนในชาติโดยที่บุคคลและกลุ่มต่างๆ ถูกจัดรวมพวกในแง่ของศักดิ์ศรีและชื่อเสียงที่ต่างกัน

4.1.2) ปัจจัยทางสังคม นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม แล้วพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ทางสังคม

4.1.2.1) ครอบครัว เป็นกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดตัวบุคคลมากที่สุด วิธีปฏิบัติต่อกันในครอบครัว แต่ละครอบครัวจะมีระเบียบปฏิบัติไม่เหมือนกันและพฤติกรรมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติการรับรู้ การเลือกสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน

4.1.2.2) กลุ่มอ้างอิง จะมีการทำตามอย่างบุคคลอื่นที่ นิยม ชมชอบ ดังนั้นการใช้บุคคลบางกลุ่มเป็นผู้เสนอขายสินค้าในโฆษณาจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากกลุ่มอ้างอิงนั่นเอง

4.1.3) ปัจจัยส่วนบุคคล บุคคลที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศอายุ รายได้สถานภาพของครอบครัวและอาชีพจะมีความต้องการความคิดเห็นต่างๆ แตกต่างไปตามปัจจัยเหล่านี้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาพื้นฐานเฉพาะของบุคคล เช่น ผู้มีอายุแตกต่างกันไม่ต้องการเป้าหมายในชีวิตเหมือนกัน

4.1.4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อสินค้าของบุคคลได้รับ อิทธิพลจาก ปัจจัยทางจิตวิทยา คือการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

4.1.4.1) ความต้องการและแรงจูงใจ ผู้บริโภคจะเกิด ความต้องการเป็นแรงจูงใจให้กระทำการซื้อไปบำบัดความต้องการ

4.1.4.2) การรับรู้ การรับรู้แต่ละคนมีระดับความเร็ว-ช้า แตกต่างกันการเสนอข้อมูล เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อจึงต้องศึกษาลักษณะการรับรู้ของ กลุ่มเป้าหมาย

4.1.4.3) ทัศนคติ เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่ง หนึ่งในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้

4.1.4.4) การเรียนรู้ นักจิตวิทยากล่าวถึงพฤติกรรมของ คนเราเปลี่ยนแปลงได้จากการเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ ด้วยการกระทำซ้ำๆ เพื่อให้ได้ผลตอบสนองที่พอใจ

4.1.4.5) ความคิดเกี่ยวกับตน แต่ละคนจะมีความคิด เกี่ยวกับตนเองในลักษณะต่างๆ และมีพฤติกรรมไปตามความคิดนั้น เช่น คิดว่าสุขภาพตนเองแข็งแรง จะไม่สนใจอาหารเสริม

4.2) ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) เป็นพฤติกรรมที่ตอบสนองความต้องการ กล่าวโดยทั่วไปการตัดสินใจของผู้บริโภคมีขั้นตอนดังนี้

4.2.1) การรับรู้ การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (need recognition) การตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการเป็นการรับรู้ระหว่างสภาพที่ปรารถนาในสิ่งต่างๆ กับสถานการณ์ที่แท้จริง

4.2.2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร การค้นหาข้อมูล (search for information) เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารที่ตนเก็บรักษาไว้ในความทรงจำหรือหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากสิ่งแวดล้อม

4.2.3) การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (pre-purchase alternative evaluation) เป็นการประเมินทางเลือกในแง่ของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและทำให้การเลือกได้ทางเลือกที่ตนชอบ

4.2.4) การตัดสินใจซื้อ (purchase) เป็นการได้ตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่เรานิยมชมชอบหรือสิ่งที่ทดแทนที่เรายอมรับได้

4.2.5) การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (post-purchase alternative evaluation) เป็นการประเมินระดับการอุปโภคว่ามีความพอใจแค่ไหนการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1) การเลือกผลิตภัณฑ์ 2) การเลือกตราสินค้า 3) การเลือกผู้ขาย 4) เวลาในการซื้อ และ 5) ปริมาณในการซื้อ

สรุป ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยรูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทยของ ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ และ สุดาพร สาวม่วง (2558) เพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นมีพฤติกรรมก่อนการท่องเที่ยว คือ มีการหาข้อมูลก่อนเดินทาง โดยการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และนิตยสารการท่องเที่ยวก่อนมาท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยจิตวิทยา พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วไปให้ความสำคัญด้านทัศนคติมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ การรับรู้ในขณะนี้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยให้ความสำคัญด้านการรับรู้รองลงมาคือ แรงจูงใจ เมื่อพิจารณาด้านส่วนประสมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 2 ประเภท ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาด รองลงมา คือ การบริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา ทองทั่ว, สีหา มงคลแก้ว, วิจัย กอมนี และราชนันท์ ไชยโอชะ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านวังอ้อ ตำบลหัวดอน อำเภอเขื่องในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาและการดำเนินกิจกรรม พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจุดหลัก คือ ป่าชุมชนดงใหญ่บ้านวังอ้อ ซึ่งมีลักษณะอุดมสมบูรณ์จากการร่วมกันดูแลของชุมชน มีศักยภาพระดับปานกลาง แต่มีจุดเด่นอยู่ที่ประวัติความเป็นมาจากป่าที่ถูกทำลายแล้วกลับมาฟื้นคืนสภาพที่อุดมสมบูรณ์จากความเข้มแข็งของชาวบ้านที่ช่วยกันดูแลรักษา และสำนึกของความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน รูปแบบและแนวทาง การท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกของชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยใช้การบรรยายโดยชุมชน เยาวชน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตลอดเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ มี 2 รูปแบบ คือ 1) แบบเข้ามาเย็นกลับ และ 2) แบบพักค้างแรม มี 7 ฐานความรู้ คือ ฐานอนุรักษ์ไก่อป่า ฐานสมุนไพร ฐานทำลายฐานอนุรักษ์ ฐานถาวรวัลย์ ฐานลำเซบาย หลังจากทดลองเปิดการท่องเที่ยว พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งองค์กร ชุมชน ชาวบ้าน ในจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดใกล้เคียงได้มาท่องเที่ยว ศึกษาดูงานมากถึง 29 คน ในระยะเวลา 4 เดือน รายได้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นรายได้ทางอ้อม ซึ่งได้มาจากการซื้อสินค้า มากกว่าอัตราค่าบริการ ความภาคภูมิใจสูงสุดของชุมชนวังอ้อในการเปิดการท่องเที่ยวคือ การได้รับการยอมรับ ยกย่อง ชื่นชมจากชาวบ้าน องค์กรหน่วยงาน

ปริญญานันท์ นักพ่อน (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง การศึกษาพบว่า อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์นั้นอุทยานฯ มีบทบาทในการควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน ในขณะที่การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทองนั้น ผู้ประกอบการเอกชนจะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการควบคุมดูแลการท่องเที่ยวในพื้นที่ อุทยานฯ มีบทบาทในด้านการอำนวยความสะดวกและดูแลพื้นที่มากกว่า อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทองมีแนวทางจัดการด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรม และการเรียนรู้ยกเว้นเรื่องการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ซึ่งอุทยานแห่งชาติทั้ง 2 แห่ง ยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน พบว่า อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ และหมู่เกาะอ่างทองสามารถดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศได้อย่างสมบูรณ์ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ จากการท่องเที่ยว และเห็นว่าจากกิจกรรมที่ทำในอุทยานแห่งชาติสามารถทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตามอุทยานแห่งชาติทั้ง 2 แห่ง ยังไม่มีการให้ความสำคัญกับการจัดการด้านการมีส่วนร่วมและยังเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมเพียงบางส่วนเท่านั้น ชุมชนท้องถิ่นจึงไม่สามารถได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

วรพล สุทธิวาทนฤพุฒิ, ภาคภูมิ สิงหสานิตย์ และ บุญญรัตน์ อยู่สุข (2548) ได้ทำการวิจัย เรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากการศึกษาพบว่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีบทบาทในการควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน ในขณะที่การท่องเที่ยวในอุทยานฯ ผู้ประกอบการเอกชนมีบทบาทในการควบคุมดูแลการท่องเที่ยวในพื้นที่ แต่การปลูกจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติให้แก่นักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการยังมีน้อย ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับทัศนคติส่วนตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนเป็นสำคัญ อุทยานฯ มีบทบาทในการอำนวยความสะดวกและดูแลพื้นที่มากกว่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีแนวทางการจัดการด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรม และการเรียนรู้ แต่ยังประสบปัญหาในเรื่องของการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ ซึ่งยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน และจากการศึกษาพบอีกว่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สามารถดูแลรักษาทรัพยากร ธรรมชาติและระบบนิเวศได้ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการทำงานด้านต่างๆ จากการท่องเที่ยว และเห็นว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้อุทยานฯ สามารถทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างไรก็ตามทางอุทยานฯ ยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม และเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมเพียงบางระดับเท่านั้น ชุมชนท้องถิ่นจึงไม่สามารถได้รับประโยชน์ชัดเจนจากการท่องเที่ยวในพื้นที่



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อจัดตั้งโครงการธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants) ประกอบกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้บริหารธุรกิจโฮมสเตย์ และทัวร์จักรยาน จำนวน 5 คน ประกอบด้วย

- 1) ประหยัด นุชนาคา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 พฤษภาคม 2561) ผู้บริหารโฮมสเตย์ บ้านแม่ริมน้ำ บางกระเจ้า
- 2) นฤมล พุทธวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 พฤษภาคม 2561) ผู้บริหารโฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง
- 3) สิทธิพงษ์ ภูธาวร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 พฤษภาคม 2561) ผู้บริหารโฮมสเตย์ บ้านพักกลางสวน บางกอบัว
- 4) คิว ตรีปรัชญา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 พฤษภาคม 2561) ผู้บริหารทัวร์จักรยาน Let's go Biking
- 5) โชติวภา โชคอุดมชัย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 พฤษภาคม 2561) ตัวแทนฝ่ายบริหารทัวร์จักรยาน Grasshopper Adventures

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่บางกะเจ้า จำนวน 5 คน ประกอบด้วย

- 1) นาย A อายุ 25 ปี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561) อาชีพพนักงานบริษัท

- 2) นาย B อายุ 27 ปี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561) อาชีพพนักงานบริษัท
- 3) นาย C อายุ 35 ปี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561) อาชีพพนักงานบริษัท
- 4) นาง D อายุ 27 ปี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561) อาชีพพนักงานบริษัท
- 5) นาง E อายุ 42 ปี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561) อาชีพพนักงานบริษัท

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะแบ่งเป็น 2 ชนิด โดยผู้วิจัยแนบคำถามในภาคผนวก

#### 3.2.1 สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ จะสัมภาษณ์เจาะลึกด้วยการสนทนาสองต่อสอง พร้อมทั้งจดบันทึกไปพร้อมๆ กัน

#### 3.2.2 สำหรับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนักท่องเที่ยว จะสัมภาษณ์เจาะลึกด้วยการสนทนาสองต่อสอง พร้อมทั้งจดบันทึกไปพร้อมๆ กัน

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) นั้น ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางประการสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจในองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ทางผู้วิจัยจะดำเนินการบันทึกข้อมูล โดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการขออนุญาตจากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทำการบันทึกเสียงหากได้รับอนุญาต เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ทุติยภูมิ โดยเฉพาะแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต และกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็น

แนวทางในการออกแบบหรือสร้างแบบสัมภาษณ์รวมทั้งเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในกระบวนการวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลในการวิจัยในส่วนต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

กระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) นั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interviews) นั้น มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ อันจะดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) หรือแบบแผนหลัก (Major Pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major Themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-Themes) และหัวข้อย่อย (Categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

นอกจากนี้ ในระหว่างการทำกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ผู้วิจัยจะดำเนินการสอบถามเพิ่มเติมในแต่ละช่วงหรือในแต่ละขั้นตอนควบคู่ไปกับการดำเนินการวิจัย โดยการใช้กระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interviews) มาประกอบการพิจารณาจากเอกสารที่ทำการศึกษา เพื่อให้เกิดความแกร่งและแม่นยำ (Rigor) ของข้อมูลที่ได้รับมากยิ่งขึ้น หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) โดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วย เพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบ และสามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการศึกษาหลักสูตรการสื่อสารการตลาดและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อจัดตั้งโครงการธุรกิจโรงแรมในองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ต่อไป

## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการเก็บข้อมูลงานวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการซึ่งผู้ให้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูล โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

แบ่งการรายงานเป็น 2 ส่วน คือ 1) ผู้ประกอบการ และ 2) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ต่อจากนั้นจะสรุปประเด็นความเหมือนและความแตกต่าง

4.1.1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

#### 1) ด้านผู้ประกอบการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 5 ท่าน มีผู้ใช้สื่อดั้งเดิม 2 ท่าน และผู้ใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ 5 ท่าน

**สื่อดั้งเดิมและสื่อบุคคล** จากข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ ส่วนมากแล้วการใช้สื่อดั้งเดิมคือการใช้โบรชัวร์ และการบอกต่อ

#### ก. การใช้โบรชัวร์

ใช้โบรชัวร์แนะนำสถานที่พักผ่านร้านอาหาร จุดสำคัญต่างๆ เพื่อไม่เป็นการคุกคามมากกว่าการแจกโบรชัวร์โดยตรง

“มีการเสนอขายตรงแก่นักท่องเที่ยวแต่ไม่ประสบความสำเร็จเพราะดูเหมือนเป็นการคุกคามนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงใช้โบรชัวร์ของโรงแรมและร้านอาหาร เป็นต้น”

(คิว ตรีปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

#### ข. การบอกต่อ

สร้างการบริการให้ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวเหมือนกับญาติพี่น้อง ด้วยการบริการ บรรยากาศ จึงมีการบอกต่อๆ กันไปทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

“เน้นการบอกต่อกันมากกว่า เริ่มจากเป็นที่พักผ่อนให้กับเพื่อน ญาติพี่น้อง ด้วยบรรยากาศที่สงบร่มรื่น จึงมีการบอกต่อๆ กันไปทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากขึ้น” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

**สื่อใหม่** มีการใช้เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต และอีเมล เพื่อเป็นช่องทางที่สะดวก ทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย และสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้

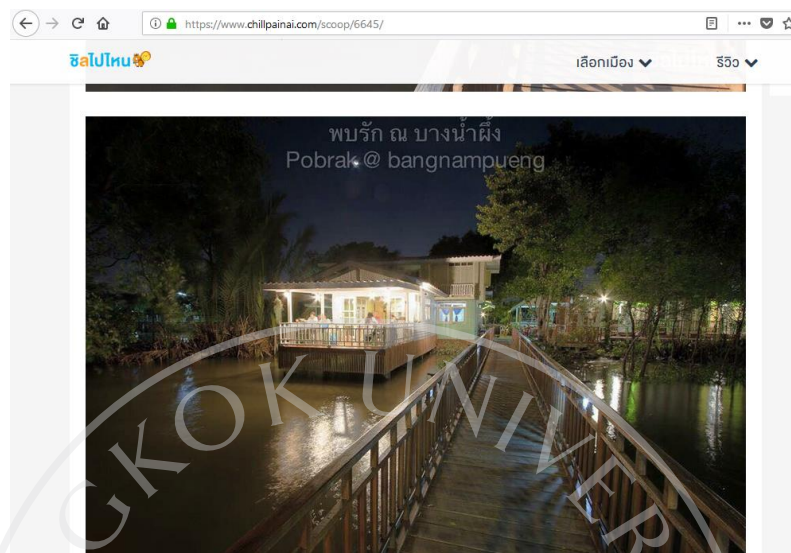
#### ก. เฟซบุ๊ก

เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานที่ รูปแบบห้องพัก ร้านอาหาร ราคาค่าใช้จ่าย โปรโมชัน เส้นทางการเดินทาง การบริการต่างๆ กิจกรรม อัปเดตข่าวสาร เป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย ประหยัด ได้รับความนิยม สามารถเชื่อมโยงไปยังตัวบุคคลและสามารถแจ้งข้อมูลการท่องเที่ยวหรือรายละเอียดได้โดยตรง

“ในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ของทางร้านเอง ก็จะมีเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพื่อการประชาสัมพันธ์ สถานที่ รูปแบบห้องพัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ วิวของธรรมชาติริมน้ำ ราคาค่าใช้จ่าย โปรโมชัน เส้นทางการเดินทาง การบริการต่างๆ กิจกรรม อัปเดตข่าวสาร และเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ” (นฤมล พุทธรังค์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

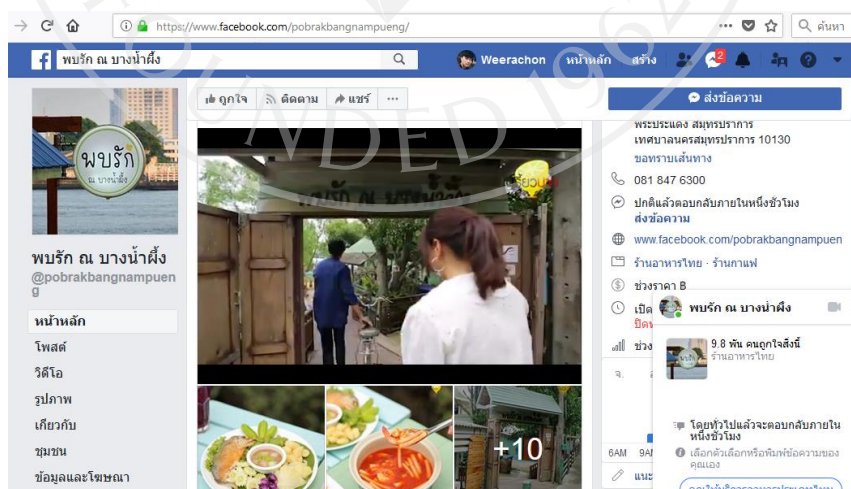
“มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊กซึ่งจะเป็นเพื่อนๆ ทำให้ เนื่องจากไม่ได้ทำเป็นธุรกิจแบบเต็มตัว แต่ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เพื่อนๆ จึงบอกให้สร้างการติดต่อสื่อสารขึ้น [เฟซบุ๊ก] ซึ่งก็ได้ผลไปในทางที่ดี มีนักท่องเที่ยวได้ข้อมูลสถานที่ ค่าใช้จ่าย ผ่านการสื่อสารที่สร้างขึ้น” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

ภาพที่ 4.1: เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง



ที่มา: พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง ร้านน้ำดื่มที่จะชวนคุณวางเรื่องยุ่งๆ แล้วไปตกหลุมรักสมุทรปราการ. (2559). สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/scoop/6645/>.

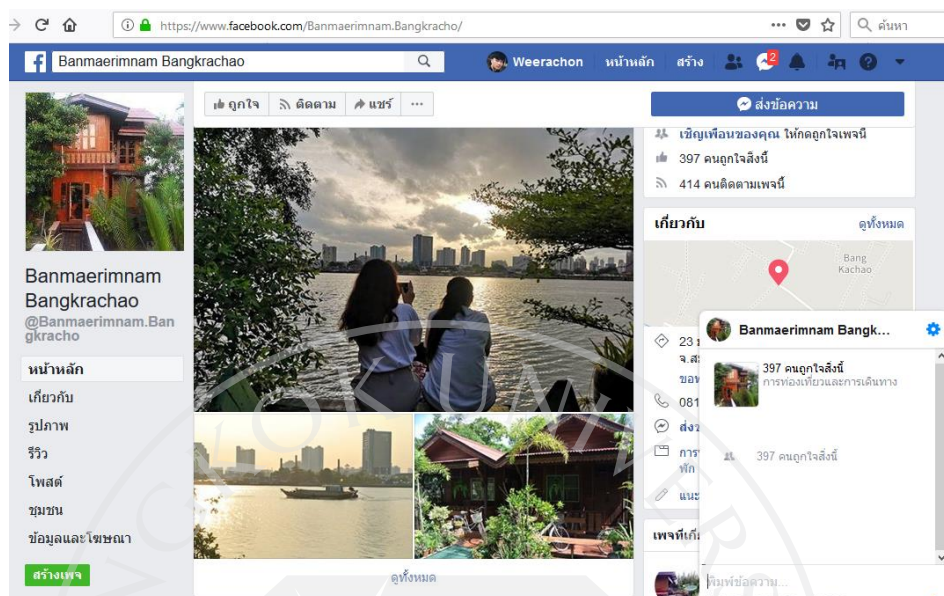
ภาพที่ 4.2: เฟซบุ๊กเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง



ที่มา: หน้าหลักเฟซบุ๊กพบรัก ณ บางน้ำผึ้ง. (2559). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/pobraikbangnampueng/>.



ภาพที่ 4.3: ตัวอย่างเฟซบุ๊กเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ บ้านแมริมน้ำ



ที่มา: หน้าหลักเฟซบุ๊ก Banmaerimnam Bangkrachao. (2559). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Banmaerimnam.Bangkrachao/>.

#### ข.เว็บไซต์

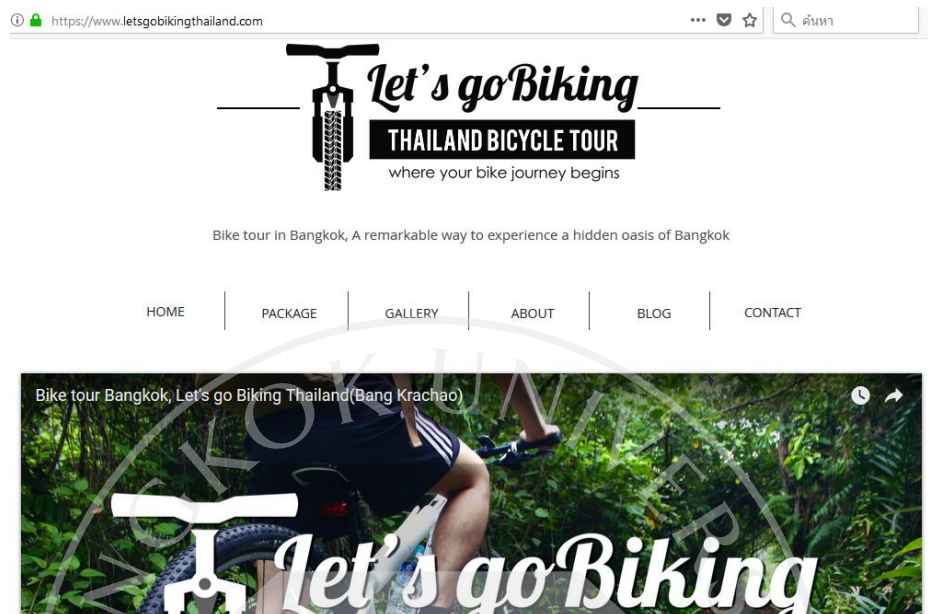
ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร สถานที่ตั้ง รูปแบบกิจกรรม แผนที่การเดินทาง โปรโมชั่น เป็นช่องทางการติดต่อสอบถาม เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการค้นหาข้อมูล สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

“การทำเว็บไซต์โดยจะเน้นให้ลูกค้าค้นหาแล้วเจอข้อมูลเลย ทางทัวร์ของเราได้มีการพัฒนาการสื่อสารให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายในช่องทางที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่าย ได้รับความนิยม เป็นช่องทางการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การจัดทัวร์ เส้นทางทัวร์ รูปแบบกิจกรรม และการรวบรวมรูปภาพการทำกิจกรรมเพื่อเป็นการดึงดูดความน่าสนใจในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว”

(คิว ตรีปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)



ภาพที่ 4.4: ตัวอย่างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของทัวร์จักรยาน Let's go Biking Thailand



ที่มา: เว็บไซต์ของ *let's go Biking Thailand*. (2557). สืบค้นจาก <https://www.letsgebikingthailand.com>.

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีการพัฒนาเทคโนโลยี เช่น สื่อออนไลน์ เพื่อจะให้คนทั่วไปหรือคนต่างชาติ ศึกษาข้อมูลก่อนมาใช้บริการ เป็นการสร้างข้อมูลของธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวในบางกะเจ้า ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการหรือกิจกรรมได้ตรงตามลักษณะความชื่นชอบของตัวเอง

## 2) ด้านนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว 5 ท่าน มีผู้ใช้สื่อดั้งเดิม 5 ท่าน และผู้ใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ 4 ท่าน

**สื่อดั้งเดิม** นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบางกะเจ้าผ่านสื่อดั้งเดิมคือ โทรทัศน์ การบอกต่อจากเพื่อน

ก.สื่อโทรทัศน์

นักท่องเที่ยวได้รับชมรายการท่องเที่ยวผ่านรายการโทรทัศน์ เช่น รายการ Navigator ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 พ.ศ. 2561 และรายการเปิดตำนาน ทางช่อง PPTV 36 ทำให้เห็นรายละเอียด บรรยากาศ ข้อมูลการท่องเที่ยว ทำให้สร้างแรงดึงดูดในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการโดยการแบ่งกลุ่มเป้าหมายด้วย รายการโทรทัศน์

ช่วงเวลา ช่องของสถานีโทรทัศน์

“ทราบจากรายการโทรทัศน์ และเห็นว่าน่าสนใจเลยมาเลยทองเที่ยว ได้ดูรายการ รายการ Navigator ทางช่อง 3 บวกกับการพูดถึงของเพื่อนๆ จึงเริ่มให้ความสนใจในบางกะเจ้า” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เคยเห็นผ่านทางโทรทัศน์ เพื่อนบ้านชวน ได้รับชมรายการเปิดตำนาน ทางช่อง PPTV 36 ได้เห็นวิถีชีวิตชุมชน ความรุ่มร้อนของบางกะเจ้า อีกทั้งเพื่อนก็ได้บอกว่าบางกะเจ้านั้นน่าสนใจและไม่ไกลจากกรุงเทพ” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

ข. การบอกต่อจากเพื่อนและนำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเอง  
นักท่องเที่ยวได้รับการบอกต่อจากเพื่อน คนรู้จัก สร้างความน่าเชื่อถือของตัวข่าวสาร นำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเองตามช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเพื่อเพิ่มข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และเป็นช่องทางการติดต่อในการสอบถามรายละเอียดการใช้บริการ

“มีเพื่อนแนะนำมา เลยหาข้อมูลมาท่องเที่ยว ได้ยินเพื่อนๆ พูดถึงบางกะเจ้า เลยหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก Google มีคอลัมน์ หรือการรีวิวต่างๆ จาก Blog ฟันทิป หรือ เว็บไซต์การท่องเที่ยวมากมาย พบว่าบางกะเจ้านั้นมีที่พักให้เลือกมากมายจากการรีวิวของคนทั่วไปเที่ยวมาแล้ว อีกทั้งยังพบสถานที่เที่ยวเช่น วัดบางน้ำผึ้งนอก ตลาดบางน้ำผึ้ง สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไทย” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“มีคนแนะนำว่าที่บางกะเจ้าสงบ เป็นธรรมชาติเลยหาข้อมูลเพิ่มเติม ทราบจากเพื่อนๆ ว่าบางกะเจ้านั้นมีแต่ป่า สงบ ให้ปั่นจักรยานได้ จึงสนใจไปท่องเที่ยวเพราะอยากพักผ่อนจึงหาข้อมูลเบื้องต้นผ่าน Google มีข้อมูล รูปภาพ การรีวิว การแนะนำของกูรูต่างๆ จึงสามารถเพิ่มการตัดสินใจในการมาที่นี่” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ทราบข้อมูลจากเพื่อน ซึ่งมีเพื่อนอยู่ใกล้กับบางกะเจ้าแนะนำให้มาท่องเที่ยว เพื่อนแนะนำชวนให้มาท่องเที่ยว จึงตัดสินใจโดยการบอกของเพื่อน ซึ่งก็ให้เพื่อนนั้นเป็นผู้นำทางในการเที่ยวในครั้งนี้” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

**สื่อใหม่** นักท่องเที่ยวมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการท่องเที่ยว จากเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก นักท่องเที่ยวหาข้อมูลการท่องเที่ยวการเข้าพัก การทำกิจกรรม เส้นทางผ่านสื่อดังนี้

ก. เฟซบุ๊ก

ช่องทางการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่เอาไว้อ้างข้อมูลของการท่องเที่ยว ภาพสถานที่ บรรยากาศ การรีวิวของผู้ที่เคยไป สามารถติดต่อสอบถามโดยผ่านช่องทางนี้

ได้รับโปรโมชันจากการติดต่อใช้บริการผ่านเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

“หาข้อมูลการท่องเที่ยว เส้นทาง ที่พัก ผ่านเฟซบุ๊ก มีข้อมูลของการท่องเที่ยว ในบางกะเจ้าในเบื้องต้นจึงจะหาที่พักค้างคืนเลยเลือก โฮมสเตย์ พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง ผ่านเฟซบุ๊ก [www.facebook.com/pobrakbangnampueng/] ดูจากภาพสถานที่ บรรยากาศการรีวิวของผู้ที่เคยไป พบว่าบรรยากาศน่าสนใจ มีร้านอาหาร จึงเลือกเป็นที่พัก” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เข้าเฟซบุ๊ก ดูการรีวิว สถานที่พัก กิจกรรม ราคาเบื้องต้น หาที่พักผ่านเว็บไซต์ ต้องการแบบริมน้ำได้บรรยากาศ โดยให้ความสนใจแก่โฮมสเตย์ บ้านแมริม่น้ำ ได้ดูบรรยากาศจากรูปถ่ายผ่านเฟซบุ๊ก [www.facebook.com/Banmaerimnam.Bangkracho/] ติดต่อสอบถามโดยผ่านช่องทางนี้ ได้รับโปรโมชันจากการเข้าพักผ่านเฟซบุ๊กจากข้อมูลของที่พักที่แจ้งข้อมูลข่าวสาร” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

#### ข. เว็บไซต์

นักท่องเที่ยวหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เพื่อทราบถึงรายละเอียดการท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรม ที่พักต่างๆ การรีวิวที่มีการนำเสนอผ่านเว็บไซต์มากมาย เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการค้นหาข้อมูลและการแนะนำข้อมูลต่อไป

“หาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ [www.letsgebikingthailand.com] โดยจากการบอกต่อของเพื่อนเพื่อได้ รายละเอียดการท่องเที่ยว” สนใจที่จะปั่นจักรยานกับเพื่อนๆ เลยได้หาทัวร์ที่รู้จักพื้นที่เป็นอย่างดี ประกอบกับแผนการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมในพื้นที่พร้อมที่พัก เพื่อวางแผนในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว รีวิว ที่พัก กิจกรรม เลยมีข้อมูลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวต้องการที่จะมาเที่ยวที่บางกะเจ้าในวันหยุด เลยสนใจกิจกรรมต่างในบางกะเจ้า ไปจนถึงที่พัก ที่ท่องเที่ยว เส้นทาง กิจกรรม เลยหาจาก Google และได้พบข้อมูลรีวิวแนะนำจากเว็บไซต์ เพื่อดูสภาพที่พักพบว่าบรรยากาศดีติดแม่น้ำ ห้องพักระบายตามสไตล์โฮมสเตย์” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

ตารางที่ 4.1: ตารางด้านการใช้สื่อของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

ประเภทสื่อ	ข้อเหมือนระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเรื่องการสื่อสาร	ข้อแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเรื่องการสื่อสาร
สื่อดั้งเดิม	พบว่าการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวนั้นเกิดจาก 1. การบอกต่อ 2. การสื่อสารผ่านโทรทัศน์	ไม่มี
สื่อใหม่	ผู้ประกอบการได้ปรับตัวเกี่ยวกับการสื่อสารโดยใช้การสื่อสารผ่าน 1. เว็บไซต์ 2. เฟซบุ๊ก	1. ผู้ประกอบการเลือกใช้สื่อใหม่บางสื่อ เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เพราะสื่อใหม่บางสื่อไม่กระจายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย 2. ผู้ประกอบการยังนำเสนอข้อมูลการให้บริการยังไม่ครบถ้วน 3. ผู้ประกอบการยังขาดการจัดการระเบียบหรือหมวดหมู่ต่างๆของการให้บริการ

สรุป การใช้สื่อของผู้ประกอบการยังคงใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ แต่ยังไม่ได้ทำการตลาดอย่างจริงจัง ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่เสนอผ่านสื่อยังคงเป็นข้อมูลเก่าๆ ไม่มีการอัปเดตเท่าที่ควรซึ่งจำเป็นต้องมีผู้ดูแลแผนเพจหรือเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลพื้นฐาน เช่น เส้นทางการเดินทาง สถานที่ทำกิจกรรม โปรโมชั่นและคอยอัปเดตข่าวสารต่างๆ อีกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครบถ้วนซึ่งสุดท้ายก็ทำให้นักท่องเที่ยวต้องติดต่อสอบถามรายละเอียด ดังนั้นควรพัฒนาด้านการใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งด้านข้อมูลของการท่องเที่ยวต้องนำเสนอให้ชัดเจน นำเสนอเอกลักษณ์สิ่งที่น่าสนใจ บริการขั้นพื้นฐาน ราคา โปรโมชั่นของการให้บริการให้ชัดเจน

นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในบางกะเจ้า ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แต่การสื่อสาร สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานยังขาดการจัดการ เช่น เส้นทางการเดินทาง ห้องน้ำ สถานที่ทำกิจกรรม ข้อมูลของผู้ประกอบการที่ยังขาดการจัดการ ทำให้นักท่องเที่ยวหน้าใหม่ๆ หรือการใช้

บริการที่บ่อยครั้งนั้นไม่เกิดขึ้น ดังนั้นการเผยแพร่การสื่อสารจะช่วยสร้างโอกาสแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม นักท่องเที่ยวต้องการความชัดเจนของข้อมูล การรีวิวของผู้ใช้บริการจะสามารถสร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว

## ส่วนที่ 2 การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

แบ่งการรายงานเป็น 2 ส่วน คือ 1) ผู้ประกอบการ และ 2) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

### 4.1.2 การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### 1) ด้านผู้ประกอบการ

##### 1.1) วัตถุประสงค์การก่อตั้งธุรกิจเพื่อจัดกิจกรรมนันทนาการ

1.1.1) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติในสังคมเมือง บางกะเจ้าได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อน เช่น เส้นทางให้ปั่นจักรยาน มีที่พัก ร้านอาหาร วิถีชุมชน

“บางกะเจ้าเริ่มเป็นสถานที่ท่องเที่ยว มีตลาดน้ำ เริ่มมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวหาธรรมชาติเข้ามามากขึ้น แล้วยังใกล้กับสังคมเมืองซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็ต้องการแสวงหาธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน เดินทางสะดวก มีเส้นทางให้ปั่นจักรยาน มีที่พัก ร้านอาหาร วิถีชุมชน ค่าใช้จ่ายถือว่าสูงน่าจะเหมาะสมกับสังคมเมืองหรือคนในตัวเมืองที่จะไปเที่ยวได้ จึงได้นำพื้นที่ดั้งเดิมของที่บ้าน พัฒนาพื้นที่ให้เป็นโฮมสเตย์ชื่อว่า พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง ให้บรรยากาศบ้านสมัยเก่าที่จะติดแม่น้ำอยากให้ความรู้สึกสมัยรุ่นคุณปู่ คุณย่า ที่ประเทศไทยยังเดินทางด้วยเรือ” (นฤมล พุทธรังศรี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

##### 1.1.2) เป็นที่พักผ่อน

บางกะเจ้านั้นเป็นพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวก็คือสวนผลไม้ซึ่งจะเป็นสวนผลไม้การบอกต่อกันปากต่อปากจึงทำให้มีคนอยากเข้ามาพักผ่อนมากขึ้น

“เริ่มต้นที่จัดทำขึ้นมาก็เพื่อเป็นที่พักผ่อนของญาติพี่น้อง แล้วมีการบอกต่อกันปากต่อปากจึงทำให้มีคนอยากเข้ามาพักผ่อนมากขึ้นอีกทั้งบางกะเจ้าเองกำลังเป็นที่นิยมของคนในเมืองกรุงเทพที่อยากจะพักผ่อนในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติซึ่งบางกะเจ้าก็ใกล้กับตัวกรุงเทพมากแต่ระบบนิเวศนั้นแตกต่างกันมาก โดยบางกะเจ้านั้นเป็นพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวก็คือสวนผลไม้ซึ่งจะเป็นสวนผลไม้ที่ดี ได้เครื่องหมาย GI สำหรับผลไม้ท้องถิ่น เป็นพื้นที่ 3 น้ำ น้ำจืด น้ำเค็ม น้ำกร่อยพื้นที่สีเขียว ณ ที่นี้หมายถึงป่าไม้ที่มีคุณค่า ผลไม้เฉพาะถิ่นเป็นพื้นที่สีเขียวที่ยังอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ รวมถึงระบบนิเวศที่กำลังจะกลับคืนมา” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

1.1.3) เป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการมาทำกิจกรรม เช่น ปั่นจักรยานและพักผ่อนตามโฮมสเตย์ เพราะมีเส้นทางในการทำกิจกรรม สถานที่ สิ่งแวดล้อมที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์

บางกะเจ้าถูกกำหนดไว้ว่ามีสิ่งปลูกสร้างได้ไม่เกิน 20% เหมาะแก่การมาท่องเที่ยว มีเส้นทางปั่นจักรยานและกำลังได้รับความนิยม มีที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ตลาด วัด และยังคงวิถีชีวิตแบบชาวบ้านๆ

“บางกะเจ้าเป็นพื้นที่สีเขียว ซึ่งได้กำหนดไว้ว่ามีสิ่งปลูกสร้างได้ไม่เกิน 20% เหมาะแก่การมาท่องเที่ยว แต่ไม่เหมาะแก่การมาพักอยู่อาศัย สร้างตึกแบบถาวรจุดที่แตกต่างคือการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิม ซึ่งตัวเจ้าของธุรกิจเป็นคนบางกะเจ้าอยู่แล้ว ชำนาญเส้นทางในบางกะเจ้าอยู่แล้วและมีเพื่อนเป็นชาวต่างชาติที่ชอบการปั่นจักรยาน เลยจัดทำเป็นทัวร์จักรยานเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวในบางกะเจ้าซึ่งมองว่าบางกะเจ้ามีเส้นทางปั่นจักรยานและกำลังได้รับความนิยม มีที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ตลาด วัด และยังคงวิถีชีวิตแบบชาวบ้านๆ ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากต่างชาติและคนไทยที่อยากพักผ่อน และปั่นจักรยานในบางกะเจ้า” (ศิริปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

## 1.2) กลุ่มเป้าหมายและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### 1.2.1) นักท่องเที่ยวที่ต้องการใกล้ชิดธรรมชาติ

นักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาธรรมชาติที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ และบางกะเจ้าก็มีกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น มาปั่นจักรยาน พายเรือ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้นทุนไม่สูง

“กลุ่มเป้าหมายจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติ ท่องเที่ยวจะมีทั้งไทยและต่างชาติแต่ในช่วงที่เปิดกิจการช่วงแรกๆ จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ แต่เมื่อสองปีที่ผ่านมาเริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลง เริ่มมีบริษัทที่เป็นทัวร์ข้างนอกเข้ามาในพื้นที่บางกะเจ้าเยอะมาก เริ่มพานักท่องเที่ยวต่างชาติมาปั่นจักรยานค่อนข้างเยอะ ชาวต่างชาติเริ่มให้ความสำคัญในพื้นที่บางกะเจ้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาธรรมชาติที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ ในส่วนของการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายใช้สอย ค่าที่พัก ณ ตอนนี้นักลงทุนยังไม่ถือว่าสูงเหมาะสมกับสังคมเมืองหรือคนในตัวเมืองที่จะไปเที่ยวได้” (นฤมล พุทธรังค์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

1.2.2) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ต้องการการพักผ่อนและไม่อยากเดินทางไกล

ด้วยเหตุผลที่บางกะเจ้าเป็นสถานที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเชิงธรรมชาติ ทำให้คนกรุงเทพฯ เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นและไม่ต้อง



เดินทางไกล

“นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ต้องการการพักผ่อน ไม่อยากเดินทางไกล นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติกับวิถีของชุมชน ชื่นชอบในการปั่นจักรยานดูธรรมชาติ และรับทัวร์ของชาวต่างชาติที่สนใจมาปั่นจักรยานท่องเที่ยวในบางกะเจ้า เพราะด้วยความที่ใกล้กรุงเทพแต่ระบบนิเวศแตกต่างกัน โดยที่บางกะเจ้านั้นยังคงรูปแบบของวิถีชุมชนที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติจึงมีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมเชิงธรรมชาติในพื้นที่ ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างดี”

(สิทธิพงษ์ ภูธาวาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

### 1.2.3) ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบวัฒนธรรมไทย

ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบที่จะท่องเที่ยวในแถบเอเชียโดยเฉพาะในประเทศไทยได้รับความนิยมค่อนข้างมากโดยความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรมไทย ความเป็นมิตร

“จัดตั้งธุรกิจมาเพื่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติโดยเฉพาะ เคยลองศึกษาจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วแต่เนื่องจากชาวไทยชำนาญเส้นทางสามารถเดินทางไปเองได้จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาทัวร์ ซึ่งชาวต่างชาติที่ชื่นชอบที่จะท่องเที่ยวในแถบเอเชีย โดยเฉพาะในประเทศไทยได้รับความนิยมค่อนข้างมากโดยความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรมไทย ความเป็นมิตร ดังนั้นเราจึงเป็นตัวกลางในการเชื่อมการท่องเที่ยว ซึ่งบางกะเจ้าเองก็เป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความเป็นธรรมชาติซึ่งกิจกรรมหลักของบางกะเจ้าก็คือปั่นจักรยานซึ่งชาวต่างชาติก็ชื่นชอบปั่นจักรยานจึงเลือกบางกะเจ้าอยู่ในโปรแกรมของทัวร์ด้วย”

(โชติวิภา โขคุดมชัย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

## 1.3) รูปแบบกิจกรรม

### 1.3.1) การอนุรักษ์ธรรมชาติ

ทางผู้ประกอบการต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติและให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมโดยนำพืชพรรณนำกลับไปทำอาหารด้วย

“นอกจากจะมีที่พักโฮมสเตย์แล้วก็มีโครงการที่จะทำให้เข้ากับการอนุรักษ์ธรรมชาติคือสวนทางการเกษตร นี่คือนี่ที่อยากจะพัฒนาและให้เติบโตให้ได้และจะเปิดให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมโดยสามารถนำพืชพรรณที่ทางเราได้ทำขึ้นมาเป็นอาหารหรือนำกลับได้ เพราะทางเราก็เปิดร้านอาหารด้วย ผัก ผลไม้ ของทางเราปลอดสารพิษ ดังนั้นจึงอยากพัฒนาตรงนี้ให้เข้ากับร้านอาหารของเรา เรือ” (นฤมล พุทธรังค์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

### 1.3.2) การออกกำลังกายท่ามกลางธรรมชาติ

บางกะเจ้ามีกิจกรรมทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่น ขี่จักรยาน พายเรือในคลอง เพื่อออกกำลังกายพร้อมกับชมธรรมชาติรอบคั้งบางกะเจ้า ฝั่งคลอง และวิถีชุมชน 2



## ฝั่งคลอง

“ซีจรรย์ยาน พายเรือในคลอง เพื่อออกกำลังกายพร้อมกับชมธรรมชาติรอบคั้งบางกะเจ้า ฝั่งคลอง และวิถีชุมชน 2 ฝั่งคลอง ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่บางกะเจ้านอกจากจะเปิดโฮมสเตย์แล้วก็ได้นำกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของบางกะเจ้ามาดึงดูดลูกค้า”

(สิทธิพงษ์ ภู่อาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

1.3.3) การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมในบางกะเจ้า

บางกะเจ้ามีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตามความต้องการซึ่งมีเส้นทางและข้อมูลความรู้มากมาย เช่น ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านรูปหอม ตลาดบางน้ำผึ้ง พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย

“มีการเขียนโครงการจัดทำเป็นแบบแพ็คเกจกับทางชมรมการท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม ทำกิจกรรมภายในสวน หากลูกค้าต้องการพายเรือเล่นก็พร้อมจะบริการโดยสามารถเลือกทำกิจกรรมได้ซึ่งสามารถนำไปใช้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

“นอกจากการปั่นจักรยานที่เป็นกิจกรรมหลักแล้วเรายังมีแพ็คเกจพาไปท่องเที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านรูปหอมของบางกะเจ้า ตลาดบางน้ำผึ้ง พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในบางกะเจ้านอกจากนี้ก็จะเป็นการบริการต่างหรือการจัดหาที่พักการเดินทางร้านอาหารต่างๆ ซึ่งก็ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ” (คิวิ ตรีปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

ภาพที่ 4.5: ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านรูปหอม



ที่มา: บั้งบั้งรอบบางกะเจ้า (Bang Krachao). (2559). สืบค้นจาก

<https://pantip.com/topic/34868807>.

ภาพที่ 4.6: ตลาดบางน้ำผึ้ง



ที่มา: บ่นบ่นรอบบางกะเจ้า (Bang Krachao). (2559). สืบค้นจาก  
<https://pantip.com/topic/34868807>.

ภาพที่ 4.7: พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย



ที่มา: บ่นบ่นรอบบางกะเจ้า (Bang Krachao). (2559). สืบค้นจาก  
<https://pantip.com/topic/34868807>.

## 2) ด้านนักท่องเที่ยว

### 2.1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า

#### 2.1.1) หน้าที่ที่เป็นธรรมชาติสะดวกใกล้กรุงเทพ

บางกะเจ้าเป็นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์แตกต่างจากในเมืองสามารถเดินทางได้สะดวกใกล้กรุงเทพได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนได้มาพักผ่อนแบบสงบๆ ในวันหยุด

“ชอบบางกะเจ้าในแบบที่เป็นธรรมชาติหาที่เที่ยวแบบนี้ได้ยากที่สามารถเดินทางได้สะดวกใกล้กรุงเทพ เป็นที่มีอากาศบริสุทธิ์แตกต่างจากในเมือง สิ่งที่ได้เด่นก็เป็นสถานที่ที่มีเส้นทางให้ปั่นจักรยานขึ้นชมธรรมชาติ มีโฮมสเตย์แบบบ้านๆ ได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนได้มาพักผ่อนแบบสงบๆ ในวันหยุดหรือมาปั่นจักรยาน มีความสุขและประทับใจที่เห็นครอบครัวมาท่องเที่ยวด้วยกัน” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

#### 2.1.2) กิจกรรมพื้บ้าน

บางกะเจ้ามีหลายชุมชนกิจกรรมที่เป็นพื้บ้านของชาวบางกะเจ้า อย่างเช่น การพายเรือ พิพิธภัณฑ์ปลา กัด ค่าใช้จ่ายไม่สูง

“ที่เลือกมาบางกะเจ้าเพราะสิ่งที่ประทับใจในบางกะเจ้า ก็คือที่บางกะเจ้ามีหลายชุมชน ทำให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติและกิจกรรมที่เป็นพื้บ้านของชาวบางกะเจ้าเอง อย่างเช่น การพายเรือ พิพิธภัณฑ์ปลา กัด หรือการที่ได้ปั่นจักรยานสบายๆ ในสวนศรีนครเขื่อนขันธ์ดุธรรมชาติ มีที่พักที่ติดแม่น้ำได้บรรยากาศของความสงบและค่าใช้จ่ายไม่สูง” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

#### 2.1.3) หลีกหนีความวุ่นวายของสังคมเมือง

บางกะเจ้ามีสภาพแวดล้อมยังคงความเป็นธรรมชาติและได้รับความนิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยว เป็นที่สำหรับพักผ่อนจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน

“มาปั่นจักรยานเพื่อออกกำลังกายในที่ที่มีแต่ธรรมชาติไม่วุ่นวายหรืออันตรายแบบในตัวเมือง เดินทางง่ายเพราะไม่ไกลจากกรุงเทพเป็นจุดเด่นที่ประทับใจที่ดี เราไม่ต้องใช้รถยนต์หรือว่ามอเตอร์ไซค์ ให้ความรู้สึกเข้าถึงธรรมชาติเป็นที่สำหรับพักผ่อนจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานเพราะต้นไม้ หรือสภาพแวดล้อมยังคงมีความเป็นธรรมชาติและได้รับความนิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยว” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

#### 2.1.4) ปั่นจักรยานท่ามกลางธรรมชาติ

บางกะเจ้ามีธรรมชาติที่ใกล้กับกรุงเทพ สถานที่ร่มรื่น มีตลาดน้ำสวนศรีนครเขื่อนขันธ์ที่สามารถปั่นจักรยานดูธรรมชาติ ชาวบ้านให้ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

“มีจุดประสงค์หลัก คือการเข้ามาปั่นจักรยานชมวิวในบางกะเจ้า สิ่งที่ตั้งดูก็เป็นธรรมชาติที่ใกล้กับกรุงเทพฯ สถานที่ร่มรื่น มีตลาดน้ำ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ที่สามารถปั่นจักรยานดูธรรมชาติ ความเป็นกันเองชาวบ้านคอยให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีพกราคาไม่สูง ริมน้ำเอาไว้พักผ่อนแบบสบายๆ ในวันหยุด” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

## 2.2) ความต้องการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2.1) สามารถศึกษาธรรมชาติ วัฒนธรรม เป็นแหล่งพักผ่อนที่อยู่ใกล้กับสังคมเมือง

บางกะเจ้าสามารถเข้ามาศึกษาธรรมชาติ ดูนก ปั่นจักรยานชมวิว พิพิธภัณฑ วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสภาพแวดล้อมในบางกะเจ้านั้นมีคุณค่าทางธรรมชาติ

“เหมาะสม เพราะมีอะไรหลายอย่างที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาได้ เช่น ธรรมชาติ ดูนก ปั่นจักรยานชมวิว พิพิธภัณฑ วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสภาพแวดล้อมในบางกะเจ้านั้นมีคุณค่าทางธรรมชาติ อยากให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนนั้นได้มาร่วมกันพัฒนาปรับปรุงบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ครบวงจรโดยรักษาคุณค่าของพื้นที่เอาไว้ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ มอบสาระความรู้ กิจกรรมเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เหมาะสม เพราะมีความเป็นธรรมชาติมากเทียบกับพื้นที่อื่นๆ อีกทั้งยังสามารถเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเนื่องจากอยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ ดังนั้นการเดินทางไม่ยาก มีที่พักแบบโฮมสเตย์ได้ความรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ มีเส้นทางในการปั่นจักรยาน ตลาดบางน้ำผึ้ง วัดบางกะเจ้า สามารถเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาพื้นบ้าน สวนผลไม้พื้นเมืองให้ศึกษา” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เหมาะสม เพราะเป็นที่ธรรมชาติอยู่แล้ว ก็ทำให้ได้ศึกษาสิ่งต่างๆ ในบางกะเจ้าได้ ก็เหมาะที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่อยากให้พัฒนาจัดการพื้นที่บางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพฯ ให้เป็นปอดกรุงเทพฯ เอาไว้เป็นที่พักผ่อน ศึกษาธรรมชาติ ทำกิจกรรมที่อยู่ใกล้กับสังคมเมือง ทำการประชาสัมพันธ์บางกะเจ้าให้เป็นที่รู้จักและสร้างความน่าสนใจ ด้วยกิจกรรมหรือสถานที่ที่เหมาะสมกับการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวให้ที่น่าสนใจมากขึ้น” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

2.2.2) อนุรักษ์ธรรมชาติ พืช สัตว์ วิถีชีวิตชุมชน

ได้ศึกษาทั้งวิถีชีวิตชุมชน วัด วัฒนธรรมพื้นบ้าน สัตว์ และธรรมชาติในบางกะเจ้า มีการจัดการจากหน่วยงานต่างๆ และประชาชนในชุมชน

“เหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้ศึกษาทั้งวิถีชีวิตชุมชน สัตว์ และธรรมชาติในบางกะเจ้า และสามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัยแต่อยากให้ทำเป็น รูปธรรมที่ชัดเจน มีการจัดการจากหน่วยงานต่างๆ และประชาชนในชุมชนบางกะเจ้าเข้ามามีส่วนร่วม ในการวางแผนพัฒนาบางกะเจ้ายังคงสภาพของธรรมชาติแต่มีการจัดการที่พร้อมกับการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวรวมทั้งความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เหมาะสม เพราะในบางกะเจ้ามีธรรมชาติและวัฒนธรรมต่างๆ ให้ได้เรียนรู้ ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็สามารถเข้ามาหาความรู้ได้ มีทั้งวัด วัฒนธรรมพื้นบ้าน การเป็นอยู่ ของชุมชน เส้นทางปั่นจักรยาน ความร่มรื่นของสภาพแวดล้อม ที่พักผ่อนทำให้เลือก เหมาะจะเป็น สถานที่ที่มีความสำคัญต่อประชาชนเพราะสถานที่แบบนี้ค่อนข้างหายากในยุคปัจจุบัน อยากให้มีการ สื่อสารมากๆ ผ่านสื่อต่างๆ ไปพร้อมๆ กับการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพแต่ ยังคงรักษาความเป็นบางกะเจ้าเอาไว้” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

### 2.3) ความต้องการด้านกิจกรรมพิเศษ

2.3.1) การทำค่ายลูกเสือ การศึกษาธรรมชาติผ่านกิจกรรม นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสถานที่กิจกรรมค่ายลูกเสือที่ใกล้กับ กรุงเทพมหานคร ไม่ต้องเดินทางไกล รองรับความต้องการของการเข้าค่ายทำกิจกรรมทางการศึกษา

“กิจกรรมที่อยากให้มี ก็เป็นการให้เด็กนักเรียนมาเข้าค่าย กิจกรรมของเยาวชนจากโรงเรียนต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร มาศึกษาธรรมชาติ เป็นแบบค่าย ลูกเสือ ซึ่งโรงเรียนต่างๆ ในกรุงเทพฯ น่าจะสนใจในตรงนี้เพราะใกล้กรุงเทพฯ มากๆ แลในค่ายลูกเสือ สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละฐานได้โดยใช้จุดเด่นของบางกะเจ้าเรื่องธรรมชาติกับความกล้า แสดงออกของเด็กๆ รุ่นใหม่ก็น่าจะทำการแสดงละครรอบกองไฟ หรือการมอบความรู้ต่างๆ ไปได้ด้วย ในการทำกิจกรรม หรือกิจกรรมที่โลดโผน เช่น ไต่เชือก เดินเชือกข้ามน้ำ ทางเดินท่ากลางป่า อะไรที่ทำ ได้เหมือนท่องเที่ยวในป่าซึ่งในพื้นที่ก็มีทรัพยากรเพียงพอ” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

#### 2.3.2) กิจกรรมการตั้งแคมป์และนั่งนันทนาการ

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีตั้งแคมป์และฟังดนตรีสดท่ามกลาง บรรยากาศธรรมชาติสร้างบรรยากาศ กิจกรรมที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ

“อยากตั้งแคมป์และฟังดนตรีสดท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติ ซึ่งคิดว่าได้บรรยากาศแบบสบายๆ น่าจะเป็นร้านอาหารหรือที่พักแบบประยุกต์ให้เข้ากับธรรมชาติ สามารถนำอาหารมาปิ้ง ย่างเองได้ นอกจากนี้ก็อยากให้มีงานดนตรีใจกลางบางกะเจ้าโดยจำกัดว่า



ต้องเดินทางโดยจักรยานและมีที่พักแบบโฮมสเตย์คอยรองรับอาจเป็นเทศกาลดนตรีกลางธรรมชาติแบบไม่ใหญ่มาก” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

2.3.3) การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ให้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน  
นักท่องเที่ยวต้องการให้มีโฮสเทล เพื่อให้นักท่องเที่ยวมา

แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ประเพณี สร้างคุณประโยชน์ต่อชุมชน เช่น การสอนภาษา

“โดยส่วนตัวชอบวิถีแบบโฮสเทล ก็อยากจะให้เปิดบ้านให้

นักท่องเที่ยวได้เข้าไปพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงการใช้ชีวิตในชุมชนจริงๆ และก็อยากให้มีการแลกเปลี่ยน อาจจะทำให้ชาวต่างชาติเข้ามาสอนภาษาอังกฤษกับเด็กๆ และทางชุมชนก็ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักฟรีหรือจะเก็บค่าที่พักก็ได้ ที่คิดแบบนี้เพราะได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายซึ่งมีองค์กรการกุศลมากมายในโลกที่จะยื่นมือเข้ามาช่วย” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

2.3.4) กิจกรรมทางธรรมชาติ การศึกษาสัตว์ป่า พิพิธภัณฑสถานป่าไม้

และพันธุ์พืช

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีพิพิธภัณฑสถานทางธรรมชาติ ป่าไม้ พืช

พรรณ สัตว์ป่า สร้างสถานที่มอบความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจทางธรรมชาติ

“ขอบการส่องสัตว์ การเดินป่า ได้ศึกษาธรรมชาติ ได้ศึกษาเรื่อง

ของการได้พบเจอสัตว์ด้วยความชอบส่วนตัวจึงอยากให้มีพิพิธภัณฑสถานสัตว์ป่าและพรรณพืชมาตั้งที่บางกะเจ้าเพราะพิพิธภัณฑสถานแบบนี้มีน้อยและอยู่ไหนบ้างก็ไม่รู้ ถ้ามีอยู่ใกล้ๆ กรุงเทพฯและมาตั้งที่บางกะเจ้าก็น่าจะเหมาะสมด้วยสภาพแวดล้อมที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติอยู่แล้วแถบได้ชื่อว่าเป็นปอดกรุงเทพฯที่มีพืชมิจิจกรรมปั่นจักรยานรอบๆ พื้นที่จึงคิดว่าพิพิธภัณฑสถานสัตว์ป่าและพรรณพืชนั้นก็เหมาะสมที่จะเป็นสถานที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวได้ทำการศึกษา” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

2.3.5) กิจกรรมออกกำลังกายท่ามกลางธรรมชาติ

นักท่องเที่ยวต้องการให้สถานที่ออกกำลังกาย เช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำ ปั่นหน้าผาจำลอง ที่อยู่กลางธรรมชาติ สร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยว

“เป็นคนชอบออกกำลังกายจึงอยากให้มีฟิตเนส สระว่ายน้ำ ปั่น

หน้าผาจำลอง ที่อยู่กลางธรรมชาติแบบนี้เพราะคิดว่ามันใกล้กรุงเทพฯและที่นี้ก็เหมาะกับการออกกำลังกายด้วยอากาศที่บริสุทธิ์การเดินทางที่สะดวกใกล้กรุงเทพฯ เชื่อว่าถ้าทำได้ให้บางกะเจ้าเป็นแหล่งของธรรมชาติแล้วยังเป็นสถานที่ออกกำลังกายใจกลางธรรมชาติเชื่อว่าจะสามารถนำนักท่องเที่ยวหรือคนในเมืองมาใช้บริการได้อย่างสม่ำเสมอ” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

ตารางที่ 4.2: ตารางด้านสรุปการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หัวข้อการจัดกิจกรรม นันทนาการเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ข้อเหมือนระหว่าง ผู้ประกอบการและ นักท่องเที่ยว	ข้อแตกต่างระหว่าง ผู้ประกอบการและ นักท่องเที่ยว
วัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมนันทนาการ	1. บางกะเจ้าเริ่มเป็นสถานที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ 2. เป็นแหล่งพักผ่อนและการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ไม่ไกลจากสังคมเมือง	1. ผู้ประกอบการนั้นก่อตั้งธุรกิจมาไม่หลากหลาย 2. สถานที่ทำกิจกรรมยังไม่ได้มีการจัดการอย่างเป็นระเบียบ
กลุ่มเป้าหมายและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1. กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติด้วยการปั่นจักรยาน 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยากพักผ่อนจากการทำงานในสังคมเมือง	1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย
รูปแบบกิจกรรมเพื่อจัดกิจกรรมนันทนาการ	1. การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ 2. พายเรือในคลอง	1. ผู้ประกอบการนั้นพึ่งแต่กิจกรรมหลักในบางกะเจ้าซึ่งไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งซึ่งทำให้เสียโอกาสการทำธุรกิจ 2. นักท่องเที่ยวไม่น่าอยากมีกิจกรรมอื่นๆ และการปรับปรุงการบริการต่างๆ ในบางกะเจ้า

สรุป บางกะเจ้านั้นมีพื้นที่ สภาพแวดล้อม เหมาะแก่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การพักผ่อน การทำกิจกรรม ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ แต่ขาดความหลากหลายของกิจกรรมและการบริการทำให้ได้รับความนิยมน้อยลง ซึ่งผู้ประกอบการยังไม่สร้างความโดดเด่นด้านธุรกิจยังอาศัยกิจกรรมหรือสถานที่ของบางกะเจ้าทำให้นักท่องเที่ยว



กลับมาใช้บริการน้อย แต่ด้วยลักษณะพื้นที่ที่เป็นแหล่งของธรรมชาติและใกล้กับตัวกรุงเทพจึงยังได้รับความนิยมเฉพาะกลุ่มซึ่งบางกะเจ้าก็ยังไม่มีการพัฒนาด้านกิจกรรมหรือการจัดการพื้นที่อย่างเป็นทางการ รูปธรรมทำให้บางกะเจ้าไม่ใช่สถานที่ที่สำคัญของการท่องเที่ยว

การสร้างความโดดเด่น ความแตกต่างนั้นสำคัญมากในการทำธุรกิจจึงจะสามารถดึงดูด ผู้ใช้บริการได้ ดังนั้น เอกลักษณ์ กิจกรรม การบริการด้านต่างๆ นั้นต้องมีแนวทางที่ชัดเจน สร้างการจดจำ ดึงเอาสภาพแวดล้อม เอกลักษณ์ จุดเด่นต่างๆ มาเป็นกลยุทธ์ของธุรกิจ ส่วนการจัดการด้านพื้นที่ของบางกะเจ้าต้องทำให้เป็นรูปธรรมจากหลายๆ ภาคส่วนใช้จุดเด่นของบางกะเจ้ามาเป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ และสร้างความประสบการณ์ร่วมด้วยกิจกรรมที่สร้างสรรค์ และมีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและคนในชุมชน

### ส่วนที่ 3 การจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้าจังหวัดสมุทรปราการ

แบ่งการรายงานเป็น 2 ส่วน คือ 1) ผู้ประกอบการ และ 2) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

#### 4.1.3.1 การจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

##### 1) ด้านผู้ประกอบการ

1.1) การเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า บางกะเจ้านั้นอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้สะดวกสบายในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการใช้รถส่วนตัว หรือขนส่งสาธารณะ ซึ่งสะดวกสบายในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในวันหยุด แต่นักท่องเที่ยวบางส่วนมีปัญหาเรื่องการเดินทางถ้าไปทางบีทีเอสก็ต้องข้ามเรือซึ่งดูแล้วรู้สึกไม่ปลอดภัย ส่วนปัญหาด้านการเอารถส่วนตัวไปก็จะไปได้ทางเดียวส่งผลให้รถติด

“บางกะเจ้ามาได้สองทางจะขับรถยนต์มาก็ได้หรือว่าจะนั่งเรือมาก็ได้เท่าที่เห็นก็ไม่มีปัญหาต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็เลือกการเดินทางที่ตนเองสะดวก แต่ถ้าเป็นการนั่งเรือก็จะมีปัญหากับผู้สูงอายุ ช่วงวันเสาร์อาทิตย์ในการปั่นจักรยานก็จะอันตรายนิดนึง เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเยอะยังไม่มีจัดการกับถนนให้เป็นสัดส่วน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะเช่าจักรยานมากกว่านำมาเอง” (นฤมล พุทธรังษี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

“การเดินทางเข้ามาสะดวกสบาย หลายทาง ส่วนการเดินทางด้วยรถยนต์ จะมีปัญหาเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุด ที่มีนักท่องเที่ยวเข้า อาจจะต้องมีการแก้ไข ปัญหาที่จอดรถ จุดตัด จุดเลี้ยว และการจอดรถริมทาง เพื่อให้เกิดการคล่องตัวมากขึ้น” (สิทธิพงษ์ ภูธวาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

“การเดินทางในความคิดคือถ้าจุดไหนที่รถยนต์เข้าถึงจะสะดวกสบายแต่ว่าธรรมชาติหายไป สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบแอดเวนเจอร์หน่อยก็จะนั่งเรือเข้ามาซึ่งนักท่องเที่ยวทุกคนจะไม่ได้ชอบความสะดวกสบายไปทุกคน มันเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้เอง” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

“มีปัญหาเรื่องการเดินทางถ้าไปทางบีทีเอสก็ต้องข้ามเรือ ส่วนปัญหาด้านการเอารถส่วนตัวไปก็จะไปได้ทางเดียวส่งผลให้รถติด ถ้าเป็นวันธรรมดาจะไม่ค่อยติดส่วนใหญ่จะติดช่วงวันหยุด กะเจ้า” (คิว ตรีปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

## 1.2) การบริการนักท่องเที่ยว

### 1.2.1) แผนที่ ป้ายบอกทาง

บางกะเจ้ามีเส้นทางที่ซับซ้อน การแสดงแผนที่ ป้ายบอกทาง นั้นจะสร้างความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวสามารถไปท่องเที่ยวตามสถานที่หรือทำกิจกรรมต่างได้สะดวก การจัดการข้อมูลและถูกต้องนั้นจะส่งผลต่อความปลอดภัยด้วย ด้วยเส้นทางที่ซับซ้อนการแจ้งเตือนเส้นทางที่อันตรายนั้นจะช่วยให้การทำกิจกรรมนั้นปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว

“ในการบริการนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่พบว่าการจัดการด้านพื้นที่ เส้นทางการบินจักรยานยังมีเส้นทางที่ไม่ชัดเจน ไม่มีป้ายบอกทาง เส้นทางการบินบางส่วนยังใช้ร่วมกับการสัญจรรถปกติซึ่งเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยว” (นฤมล พุทธรังศรี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

“คิดว่าสิ่งสำคัญที่อยากให้มีความต้องการให้มีแผนที่มาตรฐานอย่างละเอียด บอกสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจนที่ใช้ร่วมกันในบางกะเจ้าเพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน ป้ายบอกทางตามสถานที่ต่างๆ ตามทางเลี้ยว ทางแยก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นได้ง่าย” (สิทธิพงษ์ ภูธาวาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

“การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญหลายๆ อย่างยังไม่เพียงพอ เช่น ข้อมูลแผนที่ของสถานที่ต่างๆ ที่ยังใช้ข้อมูลที่ไม่เหมือนกัน ป้ายบอกเส้นทางการบินจักรยาน หอ่งน้ำหายาก ถ้าจะเข้าก็ต้องเข้าหอ่งน้ำในวัด เรื่องของความปลอดภัยไม่เหมาะกับการบินจักรยานตอนกลางคืน เพราะจะมีตมมากและสัตว์เลื้อยคลานเยอะ ในส่วนของราวกันต่อนี้ก็มีราวกันเกือบจะทุกที่แล้วก็ลดเปอร์เซ็นต์ของการตกลงไปของนักท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมพร้อมกับการหา กิจกรรมมาเสริมในพื้นที่และช่วยกันพัฒนาพื้นที่ให้อุดมสมบูรณ์มีระเบียบมากยิ่งขึ้น” (คิว ตรีปรัชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

### 1.2.2) สถานที่บริการในการทำกิจกรรมยังมีน้อย

บางกะเจ้ามีสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรมได้น้อย เช่น หอ่งน้ำสาธารณะ ร้านอาหารและสถานที่ทำกิจกรรม จุดบริการนักท่องเที่ยวตามเส้นทางของการ

ปั่นจักรยานนั้นมีน้อย จุดพักหรือจุดชมวิวยังไม่มีให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในบางกะเจ้า

“ห้องน้ำสาธารณะยังไม่เพียงพอไม่สะดวกต่อการใช้บริการ สถานที่พักไม่เพียงพอเวลาจัดกิจกรรมใหญ่ๆ ไม่สามารถรองรับได้เพียงพอรวมทั้งร้านอาหารและสถานที่ทำกิจกรรมใหญ่ๆ ข้อมูลความรู้ที่สามารถให้กับนักท่องเที่ยวหรือเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลยังไม่เพียงพอ ความปลอดภัย ในส่วนของเส้นทางปั่นจักรยานในเส้นทางเล็กๆ ตอนนี้นำไฟฟ้าก็มาทำการติดไฟแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะปั่นกันเฉพาะตอนกลางวันในตอนกลางคืนจะไม่ค่อยเห็นมีนักท่องเที่ยวไปปั่นจักรยาน ในส่วนของถนนในตอนกลางคืนก็จะมีรถยนต์ที่ค่อนข้างจะขับเร็วทำให้อันตราย ไม่เหมาะที่จะไปปั่นจักรยานตอนกลางคืน” (นฤมล พุทรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

“ห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดมีบริการให้เพียงพอตามจุดต่างๆ ปัญหาขยะ การดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น สถานที่ท่องเที่ยว การทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว” (สิทธิพงษ์ ภู่อาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

### 1.2.3) ความปลอดภัยของชุมชนในพื้นที่บางกะเจ้า

เนื่องด้วยพื้นที่บางกะเจ้ามีชุมชน สภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยป่าไม้ เส้นทางที่ซับซ้อน การดูแลจากชาวบ้านบางกะเจ้านั้นมีส่วนสำคัญในการดูแลพื้นที่ นักท่องเที่ยว แต่ก็ยังมีพื้นที่หลายพื้นที่ต้องมีการปรับปรุงให้ปลอดภัย เช่น เจ้าหน้าที่ตามสถานที่ท่องเที่ยว แสงสว่างตามเส้นทางปั่นจักรยาน ป้ายจราจรตามเส้นทางอันตราย

“เนื่องจากเป็นคนในพื้นที่จึงรู้ว่าบางกระเจ้านั้นปลอดภัยทั้งเรื่องของประชาชนในบางกระเจ้านั้นยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว แต่ถ้าให้มองในมุมมองของผู้มาใช้บริการแล้วบางกระเจ้ายังมีหลายสิ่งที่ควรปรับปรุง เช่น เส้นทางการเดินทางมายังบางกะเจ้าหรือเส้นทางปั่นจักรยานที่ยังร่วมใช้ทางเดียวกัน ป้ายบอกทางที่ยังมีน้อยอาจทำให้หลงทาง เส้นทางที่คับแคบอาจทำให้ตกลงไปในน้ำ การป้องกันสัตว์มีพิษ งู ตะขาบ ตัวเงินตัวทอง รวมไปถึงแสงสว่างยามค่ำคืน รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลความปลอดภัย สิ่งเหล่านี้อยากให้มีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว” (นฤมล พุทรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กรกฎาคม 2561)

“ความปลอดภัยในบางกะเจ้ายังมีเป็นจุดๆ ตรงไหนมีบ้านเรือนหรือร้านค้าก็ดูว่าจะปลอดภัยแต่เส้นทางท่องเที่ยววนั้นซับซ้อนมีหลากหลายเส้นทางซึ่งถ้าไม่มีผู้ที่คุ้นเคยพื้นที่ก็ดูเหมือนว่าจะไม่ปลอดภัย ตลอดเส้นทาง หลากๆ เส้นทางนั้นยังใช้ร่วมกับการปั่นจักรยาน บางเส้นทางไม่มีที่กั้นเสี่ยงต่อการตกลงไปในน้ำ ป้ายบอกทางหรือแผนที่ยังไม่ชัดเจนแต่ก็สามารถสอบถามชาวบ้านได้ซึ่งชาวบ้านนั้นก็ชอบนักท่องเที่ยวอยู่แล้วเพราะทำให้พวกเขามีรายได้ ใน

ยามค่าคั้นนั้นไม่ค่อยมีใครมาปั่นจักรยาน เนื่องจากแสงสว่างไม่เพียงพอและเส้นทางที่เอาไว้ปั่นจักรยานนั้นมีไม่ทั่วบางกะเจ้า เจ้าหน้าที่ก็มีน้อยในการดูแลประชาชนและนักท่องเที่ยว” (ศิริปริชญา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 กรกฎาคม 2561)

“ประชาชนในพื้นที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวเพราะสามารถหารายได้ การกระทำความผิดต่างๆ นั้นมีน้อยมากด้วยลักษณะของวิถีชาวบ้านทำให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นด้วยซ้ำ ส่วนในพื้นที่บางกะเจ้านั้นเส้นทางต่างๆ ยังคับแคบสามารถขี่จักรยานตกข้างทางได้ มีเส้นทางมากมายได้ป้ายบอกทางยังน้อยแผนที่เส้นทางยังไม่ชัดเจน ในตอนกลางคืนหน้ากลัวสำหรับคนที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่เพราะแสงไฟยังไม่เพียงพอต่อเส้นทางต่างๆ เจ้าหน้าที่ยังมีน้อยในการตรวจตราความปลอดภัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ถึงกับไม่ปลอดภัยแต่ถ้าเพื่อการท่องเที่ยวความปลอดภัยและความมั่นใจเป็นของคู่กัน” (สิทธิพงษ์ ภูธาวาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2561)

“เรื่องเส้นทางในการเดินทางมีหลายวิธีทั้งทางเรือและนำรถมาเอง ซึ่งการเดินทางด้วยเรื่อนั้นบางคนอาจรู้สึกไม่ปลอดภัยด้วยสภาพความเก่าและอุปกรณ์ความปลอดภัยนั้นยังไม่น่าไว้วางใจหลายคนจึงนำรถมาเองแต่เส้นทางมาที่บางกะเจ้านั้นมีหลายเส้นทาง อีกทั้งยังคับแคบและมุมหักศอกเยอะจึงต้องระมัดระวังมาก ป้ายบอกเส้นทางยังไม่ชัดเจน ยังมีหลายเส้นทางที่ยังใช้ร่วมกับจักรยานและรถปกติ เจ้าหน้าที่ยังมีน้อยในเขตบางกะเจ้า” (ประหยัด นุชนาคา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2561)

#### 4.1.3.2 การจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

##### 1) ด้านนักท่องเที่ยว

###### 1.1) การเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า

การเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า 1.) นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางในการเดินทางได้โดยใช้พาหนะส่วนตัว แต่ยังคงเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้เรือโดยสาร 2) เพิ่มส่วนของข้อมูลเส้นทางในบางกะเจ้า สถานที่บริการนักท่องเที่ยวต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน 3) การบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง

“การเดินทางค่อนข้างสะดวก ไม่มีปัญหาในการเดินทาง แต่อยากให้ทำแผนที่หรือจุดท่องเที่ยวให้ชัดเจน เพราะเส้นทางในบางกะเจ้าค่อนข้างเล็กและมีซอยเยอะทำให้หลงได้ง่าย การหาสถานที่ต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก เส้นทางปั่นจักรยานควรมีแสดงให้ชัดเจน” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“การเดินทางนั่งเรือข้าม ไม่ได้มีปัญหา เพราะ การนั่งเรือข้ามไปให้ความรู้สึกที่ดีกว่าแต่เรือที่ใช้นั่งข้ามไปเก่าพอสมควร ก็อยากให้ดูแลเรื่องความปลอดภัยของตัวเรือ ส่วนการขับรถไปเองนั้นเส้นทางค่อนข้างเล็กอันตราย ไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนทำให้สับสนในการเดินทาง สถานที่ต่างๆนั้นหายากเพราะข้อมูลหรือแผนที่นั้นยังไม่ละเอียดและชัดเจน” (นาย B, อายุ

27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“สะดวกสบาย ปัญหาจะมีเรื่องเรื้อรังรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยเวลานั่งเรือ อยากให้เรือปรับปรุงให้ดูดีและปลอดภัยมากกว่านี้ และมีการโปรโมทมากกว่านี้ เส้นทางโดยรถ ส่วนตัวค่อนข้างสับสนหาที่จอดยาก แผนที่เส้นทางยังไม่ชัดเจน ป้ายหรือสถานที่อำนวยความสะดวกหายากพอสมควร” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ถือว่าสะดวกและใกล้แต่ควรมีป้ายบอกทางหรือรถบริการรับส่ง หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองตลอดจนเส้นทางในบางกะเจ้าควรมีเส้นทางที่ชัดเจนสำหรับการปั่นจักรยานหรือแผนที่แสดงสถานที่สำคัญหรือสถานที่อำนวยความสะดวกควรแสดงให้ชัดเจน” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“การเดินทางไม่มีปัญหา สามารถเดินทางมาได้ ไม่ได้ลำบากจนเกินไป แต่เส้นทางในบางกะเจ้าค่อนข้างคับแคบหลงทางได้ง่าย สถานที่สำคัญหายากในแผนที่ยังไม่ชัดเจน อาศัยชาวบ้านในบางกะเจ้าซึ่งไม่ค่อยสะดวกสบาย สถานที่พัก ร้านอาหาร ห้องน้ำยังหาได้ยากแต่การเดินทางไปบางกะเจ้าถือว่าง่ายเพราะใกล้กรุงเทพฯ มาก” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

## 2) การบริการนักท่องเที่ยว

ด้านนักท่องเที่ยวมองเห็นเรื่องการบริการนักท่องเที่ยวมีปัญหา ดังนี้ 1) ข้อมูลการท่องเที่ยวยังไม่ตรงกัน 2) การจัดการด้านพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.1) ข้อมูลด้านพื้นที่ ข้อมูลการท่องเที่ยว สาระความรู้ ความน่าสนใจ ข้อมูลพื้นฐานในการท่องเที่ยวบางกะเจ้านั้นสามารถหาได้ในสื่อใหม่ซึ่งมีข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือผู้ที่เคยใช้บริการท่องเที่ยวที่บางกะเจ้ามาให้คำแนะนำ ข้อมูลการบริการเส้นทางต่างๆ แต่ข้อมูลส่วนใหญ่นั้นยังมีหลายส่วนที่ไม่ตรงกันเนื่องจากไม่มีการทำข้อมูลการท่องเที่ยวให้ชัดเจนผู้ประกอบการไม่มีข้อมูลที่เป็นกลางเพื่อใช้ในบางกะเจ้าและนำเสนอข้อมูลที่ตรงกันนักและการจัดการด้านพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

“ข้อมูลต่างๆ นั้นเบื้องต้นสามารถหาได้ตามเว็บไซต์ทั่วไป การรีวิวจากนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวที่บางกะเจ้าแต่ในพื้นที่ยังรู้สึกว่าคุณข้อมูลต่างๆ ยังไม่อำนวยความสะดวกเท่าที่ควร เช่น เส้นทางปั่นจักรยาน ป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ข้อมูลความรู้ของธรรมชาติ สายพันธ์ สรรพคุณ อยากให้มีศูนย์กลางที่ให้ความรู้เรื่องเหล่านี้เพื่อมอบสาระให้กับนักท่องเที่ยว” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ข้อมูลยังไม่เพียงพอ อยากให้สถานที่ที่สำคัญที่สามารถเป็นจุดเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวนั้นทำให้มีเรื่องราว นำเอาประเพณี วัฒนธรรม หรือคุณค่าของบางกะเจ้าที่เป็น

ปอดกรุงเทพฯมาสร้างควมน่าวนใจ เช่น อยกให้มีกรบอกถึงวัฒนธรรม เช่น กรทำสิ่งของเครื่องใช้ของคนในชุมชน ให้แก่นักท่องเที่ยว ประวัติศสตร์ของพื้นที่ กรอนุรักษ์ธรรมชาติ จุดศูนย์กลางปั่นจักรยานที่สมารถเชื่อมไปที่ต่งๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พักต่งๆ ร้ำนอหกร จุดชมวิว จุดพัก เพื่อเป็นโครงข่ยกรท่องเที่ยว” (นย B, อยุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, กรสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ข้อมูลกรท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ต้องสอบถามเส้นทางจากชวบ้าน ซึ่งบงที่กรดูจากแผนที่ก็ลำบาก เนื่องจากปั่นจักรยานไปด้วย ถ้ามีป้ายบอกทงที่ก็อจจะลดปัญหาได้ซึ่งมองว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่งมกเพื่อไปให้ท่วในบงกะเจ้าโดยหลักแล้วก็ต้องปั่นจักรยาน ข้อมูลด้ำนพื้นที่นั้นสำคัญมกจุดบริการต้องมีตมเส้นทาง เช่น ห้องน้ ร้ำนอหกร สทงที่สำคัญ ซึ่งน้จะมีจุดศูนย์กลางไม่มจะเป็นกรให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว จุดพักชมวิว ซึ่งมองว่ยงไม่มีการจัดการที่ชัดเจน” (นย C, อยุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, กรสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เรสมารถหข้อมูลเบื้องต้นจากทงอินเทอร์เน็ตได้ พอไปถึงแล้วก็ไปสอบถามชวบ้านว่ามีสทงที่ท่องเที่ยวที่ไหน เพราะชวบ้านยินดีที่จะให้ค้แนะนำอยู่แล้วซึ่งตรงนี้คือว่เป็นเรื่องที่ดีที่ชวบ้านนั้นต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ถ้มองอีกมุมหนึ่งทำไม่มจัดการพื้นที่ให้สะดวกต่อกรท่องเที่ยวไม่มจะเป็นเส้นทางไปสทงที่สำคัญต่งๆ ทำเป็นจุดเด่นในแผนที่ให้นักท่องเที่ยวได้ปั่นจักรยานเช็คอินพร้อมทั้งมอบสระความรู้ไปพร้อมกันซึ่งยังมองว่ยงไม่มีการจัดการที่ชัดเจน สร้างเส้นทางให้เชื่อมโยงกันไปเครือข่ยเพื่อเอื้อซึ่งกันและกัน” (นย D, อยุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, กรสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

## 2.2) สทงที่พัก ร้ำนอหกร สทงที่ทำกิจกรรม

สทงที่พักในบงกะเจ้านั้นมีหลกหลยสทงที่ให้เลือกแต่ก็รับได้จนวนจำกัด ยังไม่สมารถรองรับนักท่องเที่ยวจนวนมกๆ ได้ อีกรทั้งสทงที่ทำกิจกรรมต่งๆ นั้นค่อนข้างน้อย สร้างแรงดึงดูดต่อนักท่องเที่ยวได้ไม่มกนัก กรบริการนักท่องเที่ยวยังขาดสิ่งอำนยความสะดวกเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

“เพียงพอ อจจะมีไม่มกแต่ว่เพียงพอแล้วกับพื้นที่ในบงกะเจ้า ซึ่งอยกให้มีกรปรับปรุงให้เป็นจุดสำคัญในแผนที่ท่องเที่ยว มีเส้นทางที่ชัดเจน เพิ่มควมน่าสนใจในกรใช้บริการและเพิ่มควมหลกหลยของสทงที่พัก ร้ำนอหกร เพื่อเป็นทงเลือกให้กับลูกค้าและทกกิจกรรมที่น่าสนใจมเป็นกรดึงดูดนักท่องเที่ยว” (นย A, อยุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, กรสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“เพียงพอแล้ว เพราะถ้เอะกว่านี้ จะส่งผลให้ควมคุมยก สทงที่พักถ้เอะกว่านี้ คนก็จะเอะขึ้น อจจะส่งผลให้ควมสงบหยไป แต่เรื่องของห้องน้ อยกมีเพิ่มขึ้นตมจุดต่งๆ ตมเส้นทางปั่นจักรยานตมจุดที่สำคัญเนื่องจากค่อนข้างหห้องน้ได้ยก” (นย B,



อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ร้านอาหาร และ สถานที่ทำกิจกรรม ก็มีให้เห็นบ้าง กิจกรรมก็ยังไม่เยอะ รู้สึกว่ายังไม่พอ ยิ่งน้อยเกินไป ก็อยากให้เพิ่มกิจกรรมให้มากกว่านี้ให้น่าสนใจมากกว่านี้ อยากให้มีร้านกาแฟ เห็นว่าคนไทยชอบกินกาแฟ และทำเป็นร้านกาแฟเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ทำให้เป็นจุดเด่น และอยากให้มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ร้านอาหารไม่เพียงพอ อยากให้มีร้านอาหาร สถานที่ทำกิจกรรมมากขึ้น และอยากให้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชนโดยใช้การปั่นจักรยานเป็นสื่อกลาง เพราะที่บางกะเจ้านั้นการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีธรรมชาติที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“สถานที่พัก ร้านอาหาร เพียงพอแล้วต่อนักท่องเที่ยวแต่อยากให้เพิ่มความหลากหลายเข้าไป อย่างร้านกาแฟเพื่อสุขภาพ ร้านนวดแผนไทย สถานที่ออกกำลังกายและอยากให้ปรับปรุงห้องน้ำ ซึ่งห้องน้ำที่มีน้อยอยู่แล้วและห้องน้ำที่มีอยู่ก็เริ่มจะทรุดโทรม จึงอยากให้มีการดูแลในจุดนี้” (นาง E, อายุ 42 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

### 2.3) ความปลอดภัยของชุมชนในพื้นที่บางกะเจ้า

นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเพิ่มเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยและให้ข้อมูลสร้างสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อให้คำแนะนำและช่วยเหลือ ดูแลนักท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว

ด้วยเสน่ห์ของคนไทยชุมชนในพื้นที่บางกะเจ้ายินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว ยินดีที่จะให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านแนะนำแต่สิ่งดีๆ ให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ต่างๆ ทำให้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบชาวบ้านแต่ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่คอยดูแล สถานที่ที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อให้คำแนะนำและช่วยเหลือ ดูแลนักท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยว

“คนในชุมชนบางกะเจ้ายินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว รู้สึกถึงความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งถือว่าเป็นเสน่ห์ของคนไทยถือว่าผ่านให้อารมณ์แบบต่างจังหวัด แต่เรื่องของพื้นที่ในบางกะเจ้าความปลอดภัยก็ยังมีหลวมๆ อาจจะเพราะพื้นที่ในบางกะเจ้าใหญ่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่มีในสถานที่สำคัญของการท่องเที่ยว ก็อยากให้เพิ่มในจุดนี้ เส้นทางต่างๆ อยากให้มีป้ายบอก ที่กั้นทางกันจักรยานหล่นไปในน้ำ ไฟในตอนกลางคืน พวกสัตว์ร้ายก็ป้องกันให้ดีด้วย” (นาย A, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“การต้อนรับของชาวบ้านดีมาก ชาวบ้านยินดีที่จะให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านแนะนำแต่สิ่งดีๆ ให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ต่างๆ เส้นทางปั่นจักรยานต่างๆ เรื่องของคนในชุมชนจึงไม่เป็นห่วงเรื่องความปลอดภัย แต่กลัวเรื่องอุบัติเหตุในการปั่นจักรยาน



ตามเส้นทางเพราะยังใช้ร่วมกับทางรถปกติ บางเส้นทางยังไม่มีที่กั้นการตกลงข้างทาง อยากให้ทำเส้นทางของจักรยาน ป้ายต่างๆ รวมไปถึงการตรวจตราของเจ้าหน้าที่เพราะบางจุดยังไม่มีไฟในตอนกลางคืนอาจเกิดอุบัติเหตุได้” (นาย B, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ก็อยากให้มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับ คอยให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้รู้สึกว่าคุณเวลามีปัญหาเราสามารถหาที่พึ่งได้ ความปลอดภัยถือว่ายังไม่เพียงพอ อยากให้ปรับปรุงพื้นที่ พัฒนาเรื่องการขนส่ง เรื่องการอำนวยความสะดวกตามจุดบริการต่างๆ อยากให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น มีการจัดระเบียบเส้นทางกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว มีที่กั้นทางไม่ให้รถจักรยานตกลงข้างทาง แสงสว่างตอนกลางคืน และการป้องกันสัตว์มีพิษต่างๆ” (นาย C, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

“ควรมีศูนย์กลางข้อมูลที่เจ้าหน้าที่รัฐคอยดูแลที่ผ่านการวางแผนพัฒนาข้อมูลให้ออกมาถูกต้องเข้าถึงในพื้นที่บางกะเจ้า ซึ่งเจ้าหน้าที่ก็ต้องคอยดูแลพื้นที่สำรวจสภาพแวดล้อมป้องกันการเกิดอุบัติเหตุเลือกเส้นทางที่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวสร้างป้ายเตือนนักท่องเที่ยวหรือป้ายบอกทางตลอดจนดูแลนักท่องเที่ยวซึ่งตรงนี้ยังขาดอยู่และอยากให้มีการจัดตั้งศูนย์นี้ขึ้นมา” (นาง D, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กรกฎาคม 2561)

ตารางที่ 4.3: ตารางด้านสรุปการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า

หัวข้อการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ข้อเหมือนระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	ข้อแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว
การเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า	1. อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร เดินทางใช้เวลาไม่นาน	1.การเดินทางด้วยรถส่วนตัวนั้นต้องมีที่จอดรถอาจทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาตินั้นสูญเสียไป

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ตารางด้านสรุปการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า

หัวข้อการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ข้อเหมือนระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	ข้อแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว
การบริการนักท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่ต่างๆ ที่พัก ร้านอาหาร หรือร้านสะดวกซื้อที่นั่นเพียงพอ</li> <li>2. ขาดความหลากหลายของการบริการ เช่น ที่พักจักรยาน จุดชมวิว ร้านเครื่องดื่ม สปา เป็นต้น</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ข้อมูลด้านพื้นที่ ป้ายบอกทาง การแบ่งเส้นทางจักรยานนั้นยังไม่ชัดเจน</li> <li>2. กิจกรรมยังไม่มี ความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ</li> </ol>
ความปลอดภัยของพื้นที่บางกะเจ้า	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คนในชุมชนนั้นยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นกันเอง ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลมีน้อย ในสถานที่สำคัญต่างๆ</li> <li>2. ยังไม่มีป้ายบอกทางหรือสิ่งป้องกัน ในเวลากลางคืน แสงสว่าง</li> </ol>

สรุป บางกะเจ้ามีพื้นที่ในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสถานที่พัก ร้านอาหาร หรือกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการเดินทางยังสะดวกสบายในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่ แต่การจัดให้บางกะเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต้องมีการปรับปรุงพื้นที่ให้ได้มาตรฐานในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว จุดบริการนักท่องเที่ยวนั้นต้องได้มาตรฐาน หรือกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวหลายๆ กลุ่มสร้างความน่าสนใจ ปรับปรุง แก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ ให้เป็นรูปธรรมและทำการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวด้วยการสื่อสารรูปแบบต่างๆ

การจัดแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว การมีสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างกิจกรรมให้โดดเด่น เป็นสิ่งที่จะสามารถพัฒนาพื้นที่บางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่แหล่งพักผ่อนทางธรรมชาติ ดังนั้นการเข้ามาพัฒนาของภาครัฐและการสนับสนุนของภาคประชาชนนั้นจะมีส่วนช่วยให้บางกะเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเป็นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

### คำแนะนำจากผู้ประกอบการ

1) อยากรักษาพื้นที่บางกะเจ้าให้เป็นปอดกรุงเทพ อนุรักษ์พืชพรรณธรรมชาติเอาไว้ซึ่งในพื้นที่นี้ก็มีความหมายควบคุมอาคารในพื้นที่อยู่แล้วแต่อยากให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าตรงนี้เพราะส่วนใหญ่ชาวบ้านขายที่ดินให้กับนายทุนไปค่อนข้างเยอะจึงอยากให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บางกะเจ้าให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมหรือไม่ก็พัฒนาพื้นที่ให้เป็นประโยชน์ในชุมชน ดังนั้นการเข้ามาพัฒนาต้องคำนึงถึงชาวบ้าน คำนึงถึงธรรมชาติของบางกะเจ้า สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็น เส้นทางทำกิจกรรม ห้องน้ำ ร้านอาหารซื้อ กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและยังคงรักษาคุณค่าของบางกะเจ้า

2) อยากรให้มีเส้นทางของจักรยานที่แบ่งแยกออกจากทางเดินรถปกติพร้อมป้ายบอกทางแผนที่ที่มีข้อมูลถูกต้อง ห้องน้ำสาธารณะตามจุดต่างๆ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และรักษาปกป้องพื้นที่ในบางกะเจ้า อยากรให้มีกิจกรรมรูปแบบต่างๆที่แสดงถึงวัฒนธรรมหรือกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินโดยไม่ทำลายความเป็นบางกะเจ้าและช่วยเรื่องการสื่อสารผ่านช่องทางต่างให้บางกะเจ้าเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

3) อยากรให้ภาครัฐหาช่องทางที่ภาคเอกชนและประชาชนได้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเช่น โครงการการให้เงินค่าดูแลต้นไม้ที่ได้ปลูกไว้และนำประโยชน์ตรงนี้มีมาลดภาษีให้กับภาคเอกชน หรือการจัดกิจกรรมพิเศษตามงานเทศกาลที่บางกะเจ้าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และอยากรให้จัดการเรื่องพื้นที่ในบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมๆ กับการสร้างสาระความรู้ให้แก่ผู้มาใช้บริการ

4) พัฒนากิจกรรมให้มากขึ้นเนื่องจากชาวต่างชาตินั้นก็ชื่นชอบวัฒนธรรมไทยหรือสถานที่ท่องเที่ยวในไทยอยู่แล้วซึ่งคิดว่าบางกะเจ้านั้นยังสามารถหากิจกรรมที่น่าสนใจทำแต่ยังขาดเงินทุนหรือการสนับสนุนจากภาครัฐ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพก็เชื่อว่าสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนเองก็มีส่วนสำคัญเพราะเป็นประชาชนที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติของบางกะเจ้าดังนั้นการร่วมมือซึ่งกันและกันจะสามารถพัฒนาบางกะเจ้าได้อย่างยั่งยืน

สรุป บางกะเจ้าถูกยกย่องให้เป็นพื้นที่สีเขียวที่ได้รับฉายาว่า “ปอดกรุงเทพ” ได้รับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้คงธรรมชาติ สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งพักผ่อนทางธรรมชาติได้ ดังนั้นภาครัฐ เอกชน และประชาชนท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญที่ต้องร่วมมือพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างสาธารณูปโภคให้รองรับนักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์คุณค่าของบางกะเจ้าให้กับประชาชนทั่วไปให้หันมาให้ความสำคัญของธรรมชาติ

### คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว

- 1) พัฒนาให้พื้นที่บางกะเจ้าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่ได้มาตรฐานแต่ยังคงเอกลักษณ์ของบางกะเจ้าเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่สำคัญ เส้นทางการบินจักรยาน ที่พัก ห้องน้ำ สถานที่ทำกิจกรรม ให้ครบองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เพิ่มเติมสิ่งที่น่าสนใจหรือนำสิ่งที่บางกะเจ้ามีสร้างให้มีคุณค่าเชิงท่องเที่ยวมากขึ้น พร้อมกับการสื่อสารที่จะทำให้คนนั้นเข้าใจความเป็นบางกะเจ้า ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สามารถเรียนรู้วัฒนธรรมชาวไทยและเป็นที่ยอกกำลังกาย ทำกิจกรรม และพักผ่อนที่มอบอากาศบริสุทธิ์ให้กับชาวเมืองได้มาพักผ่อนจากการทำงาน
- 2) อยากให้ปรับปรุงพื้นที่ในบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีความพร้อมที่จะรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่สำคัญต่างๆ สถานที่พัก เส้นทางท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ จุดประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถจะทำให้เข้ากับพื้นที่ของบางกะเจ้าและอยากให้มีการเชิญชวนประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนทั่วไป
- 3) อยากให้ปรับปรุงเส้นทางการบินจักรยาน เส้นทางเดินทาง ให้มีป้ายบอกทางรวมไปถึงแผนที่ที่ถูกต้อง พร้อมกับจุดประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวร่วมไปถึงการป้องกันอันตราย อยากให้พื้นที่บางกะเจ้ามีเจ้าหน้าที่คอยควบคุมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเพราะถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่อยากให้ดูแลและอนุรักษ์ไว้ และอยากให้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ในบางกะเจ้า เช่น งานการบินจักรยาน งานอนุรักษ์ธรรมชาติ การแสดงศิลปะ วัฒนธรรมไทย เพิ่มสถานที่ทำกิจกรรม หรือสร้างสถานที่ให้ประชาชนมาพักผ่อน เช่น สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สถานที่ตั้งแคมป์ก็น่าจะสร้างความน่าสนใจได้
- 4) อยากให้มีกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้นนอกจากการบินจักรยานแล้วอยากให้มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรมไทย หรือสถานที่พักผ่อนเช่น การนวด พิธเนส เส้นทางวิ่งเพื่อออกกำลังกาย พร้อมกับการปรับปรุงสถานที่ต่างๆ ให้อำนวยความสะดวก เช่น การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ห้องน้ำ และทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และชวนให้มาทำกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติที่บางกะเจ้า

สรุป บางกะเจ้านั้นเหมาะสมแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนใกล้ชิดธรรมชาติ ได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร มีกิจกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปั่นจักรยาน พายเรือ ดูนก ดังนั้น การจัดการพื้นที่ในบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงสำคัญในการพัฒนาเรื่องจัดการนักท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การทำเส้นทางปั่นจักรยานโดยเฉพาะ การพัฒนากิจกรรมให้สามารถเข้าถึง สร้างความประทับใจ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว ทั้งนี้ภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและเสนอความคิดเห็นเพื่อการสร้างการ

ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน



## บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

ผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากบทความ เอกสารงานวิจัย และการวิเคราะห์จาก การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ นำผลการวิจัยทั้ง ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมินำมาเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบธุรกิจการจัดตั้งโครงการธุรกิจที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับการปั่นจักรยานในการทำกิจกรรมเป็นทางเลือกในการท่องเที่ยว ได้กำหนด รูปแบบธุรกิจไว้ดังนี้

### 5.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว การถ่ายทอด ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตผ่านการทำกิจกรรมปั่นจักรยาน

### 5.2 พันธกิจ

5.2.1 ทำการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

5.2.2 จัดเตรียมช่องทางการสื่อสารออนไลน์ และแอปพลิเคชัน สำหรับประชาสัมพันธ์สร้าง การรับรู้ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด

5.2.3 ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และมีความซื่อสัตย์ในการ ให้บริการ เพื่อความน่าเชื่อถือ

5.2.4 อนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ตลอดไป

5.2.5 วางแผนและเตรียมการดำเนินงานที่มีคุณภาพด้วยการใช้เทคโนโลยี และทรัพยากรที่มี อยู่อย่างคุ้มค่า

5.2.6 จัดหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ความสามารถให้เหมาะสมกับตำแหน่งนั้นๆ

### 5.3 วัตถุประสงค์

5.3.1 เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดตั้งธุรกิจที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการ ทำกิจกรรมต่างๆ อย่างสอดคล้องตามประเพณี วัฒนธรรมและฤดูกาล

5.3.2 เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์พลังงานโดยใช้จักรยาน

5.3.3 เพื่อพัฒนาการรูปแบบการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้กับชุมชนท้องถิ่น

5.3.4 บูรณาการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

5.3.5 จัดทำฐานข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เพื่อการดูแล นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาใช้บริการให้ตรงกับลักษณะพฤติกรรมในครั้งต่อไปอย่างยั่งยืน

#### 5.4 กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ชื่นชอบการปั่นจักรยานในการพักผ่อนตามธรรมชาติ พร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ผ่านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

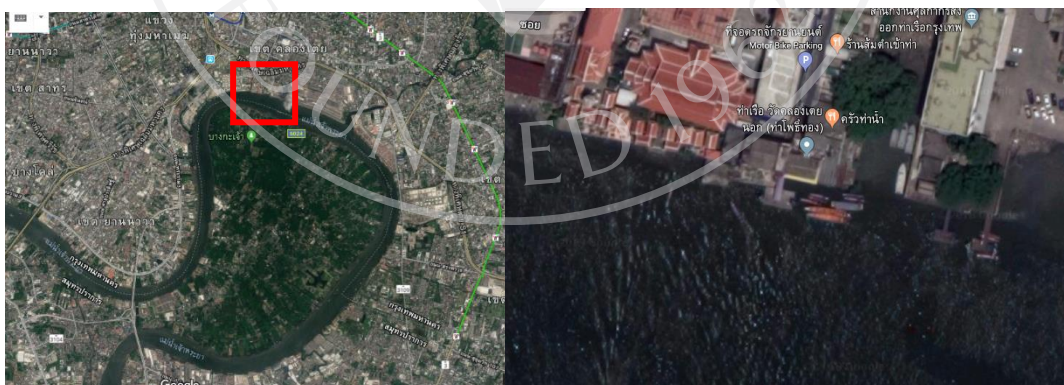
#### 5.5 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

จัดตั้งธุรกิจโรงแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่ผูกควบคู่กับร้านอาหาร สปาสมุนไพร ทัวร์ปั่นจักรยานอย่างครบวงจรเพื่อการท่องเที่ยว นำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวพร้อมกับการทำกิจกรรมอย่างยั่งยืน

#### 5.6 สถานที่ตั้ง

ท่าเรือวัดคลองเตยนอก (ท่าโพธิ์ทอง) ถนนสุนทรโกษา เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 5.1: ท่าเรือวัดคลองเตยนอก (ท่าโพธิ์ทอง)



ที่มา: Google Maps. (2562). บางกะเจ้า. สืบค้นจาก <https://www.google.com/maps/@13.6926296,100.5705578,7092m/data=!3m1!1e3>.



## 5.7 รายละเอียดหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

ตารางที่ 5.1: รายละเอียดหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

ฝ่าย	รายละเอียดหน้าที่
ฝ่ายบริหาร	กำหนดวิสัยทัศน์ มองภาพรวมในทุกระยะ ตัดสินใจ วางแผน บริหารจัดการ โครงสร้างองค์กร และแต่งตั้ง คัดเลือกและจัดหาบุคลากร รวมถึงติดต่อบุคคลภายนอกในการตกลงทางการค้าต่างๆ และตรวจทานข้อพึงระวังด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
ฝ่ายการตลาด	วิเคราะห์ข้อมูล สังเกตการณ์ให้ทันตามสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์ กิจกรรม ความบันเทิงและดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์องค์กร สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน
ฝ่ายบัญชี	บันทึก จัดเก็บเอกสาร เพื่อนำไปจัดทำรายงานทางบัญชีตามกฎหมาย และส่งภาษีให้แก่สรรพากร รวมถึงดูแล และคุมทะเบียนทรัพย์สินต่างๆ ให้ถูกต้อง ดูแลกระแสเงินสดของบริษัท ทั้งรับเงินและเช็คส่งจ่าย ตรวจทานกับสมุดบัญชีธนาคาร และรายงานฝ่ายจัดการ และผู้สอบบัญชี
ฝ่ายบริการ	ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือให้ได้รับความพึงพอใจสม ความมุ่งหมายที่องค์กรต้องการและมอบประสบการณ์ ความประทับใจในการบริการด้วยความจริงใจ

ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราค่าจ้าง/เดือน	รวม (บาท)	มูลค่า/ปี
ผู้จัดการ	1	40,000	40,000	480,000
พนักงานบัญชี	1	20,000	20,000	240,000
พนักงานเค๊าเตอร์	2	20,000	40,000	480,000
พนักงานทำความสะอาด	3	9,000	27,000	324,000
ช่างซ่อม	1	12,000	12,000	144,000
พ่อดครัว	1	15,000	15,000	180,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ): ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราค่าจ้าง/เดือน	รวม (บาท)	มูลค่า/ปี
พนักงานเสิร์ฟ	3	9,500	28,500	342,000
พนักงานสปา	1	9,000	9,000	108,000
หมอนวด	4	9,000	36,000	432,000
ไกด์ทัวร์	2	20,000	40,000	480,000
ประสานงาน	2	20,000	40,000	480,000
<b>รวม</b>	<b>20</b>		<b>307,500</b>	<b>3,690,000</b>

## 5.8 การกำหนดกลยุทธ์องค์กร

### 5.8.1 SWOT Analysis

#### จุดแข็ง (Strength)

1. เป็นที่พักที่อยู่ระหว่างธรรมชาติกับสังคมเมือง เดินทางสะดวก ใกล้กรุงเทพฯ เชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ร้านอาหาร ด้วยเส้นทางการเดินทาง
2. มีระบบ รูปแบบ การทำกิจกรรมท่องเที่ยวพร้อมการพักผ่อนทางธรรมชาติ
3. มีบริการที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ทั้งก่อนและหลังการใช้บริการ

#### จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นธุรกิจที่ต้องลงทุนค่อนข้างสูง ทำให้เกิดความเสี่ยงสูง
2. เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จึงต้องใช้เวลาในการสร้างชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ
3. การแข่งขันของธุรกิจแบบโฮมสเตย์มีการแข่งขันที่สูง
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่นิยมมาใช้บริการเพราะชำนาญพื้นที่และมีที่พักอยู่แล้ว

#### โอกาส (Opportunity)

1. บางกะเจ้าอยู่ระหว่างกรุงเทพมหานคร เดินทางสะดวก มีเส้นทางเลือกหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ร้านอาหาร วัฒนธรรม บางกะเจ้าเป็นสถานที่ที่มีโดดเด่นทางธรรมชาติ จึงสร้างโอกาสในการท่องเที่ยวทั้ง 2 รูปแบบ
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความต้องการการพักผ่อนทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญต่างๆ เดินทางไม่ใกล้พร้อมการทำกิจกรรม
3. ความนิยมในการปั่นจักรยานในการท่องเที่ยวนั้นได้รับความนิยมสูงขึ้น

4. เทคโนโลยีการสื่อสารเอื้อต่อการประชาสัมพันธ์ ลดต้นทุน เข้าถึงผู้บริโภค  
กลุ่มเป้าหมาย

#### อุปสรรค(Threat)

1. เศรษฐกิจชะลอตัวทำให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลง
2. เส้นทางในกรุงเทพมหานครไม่เอื้อต่อการปั่นจักรยาน
3. พื้นที่ในการจอดรถ
4. สภาพภูมิอากาศตามฤดูกาล

#### 5.8.2 การวิเคราะห์ 5C' (Marketing Planning Framework)

สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อโครงการ (Environments –Context)

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเมือง (Political Situation)

รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีการจัดสรรงบประมาณ เพื่อบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างสวยงาม และมีนโยบายสนับสนุนไทยแลนด์ 4.0 ที่นำมาสู่การพัฒนาสื่อ ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Situation)

เศรษฐกิจชะลอตัว แต่ไม่ถึงกับหยุดชะงัก มีการลดหย่อนภาษี

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสังคม (Social Situation)

พฤติกรรมผู้บริโภคต้องการการพักผ่อนใกล้ธรรมชาติหลีกเลี่ยงสิ่งคมเมือง เดินทางสะดวก และความต้องการในการใช้จักรยานเพิ่มมากขึ้นประกอบกับการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ร่วมกับการทำกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเทคโนโลยี (Technological Situation)

เทคโนโลยีมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เปรียบพร้อมด้วยคุณภาพ ช่วยลดเวลา ลดกำลังคน อันนำมาสู่การลดต้นทุน แอปพลิเคชันและสื่อออนไลน์เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างการรับรู้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม และรวดเร็ว

#### 5.8.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นที่พักที่อยู่ระหว่างธรรมชาติกับสังคมเมืองควบคู่กับร้านอาหาร สปาสมุนไพร ทิวทัศน์จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการพักผ่อนแบบธรรมชาติ เดินทางสะดวก ใกล้กรุงเทพ ออกแบบกิจกรรมให้สามารถทำกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี เชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ร้านอาหาร ด้วยเส้นทางการเดินทาง

### การตั้งราคา (Price)

1. อัตราการให้บริการที่พักรวม 3 ราคาให้เลือก 1,200 บาท 1,800 บาท 2,500 บาท ต่อ 1 วัน ตามขนาดของห้องพัก
2. ทัวร์กิจกรรม มี 2 ราคาให้เลือก 1,000 บาท 1,500 บาท ต่อ 1 วัน ตามลักษณะของกิจกรรม

### สถานที่ (Place)

ที่ตั้ง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่างบางกะเจ้า สมุทรปราการ ทำให้เดินทางสะดวกและมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย

### การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมารับบริการ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน และช่องทางออนไลน์ การนำเสนอแพ็คเกจพิเศษ เช่น กิจกรรมอีเวนต์พิเศษในแต่ละเดือน เส้นทางทัวร์กิจกรรมเส้นทางใหม่

## 5.9 การบริหารการตลาด

### กลยุทธ์การขายตามทฤษฎี AIDAS

#### ความเอาใจใส่ (Attention)

สร้างความรับรู้ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกใช้การสื่อสารทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ โดยเน้นไปที่แอปพลิเคชันและสื่อออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

#### ความสนใจ (Interest)

นำเสนอแพ็คเกจที่น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดความสนใจซื้อบริการได้ง่ายขึ้น จากการนำเสนอคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์ และต่อเนื่อง จนกลายเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย

#### ความปรารถนา (Desire)

จัดโปรโมชั่นพิเศษในวันธรรมดา หรือวันหยุดระยะสั้น เช่น การลดราคาห้องพัก หากใช้บริการสามวันขึ้นไป การลดราคา 10% ของลูกค้าเก่า เป็นต้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

#### การกระทำ (Action)

เข้าร่วมกับผู้ผลิตรายใหญ่ ในการสร้างสาระของสื่อในรูปแบบต่างๆ เข้าร่วมกับธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านช่องทางการชำระเงิน และการสะสมแต้มต่างๆ เป็นต้น

### ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ผู้บริโภคจะได้รับการผ่อนคลายจากบริการด้านสุขภาพ ความสุขและความทรงจำที่ดีในการรับบริการกิจกรรมของเรา และในส่วนของงานด้านการผลิตนั้น ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบใหม่ และใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า

### แผนดำเนินการ

#### 1) รายละเอียดสินค้าและบริการ

##### 1.1) ห้องพัก

1.1.1) ห้องพักราคา 1,200 บาท: ห้องพักราคาประหยัดสำหรับ 2 คน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก

ภาพที่ 5.2: ตัวอย่างห้องพัก ราคา 1,200 บาท



ที่มา: รมิดา พูล วิลล่า (Ramida Pool Villa). (2562). สืบค้นจาก <http://th.ramidapoolvilla.com/>.

1.1.2) ห้องพักราคา 1,800: ห้องพักขนาดใหญ่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับ 2 คน

ภาพที่ 5.3: ตัวอย่างห้องพัก ราคา 1,800 บาท



ที่มา: จองห้องพักห้องมาตรฐาน. (2562). สืบค้นจาก <https://mju-phrae-omestay.weebly.com/>.

1.1.3) ห้องพักราคา 2,500 บาท : ห้องพักขนาดใหญ่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ตกแต่งหรูหรา พร้อมวิวแม่น้ำเจ้าพระยา สำหรับ 2 คน

ภาพที่ 5.4: ตัวอย่างห้องพัก 2,500 บาท



ที่มา: ที่พักภูเก็ต - แนะนำ 10 โรงแรม รีสอร์ท ที่พักยอดนิยมภูเก็ต. (2562). สืบค้นจาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/000357/lang/th/>.



1.2) **สปาแนวสมุนไพร** สร้างความผ่อนคลายด้วยการนวดเพื่อสุขภาพโดยใช้สมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย พร้อมด้วยชาวน้ำสมุนไพร

ภาพที่ 5.5: ตัวอย่างสปาแนวสมุนไพร



ที่มา: นวดแผนไทย (Fantastic Thai) ที่ บริษัท สปา. (2562). กรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/25612>.

1.3) **ร้านอาหารและบุฟเฟ่ต์** ชาบู เอาใจคนกินจุพร้อมบรรยากาศริมน้ำเจ้าพระยา

ภาพที่ 5.6: ตัวอย่างร้านอาหารริมน้ำ

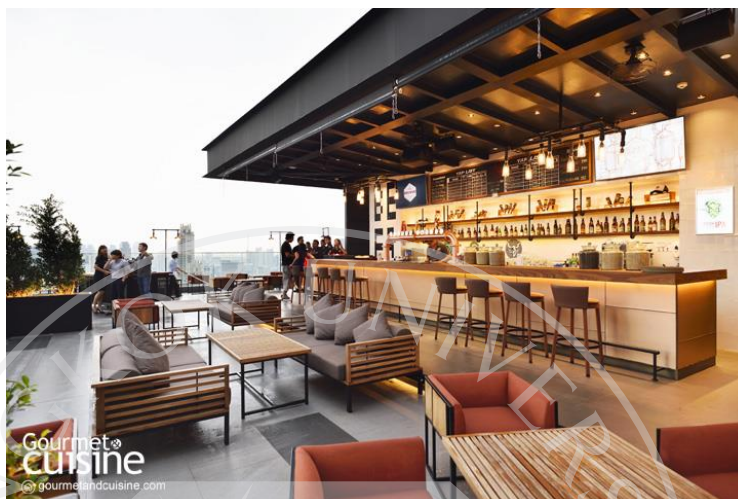


ที่มา: สุภัทรา ริเวอร์ เฮาส์: Supatra River House. (2562). สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/eat/557>.



#### 1.4) บาร์เครื่องดื่ม เอาใจคนรักการดื่มท่ามกลางสายน้ำแห่งเจ้าพระยา

ภาพที่ 5.7: ตัวอย่างบาร์เครื่องดื่ม



ที่มา: Gourmet & Cuisine. (2560). *Brewski บาร์คราฟต์เบียร์ที่สูงที่สุดในกรุงเทพฯ*. สืบค้นจาก [https://www.gourmetandcuisine.com/going\\_out\\_eating/detail/135](https://www.gourmetandcuisine.com/going_out_eating/detail/135).

#### 5.10 กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ

##### กลยุทธ์ในการเริ่มกิจการ (การลงทุน)

จัดทำฐานข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อใส่ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เพื่อการดูแล นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาใช้บริการให้ตรงกับลักษณะพฤติกรรมในครั้งต่อไปอย่างยั่งยืน

##### ตัวอย่างกิจกรรม

พัฒนาธุรกิจโดยใช้กิจกรรมเป็นสิ่งดึงดูดโดยใช้เอกลักษณ์ทางธรรมชาติของบางกระเจ้า แม่น้ำเจ้าพระยา สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เช่น วัด ห้างสรรพสินค้า ตลาด ชุมชน แหล่งบันเทิง และสถานที่สำคัญในจังหวัดใกล้เคียง โดยมีการติดต่อสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

##### ตัวอย่างกิจกรรมทัวร์วัฒนธรรมล่องแม่น้ำเจ้าพระยา (The River Culture Tour)

กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยเรือและจักรยาน ท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำเจ้าพระยาสู่จังหวัดอยุธยา ท่องเที่ยววัดต่างๆ ทางประวัติศาสตร์ พร้อมรับประทานอาหารท่ามกลางสายน้ำยามค่ำคืน

ภาพที่ 5.8: ตัวอย่างกิจกรรมทัวร์วัฒนธรรมล่องแม่น้ำเจ้าพระยา (The River Culture Tour)



ที่มา: ปิ่น บุตรี. (2562). *ปั่นเลียบบางกอกนครพนม ชมวิวงามลาว-ไทย ตื่นตาไฮไลต์ใหม่ “พญาศรีสัตตนาคราช”*. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel/detail/9600000005617>.

ภาพที่ 5.9: ตัวอย่างกิจกรรมการล่องเรืออยุธยา ไหว้พระ 9 วัด



ที่มา: ท่าเรือป่าอ้วน. (2562). *บริการนั่งเรือรอบเกาะอยุธยา ไหว้พระ 9 วัด*. สืบค้นจาก <https://www.ayutthayatravel.com/>.

ภาพที่ 5.10: ตัวอย่างกิจกรรมล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา



ที่มา: 9 ร้านล่องเรือ แม่น้ำเจ้าพระยา ชมวิวกรุงเทพฯ ยามค่ำคืน สุดโรแมนติก. (2560). สืบค้นจาก <http://travel.trueid.net/detail/wKGXpBadYpw>.

### ตัวอย่างเส้นทางไหว้พระ 9 วัด

วัดใหญ่ชัยมงคล, วัดพนัญเชิงวรวิหาร, วิหารพระ, มงคลบพิตร, วัดแม่นางปลื้ม, วัดธรรมมิกราช, วัดหน้าพระเมรุ, วัดเชิงท่า, วัดท่าการ้อง, วัดกษัตราธิราชวรวิหาร

ภาพที่ 5.11: ตัวอย่างเส้นทางไหว้พระ 9 วัด



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นจาก <https://www.tourismthailand.org>.

### ตัวอย่างกิจกรรมทัวร์จักรยาน (Wonderful Bangkok)

กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยจักรยานเพื่อท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น วัด ร้านอาหาร ตลาด ชุมชน เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถเปลี่ยนเส้นทางในแต่ละเดือนเพื่อสร้างความน่าสนใจในเส้นทางใหม่แก่ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน

ภาพที่ 5.12: ตัวอย่างกิจกรรม Wonderful Bangkok



ที่มา: บันจักรยาน รอบกรุง(กลางคืน). (2557). สืบค้นจาก <https://pantip.com/topic/32871659>.

### ตัวอย่างเส้นทางกิจกรรม 39 กิโลเมตร

สวนสุขภาพลัดโพธิ์, แยกพระประแดง, วงเวียนใหญ่, พระบรมราชวัง, พระราชวังสนามดุสิต, อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย, สะพานพระปกเกล้า

ภาพที่ 5.13: เส้นทางกิจกรรม 39 กิโลเมตร



ที่มา: สถานีโทรทัศน์ ThaiPBSNews. (2561). 10 เส้นทางปั่นจักรยาน “Bike อุ่นไอรัก”. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=uWtAZw7WScw>.

### สุขภาพ

พัฒนาธุรกิจโดยส่งเสริมสุขภาพด้วยสปาสมุนไพร นวดแผนโบราณ ชวนา สร้างความผ่อนคลายเป็นทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพ

### อาหาร เครื่องดื่ม

สร้างบรรยากาศด้วยร้านอาหารริมน้ำพร้อมเครื่องดื่ม สร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวภายในและภายนอกเป็นช่องทางสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมธุรกิจ

### กลยุทธ์ระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 1 ปี)

1. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์
2. ปรับเส้นทางการทำกิจกรรมเพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว
3. นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ข้อมูล ความรู้ ควบคุมการท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์
4. สร้างโปรโมชั่นแพ็คเกจให้เชื่อมโยงกับสินค้าและบริการ
5. จัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญ



ภาพที่ 5.14: ตัวอย่างกิจกรรมพิเศษ



ที่มา: กิจกรรมปั่นน้ำใจให้น้องครั้งที่ 4. (2560). สืบค้นจาก  
<http://www.punpunbikeshare.com/?p=3055>.

#### กลยุทธ์ระยะกลาง (ภายในระยะเวลา 3 ปี)

1. ขยายพันธมิตรเชื่อมโยงทางธุรกิจท่องเที่ยว
2. ขยายเส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยว โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. สร้างกิจกรรมในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว
4. สร้างศูนย์กลางการปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยว เชื่อมโยงไปสู่

พันธมิตรทางธุรกิจ

#### กลยุทธ์ระยะยาว (ภายในระยะเวลา 5-10 ปี)

1. สร้างสาขาเพิ่มสู่จังหวัดที่โดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว
2. เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวสู่สาขาธุรกิจ
3. ขยายพันธมิตรทางธุรกิจสู่ภาคต่างๆ เป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว
4. สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปทั่วประเทศ เพียงแค่คลิกเดียว

## บทที่ 6 งบการเงิน

รายละเอียดเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจโรงแรมโฮมสเตย์ จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ จึงทำให้เกิดการกำหนดกลยุทธ์การวางแผนทางการตลาด การวางแผนการดำเนินงาน การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแผนการเงินเพื่อประเมินสถานการณ์ทางการเงินและความสามารถในการทำกำไร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 6.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน
- 6.2 การบริหารเงินทุนในโครงการ
- 6.3 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร
- 6.4 การประมาณยอดขาย
- 6.5 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน (งบกระแสเงินสด)
- 6.6 สรุปผลตอบแทน

### 6.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน

ธุรกิจธุรกิจโรงแรมโฮมสเตย์ ได้มีสมมติฐานทางการเงิน ดังนี้

1. บริษัทสามารถดำเนินการให้ดำรงอยู่ได้ โดยจะไม่ประสบภาวะขาดสภาพคล่องทางการเงิน
2. บริษัทจะสามารถมีผลตอบแทนของบริษัท มากกว่าผลตอบแทนของเงินทุน และสามารถก่อให้เกิดกำไรในการดำเนินธุรกิจ
3. บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้สินต่อธนาคาร

### 6.2 การบริหารเงินทุนในโครงการ

เป็นธุรกิจที่ลงทุนในสินทรัพย์เป็นหลัก โดยการเน้นลงทุนเกี่ยวกับการก่อสร้างที่พัก ผู้วิจัยได้เลือกการลงทุนเป็นมูลค่า 23,100,000 บาท (ยี่สิบสามล้านหนึ่งแสนบาท)



ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายการ	มูลค่า (บาท)
ค่าจดทะเบียนบริษัท	30,000
ค่าที่ดิน	15,000,000
ค่าก่อสร้างที่พัก ร้านอาหาร สปา	5,000,000
ค่าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง	2,000,000
ค่าสำรองจ่าย	1,000,000
ค่าที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย	35,000
ค่าที่ปรึกษาทางการเงิน	35,000
<b>รวม</b>	<b>23,100,000</b>

### 6.3 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ที่จะขึ้น 5% ค่าเสื่อมสำหรับการบำรุงรักษา สถานที่ บริการ อัตราค่าเสื่อม 2% ต่อปี

ตารางที่ 6.2: ตารางแสดงค่าสาธารณูปโภค

ประเภท	มูลค่า (บาท/เดือน)	มูลค่า (บาท/ปี)
ค่าไฟ	25,000	300,000
ค่าน้ำ	12,000	144,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	1,000	12,000
ค่าโทรศัพท์	2,000	24,000
<b>รวม</b>	<b>40,000</b>	<b>480,000</b>

ตารางที่ 6.3: ตารางแสดงค่าประชาสัมพันธ์

ประเภท	มูลค่า (บาท/เดือน)	มูลค่า (บาท/ปี)
ค่าผลิตและติดตั้งป้ายโฆษณา	5,000	60,000
ค่าทำเว็บไซต์	17,500	210,000
ค่าโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	250,000	3,000,000
<b>รวม</b>	<b>272,500</b>	<b>3,270,000</b>

ตารางที่ 6.4: ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราค่าจ้าง/เดือน	รวม (บาท)	มูลค่า/ปี
ผู้จัดการ	1	40,000	40,000	480,000
พนักงานบัญชี	1	20,000	20,000	240,000
พนักงานเคาเตอร์	2	20,000	40,000	480,000
พนักงานทำความสะอาด	3	9,000	27,000	324,000
ช่างซ่อม	1	12,000	12,000	144,000
พ่อดครัว	1	15,000	15,000	180,000
พนักงานเสิร์ฟ	3	9,500	28,500	342,000
พนักงานสปา	1	9,000	9,000	108,000
หมอนวด	4	9,000	36,000	432,000
ไกด์ทัวร์	2	20,000	40,000	480,000
ประสานงาน	2	20,000	40,000	480,000
<b>รวม</b>	<b>20</b>		<b>307,500</b>	<b>3,690,000</b>

## 6.4 การประมาณยอดขาย

ตารางที่ 6.5: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ต่อปี

ประเภทสินค้าและบริการ	มูลค่ากำไร/ปี
ห้องพัก	5,702,402
กิจกรรมทัวร์จักรยาน	9,722,884
สปาขนาดสมุนไพร	314,400
ร้านอาหาร บุฟเฟ่ต์ ชาบู เครื่องดื่ม	7,891,923

### ห้องพัก

ที่พักมี 3 ราคาให้เลือก 1,200 1,800 2,500 ต่อ 1 วัน มีทั้งหมด 20 ห้อง แต่ละห้องแตกต่างกันด้วย ขนาดของห้อง ความหรูหรา และวิวทิวทัศน์ ภายในห้องประกอบด้วย เฟอร์นิเจอร์ครบชุด พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ได้แก่ โทรทัศน์ แอร์ ไม้กวาดพื้น กระติกน้ำร้อนไฟฟ้า ตู้เย็น เป็นต้น

### กิจกรรมทัวร์จักรยาน

ทัวร์กิจกรรม มี 2 ราคาให้เลือก 1,000 1,500 ต่อ 1 วัน ตามลักษณะของกิจกรรมและมีรายได้จากบริการเสริมต่างๆ รูปแบบกิจกรรมมี 2 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 ทัวร์จักรยาน Wonderful Bangkok

กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยจักรยานเพื่อท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น วัด ร้านอาหาร ตลาด ชุมชน เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถเปลี่ยนเส้นทางในแต่ละเดือนเพื่อสร้างความน่าสนใจในเส้นทางใหม่แก่ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน

รูปแบบที่ 2 ทัวร์จักรยาน River culture

กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยเรือและจักรยาน ท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำเจ้าพระยา สู่จังหวัดอยุธยา ท่องเที่ยววัดต่างๆ ทางประวัติศาสตร์ พร้อมรับประทานอาหารท่ามกลางสายน้ำยามค่ำคืน

### สปาขนาดสมุนไพร

สร้างความผ่อนคลายด้วยการนวดเพื่อสุขภาพโดยใช้สมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย พร้อมด้วยชาสมุนไพร สปาขนาดค่าบริการ 1 ชั่วโมง 200 บาท ชาวน้ำค่าบริการครึ่งละ 100 บาท

### ร้านอาหาร บุฟเฟ่ต์ ชาบู เครื่องดื่ม

สร้างบรรยากาศด้วยร้านอาหารริมน้ำพร้อมเครื่องดื่มเป็นช่องทางสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมธุรกิจ บุฟเฟ่ต์ ชาบู ราคาคนละ 199 บาท อาหารตามสั่ง 60-80 บาท เครื่องดื่มมีบริการ กาแฟ น้ำผลไม้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ 6.6: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีดีเกินคาด (Best Case)

ประเภท (รายได้)	รายได้ปีที่ 1	รายได้ปีที่ 2	รายได้ปีที่ 3	รายได้ปีที่ 4	รายได้ปีที่ 5
ห้องพัก	5,702,402	5,987,522	6,286,898	6,601,242	6,931,304
กิจกรรมทัวร์ จักรยาน	9,722,884	10,209,028	10,719,479	11,255,452	11,818,224
สปา นวด สมุนไพร	314,400	330,120	346,626	363,957	382,154
ร้านอาหาร บุฟเฟ่ต์ ชาบู เครื่องดื่ม	7,891,924	8,286,519	8,700,844	9,135,886	9,592,682
<b>รวม</b>	<b>23,631,000</b>	<b>24,812,000</b>	<b>26,052,600</b>	<b>27,355,230</b>	<b>28,722,990</b>

ตารางที่ 6.7: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)

ประเภท (รายได้)	รายได้ปีที่ 1	รายได้ปีที่ 2	รายได้ปีที่ 3	รายได้ปีที่ 4	รายได้ปีที่ 5
ห้องพัก	5,112,002	5,367,602	5,635,982	5,917,781	6,213,670
กิจกรรมทัวร์ จักรยาน	8,354,884	8,772,628	9,211,259	9,671,821	10,155,412
สปา นวด สมุนไพร	314,400	330,120	346,626	363,957	382,154

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)

ประเภท (รายได้)	รายได้ปีที่ 1	รายได้ปีที่ 2	รายได้ปีที่ 3	รายได้ปีที่ 4	รายได้ปีที่ 5
ร้านอาหาร บุฟ เฟต์ ชาบู เครื่องดื่ม	7,891,924	8,286,519	8,700,844	9,135,886	9,592,682
<b>รวม</b>	<b>21,673,211</b>	<b>22,756,871</b>	<b>23,894,714</b>	<b>25,094,500</b>	<b>26,349,225</b>

ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงสมมติฐานรายได้ในกรณีย่ำแย่ (Worst Case)

ประเภท (รายได้)	รายได้ปีที่ 1	รายได้ปีที่ 2	รายได้ปีที่ 3	รายได้ปีที่ 4	รายได้ปีที่ 5
ห้องพัก	5,112,002	5,367,602	5,635,982	5,917,781	6,213,670
กิจกรรมทัวร์ จักรยาน	5,546,883	5,824,227	6,115,438	6,421,209	6,742,269
สปาขนาดสมุนไพร	314,400	330,120	346,626	363,957	382,154
ร้านอาหาร บุฟ เฟต์ ชาบู เครื่องดื่ม	7,891,924	8,286,519	8,700,844	9,135,886	9,592,682
<b>รวม</b>	<b>18,865,211</b>	<b>19,808,471</b>	<b>20,798,894</b>	<b>21,838,838</b>	<b>22,930,779</b>

#### 6.5 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน (งบกระแสเงินสด)

ในส่วนของการวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืนนี้แสดงถึงกระแสเงินสดที่ใช้เป็นเครื่องมือตรวจสอบสภาพคล่องในการดำเนินงานงบแสดงสถานะทางการเงิน แบ่งออกเป็น 3 กรณี ดังนี้

กรณีดีเกินคาด (Best Case)

กรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)

กรณีย่ำแย่ (Worse Case)

## 6.6 สรุปผลตอบแทน

สรุปผลตอบแทนผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและรายได้ทางการเงินในโครงการจัดตั้งธุรกิจโรงแรมแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับกิจกรรมทัวร์จักรยาน เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไรของโครงการ และได้ผลสรุปตอบแทนทางการเงิน โดยใช้เครื่องมือชี้วัดข้อมูลทางการเงิน ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

เพื่อให้ทราบถึงความคุ้มค่าในการลงทุนในโครงการ เพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการลงทุนและใช้เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจในอนาคต ผลการเปรียบเทียบกำไรสุทธิ และกระแสเงินสดพบว่า โครงการจัดตั้งธุรกิจโรงแรมแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับกิจกรรมทัวร์จักรยาน มีความสามารถในการเริ่มทำกำไรได้ตั้งแต่ปีที่ 1 และเพิ่มขึ้นทุกปี กิจกรรมมีสภาพคล่องในการบริหารจัดการเงินสด

ตารางที่ 6.9: ตารางเปรียบเทียบกระแสเงินสดสุทธิ

ประเภท (รายได้)	รายได้ปีที่ 1	รายได้ปีที่ 2	รายได้ปีที่ 3	รายได้ปีที่ 4	รายได้ปีที่ 5
กรณีดีเกินคาด (Best Case)	-15,413,125	-7,181,069	625,212	10,035,973	20,083,024
กรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)	-16,440,964	-9,287,851	-2,614,460	5,609,418	14,410,242
กรณีแย่ (Worst Case)	-17,915,164	-12,309,961	-7,261,875	-747,221	6,258,919



### ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 6.10: ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุน

ประเภท (รายได้)	ระยะเวลาคืนทุน
กรณีดีเกินคาด (Best Case)	2 ปี 11 เดือน
กรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)	3 ปี 11 เดือน
กรณีแย่ (Worst Case)	4 ปี 11 เดือน

### มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

ตารางที่ 6.11: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

	กรณีดีเกินคาด (Best Case)	กรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)	กรณีแย่ (Worst Case)
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	12,486,366	7,799,948	1,066,962

### อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

ตารางที่ 6.12: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

	กรณีดีเกินคาด (Best Case)	กรณีเป็นไปได้ตามคาด (Most Likely Case)	กรณีแย่ (Worst Case)
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	23.91%	17.69%	8.11%

สรุปผลตอบแทนทางการเงินของจัดตั้งโครงการธุรกิจโรงแรมแบบโฮมสเตย์ควบคู่กับกิจกรรมทัวร์จักรยาน ทางโครงการลงทุนในสินทรัพย์ในการดำเนินธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นรายได้จากขายจะมีผลกระทบโดยตรงต่อโครงการ ซึ่งในกรณีนี้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนจากทรัพย์สินในกรณีที่เป็นไปได้

ได้มากที่สุด 2 ปี 11 เดือน มูลค่าปัจจุบัน 1,564,704 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 17.69% เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบอื่นๆ รวมกันหลายด้านแล้ว จะเห็นได้ว่าโครงการนี้มีความเหมาะสมที่จะลงทุน เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจค่อนข้างมาก ความเสี่ยงปานกลาง ผลตอบแทนคุ้มค่า



## บทที่ 7

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุปการวิจัย

##### 7.1.1 สรุปผลวิจัย

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจและนักท่องเที่ยว เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ” ได้สรุปผลไว้ดังนี้

ผลจากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ การใช้สื่อของผู้ประกอบการยังคงใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ แต่ยังไม่ได้ทำการตลาดอย่างจริงจัง ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่เสนอผ่านสื่อยังคงเป็นข้อมูลเก่าๆ ไม่มีการอัปเดตเท่าที่ควรซึ่งจำเป็นต้องมีผู้ดูแลแฟนเพจหรือเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลพื้นฐาน เช่น เส้นทาง การเดินทาง สถานที่ทำกิจกรรม โปรโมชั่นและคอยอัปเดตข่าวสารต่างๆ อีกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครบถ้วนซึ่งสุดท้ายก็ทำให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องติดต่อสอบถามรายละเอียด ดังนั้นควรพัฒนาด้านการใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งด้านข้อมูลของการท่องเที่ยวต้องนำเสนอให้ชัดเจน นำเสนอเอกลักษณ์สิ่งที่น่าสนใจ บริการขั้นพื้นฐาน ราคา โปรโมชั่นของการใช้บริการให้ชัดเจน

ผลจากการศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า นั้นมีพื้นที่ สภาพแวดล้อม เหมาะแก่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การพักผ่อน การทำกิจกรรม ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ แต่ขาดความหลากหลายของกิจกรรมและบริการทำให้ได้รับความนิยมน้อยลง ซึ่งผู้ประกอบการยังไม่สร้างความโดดเด่นด้านธุรกิจยังอาศัยกิจกรรมหรือสถานที่ของบางกะเจ้าทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการน้อย แต่ด้วยลักษณะพื้นที่ที่เป็นแหล่งของธรรมชาติและใกล้กับตัวกรุงเทพฯ จึงยังได้รับความนิยมนเฉพาะกลุ่ม ซึ่งบางกระเจ้าก็ยังไม่มีการพัฒนาด้านกิจกรรมหรือการจัดการพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมทำให้บางกะเจ้าไม่ใช่สถานที่ที่สำคัญของการท่องเที่ยว

ผลจากการศึกษาการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บางกะเจ้ามีพื้นที่ในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสถานที่พัก ร้านอาหาร หรือกิจกรรม รองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการเดินทางยังสะดวกสบายในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่ ข้อมูลแผนที่ที่ถูกต้อง ป้ายบอกทาง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะเพื่อสร้างความสะดวกสบาย แต่การจัดให้บางกะเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต้องมีการปรับปรุงพื้นที่ให้ได้มาตรฐานในการ

ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็สถานที่ท่องเที่ยว จุดบริการนักท่องเที่ยว นั้นต้องได้มาตรฐาน หรือกิจกรรมที่ หลากหลายให้นักท่องเที่ยวหลายๆกลุ่ม สร้างความน่าสนใจ ปรับปรุง แก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ ให้เป็น รูปธรรมและทำการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวด้วยการสื่อสารรูปแบบต่างๆ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลบาง กะเจ้า ด้านสื่อดั้งเดิม ผู้ประกอบการใช้สื่อ โบรชัวร์ การบอกต่อ นักท่องเที่ยวใช้สื่อ โทรศัพท์ การบอก ต่อจากเพื่อนนำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเอง ด้านสื่อใหม่ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้สื่อ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์

### 7.1.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าสิ่งที่สำคัญของการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ คือการ เลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารตามพฤติกรรมการรับเปิดรับข่าวสาร ซึ่งจำแนกช่องทางการใช้สื่อจาก กลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารสามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ง่าย กลยุทธ์การสื่อสารจึงมีส่วนสำคัญเพื่อสร้างเนื้อหาการโน้มน้าวใจ การ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม โปรโมชัน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถเห็นได้ในหลายๆธุรกิจ แต่สิ่งที่แตกต่างกัน คือ จุดเด่นของธุรกิจ กิจกรรมของธุรกิจ ที่จะสร้างความน่าสนใจร่วมกับการใช้เครื่องมือการสื่อสารที่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนั้นการสร้างธุรกิจ กิจกรรมที่น่าสนใจจะเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ผู้ประกอบการในบางกะเจ้าเลือกใช้สื่อด้านสื่อดั้งเดิม โบรชัวร์ การบอกต่อ นักท่องเที่ยวใช้สื่อ โทรศัพท์ การบอกต่อจากเพื่อนนำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเอง ด้านสื่อใหม่ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้สื่อ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฅณัฐชา ผลบุญ (2552) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการบนสื่ออินเทอร์เน็ต ในประเด็นที่ว่า พฤติกรรมการ รับเปิดรับข่าวสารมีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการใช้เครื่องมือสื่อสาร เนื้อหา กลุ่มเป้าหมายในการรับ เปิดรับข่าวสาร ซึ่งช่องทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร คือ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าสิ่งสำคัญของการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ คือจุดเด่นของลักษณะด้านพื้นที่มา เป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมพร้อมกับการสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น แผนที่ ห้องน้ำ สถานที่พัก ร้านอาหารเครื่องดื่ม เป็นต้น โดยสิ่งสำคัญของการทำกิจกรรม คือ ลักษณะรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างกิจกรรมที่สามารถเข้าถึงและสามารถให้ ประชาชนทั่วไปสามารถร่วมทำได้ เช่น การปั่นจักรยาน พายเรือ เป็นต้น และสิ่งที่จะทำให้เรา สามารถสร้างกลุ่มลูกค้าได้คือการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญในการปรับปรุง พัฒนาขีด ความสามารถของการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราภรณ์ เถรวัตรและธง คำเกิด (2560) ในประเด็นที่ว่า การสร้างรูปแบบกิจกรรมนันทนาการเพื่อ

การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ กิจกรรมนันทนาการควรมีความหลากหลายรูปแบบเพื่อความเหมาะสมและความชอบของผู้บริโภค

จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ พบว่าสิ่งสำคัญในการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นั้นคือการมุ่งถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก การเอาใจใส่ลูกค้าซึ่งเป็นพื้นฐานของการบริการแต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่คำนึงเท่าที่ควร ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ แผนที่ รถบริการรับส่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือการสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเพื่อให้ได้ทำกิจกรรมหรือพักผ่อนได้อย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร พึ่งเนตร์ (2556) ในประเด็นที่ว่า การบริการคือการคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก การเอาใจใส่ลูกค้าและการจัดการอย่างเป็นระบบ

### 7.1.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรปราการ การเลือกกลุ่มเป้าหมายให้เข้ากับธุรกิจที่เลือกสำคัญมากจะส่งผลต่อการเลือกเครื่องมือสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายทั้งผู้บริโภคและคู่แข่ง เปรียบเสมือนดาบสองคม ดังนั้นนอกจากจะต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการแล้วต้องเลือกเนื้อหาให้เหมาะสม โดดเด่น น่าสนใจในการนำเสนอผ่านเครื่องมือการสื่อสาร การสร้างกิจกรรม โปรโมชัน จะสร้างความน่าสนใจในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การนำเสนอภาพหรือ วิดีโอจากการทำกิจกรรมของผู้ใช้บริการจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกของผู้ใช้บริการ จึงควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และผู้ดูแลคอยอัปเดต แจ้งข้อมูลข่าวสาร เพราะถือว่าเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างกิจกรรมนันทนาการควรมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งต้องมียุทธศาสตร์ประกอบมากมายดังนั้นการตั้งศักยภาพสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเป็นสิ่งสำคัญในการยืดหยุ่นของกิจกรรม สามารถลดภาระ หรือสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการรายอื่น จะสร้างความหลากหลายให้เป็นทางเลือกในการทำกิจกรรมได้ ดังนั้นการเชื่อมโยงองค์ประกอบเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่จะสร้างความแตกต่างและโน้มน้าวใจแก่นักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดรูปแบบการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากทางผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการบริการลูกค้าซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการบริการแล้ว ภาครัฐเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการบริการนักท่องเที่ยวในหลายๆ มิติ ไม่ว่าจะเป็นการจัดระเบียบพื้นที่ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว ความปลอดภัย เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างให้บางกะเจ้ากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ครบวงจร เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการ

พัฒนาพื้นที่ ให้เอกชนเข้ามาบริหารจัดการโดยรัฐคอยกำกับดูแล จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพ

## 7.2 บทสรุปทางธุรกิจ

### 7.2.1 สรุปผลทางธุรกิจ

บริษัทมีการวางแผนโครงการลงทุนภายใต้แผนธุรกิจโรงแรมแบบโฮมสเตย์ โดยมีกิจกรรมและการบริการดังนี้

กิจกรรมทัวร์วัฒนธรรมล่องแม่น้ำเจ้าพระยา (The River Culture Tour) กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยเรือและจักรยาน ท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำเจ้าพระยาสู่จังหวัดอยุธยา ท่องเที่ยววัดต่างๆ ทางประวัติศาสตร์ พร้อมรับประทานอาหารท่ามกลางสายน้ำยามค่ำคืน

กิจกรรมปั่นจักรยาน (Wonderful Bangkok) กิจกรรมนี้จะเน้นการเดินทางด้วยจักรยานเพื่อท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น วัด ร้านอาหาร ตลาด ชุมชน เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถเปลี่ยนเส้นทางในแต่ละเดือน เพื่อสร้างความน่าสนใจในเส้นทางใหม่แก่ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน

ซึ่งกิจกรรมปั่นจักรยานนี้สามารถเปลี่ยนเส้นทางหรือรูปแบบการเดินทางเพื่อนำไปสู่ประสบการณ์ใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวโดยใช้สภาพแวดล้อมของบางกะเจ้าที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติกับกรุงเทพและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเลือกใช้เอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ให้เกิดความยืดหยุ่นของกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว นอกจากนี้เรายังมีบริการห้องพัก ร้านอาหารเครื่องดื่ม บุฟเฟ่ต์ชาบู สปา นวดสมุนไพร เอาไว้บริการให้ลูกค้าที่ต้องการการพักผ่อนอีกด้วย อีกทั้งเรายังมีแผนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจตามเส้นทางของกิจกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสและความน่าสนใจในการทำกิจกรรม ทั้งนี้ทางบริษัทได้คำนึงถึงการบริการลูกค้าที่เคยมาใช้บริการจึงมีแผนงานในการจัดเก็บข้อมูลลักษณะพฤติกรรมเพื่อรวบรวมไว้ใช้ในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อการใช้บริการอย่างยั่งยืน

### 7.2.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของโครงการ

ด้วยหลักสูตรการเรียนสาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต (Entertainment Management) ทำให้รู้จักการสร้างความแตกต่างของธุรกิจโดยใส่ความบันเทิงลงไปในที่นี้คือการสร้างกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการ ไม่ได้เพียงมาใช้บริการที่พักของเราแต่ยังมีประสบการณ์ร่วมผ่านกิจกรรม ซึ่งการนำทรัพยากรรอบๆ ตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ ดังนั้นนอกจากการวางแผนธุรกิจที่รอบคอบแล้วการสร้างความแตกต่างขึ้นอยู่กับการสร้างสรรค์ทางความคิด การคำนึงถึงกิจกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญในการอยู่รอดและแก้ปัญหาในทางธุรกิจ การเก็บข้อมูลผู้บริโภคจะทำให้เราเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรง

จุด ด้วยพิชเชษฐกิจปัจจุบันการปรับตัว ชีตความสามารถในการยืดหยุ่นของธุรกิจจะช่วยลดภาระสร้างโอกาสให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน

### 7.2.3 การบริหารความเสี่ยง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยง เพื่อวางแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสถาบัน โดยแบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) กรณีที่การบริหารความเสี่ยงได้กำรน้อยที่สุด (Worst case) ซึ่งจะต้องวิเคราะห์และตรวจสอบผล เพื่อที่จะได้นำผลมาวางแผนและหาแนวทางป้องกันหรือแก้ไขปัญหา ซึ่งในเบื้องต้นจะทำให้การลดต้นทุนของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ลดจำนวนการจัดกิจกรรม ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือลดจำนวนพนักงาน ซึ่งอาจจะจ้างพนักงานในรูปแบบชั่วคราวแทนพนักงานประจำ

2) กรณีที่การบริหารความเสี่ยงได้กำรมากที่สุด (Best Case) ซึ่งต้องดำเนินการทำการวิจัยและพัฒนาการกิจกรรม วิเคราะห์และตรวจสอบผล เพื่อที่จะได้นำผลมาวางแผนและหาแนวทางขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ มีธุรกิจที่หลากหลายประเภทและสาขามากขึ้น เช่น การเปิดสาขาใหม่ตามภาคต่างๆ ให้สามารถเชื่อมโยงและเดินทางไปทำกิจกรรมในเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นต้น และเพิ่มเติมบุคลากรให้สอดคล้องกับงานและกลุ่มเป้าหมายของ

### 7.2.4 แผนงานในอนาคต

มุ่งเน้นการเชื่อมโยงธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวตามต่างจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ให้เป็นเครือข่าย มีการจัดการให้สามารถทำกิจกรรมหรือเข้าพักเพียงแค่คลิกเดียวจากลูกค้า ด้วยการขยายพื้นที่จะสามารถนำเสนอรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบโดยสร้างพันธมิตรธุรกิจให้เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผ่านศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีแผนการให้เป็นตัวกลางระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีผ่านแอปพลิเคชันมาเป็นช่องทางการสื่อสาร การให้ข้อมูล การนำเสนอรูปแบบกิจกรรม และช่วยในการจัดการ

### 7.2.5 สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

ตารางที่ 7.1: ตารางสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

สรุปผลตอบแทนทางการเงิน	Best case	Most likely case	Worst case
Payback Period (Years)	2 ปี 11 เดือน	3 ปี 11 เดือน	4 ปี 11 เดือน
รายได้	23,631,000	21,673,211	18,865,211
กำไรสุทธิ	3,066,875	2,039,036	564,836

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.1 (ต่อ): ตารางสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

สรุปผลตอบแทนทางการเงิน	Best case	Most likely case	Worst case
กระแสเงินสดสุทธิ	20,083,024	14,410,242	6,258,919
NPV (Baht): ปีที่ 5	12,486,366	7,799,948	1,066,962
IRR (%)	23.91%	17.69%	8.11%



### บรรณานุกรม

- กมลลา ชินพงศ์. (2532). *การประเมินมูลค่าทางนันทนาการ: กรณีศึกษาสวนจตุจักร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กาญจนา ทองทั่ว, สีหา มงคลแก้ว, วิจัย กอมนิ และราชนันท์ ไชยโอชะ. (2545). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านวังอ้อ ตำบลหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). *กรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ. 2550-2554*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. สืบค้นจาก <https://www.tourismthailand.org>.
- กิจกรรมปั่นน้ำใจให้น้องครั้งที่ 4. (2560). สืบค้นจาก <http://www.punpunbikeshare.com/?p=3055>.
- กุลธิดา เขวงวรรณ และกัลยกร วรกุลัญญาณี. (2558). *การวางแผนสื่อสำหรับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมในยุคดิจิทัล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). *ความหมายของนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2549). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศรีพริ้นท์ติ้งเซ็นเตอร์.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ และ สุดาพร สาวม่วง. (2558). *รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย*. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์น เอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5, 210-222.
- จองห้องพักห้องมาตรฐาน. (2562). สืบค้นจาก <https://mju-phrae-homestay.weebly.com/>.
- จรินทร์ ธาณรัตน์. (2528). *นันทนาการชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- จิตราภรณ์ เถรวัตรและธง คำเกิด. (2560). *การสร้างรูปแบบกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารวิชาการนวัตกรรม การสื่อสาร*, 83-99.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *การวางแผนและการจัดนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วิรัตน์เอ็ดดูเคชั่น.

- ชมพูนุท โมราชาติ. (2548) *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชนกรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลรัฐชา ผลบุญ. (2552). *กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการบนสื่ออินเทอร์เน็ตกรณีศึกษา: www.officemate.co.th*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ. (2558). *อิทธิพลของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เกม Dota 2 และ League of Legends*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงพร โรจน์เจริญวัฒนา. (2543). *ทัศนคติของผู้มาท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ที่พักรู้เกิด - แนะนำ 10 โรงแรม รีสอร์ท ที่พักรู้เกิดนิยมภูเก็ต. (2562). สืบค้นจาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/000357/lang/th/>.
- ท่าเรือป่าอ้วน. (2562). *บริการนั่งเรือรอบเกาะอยุธยา ไขว้พระ 9 วัด*. สืบค้นจาก <https://www.ayutthayatravel.com/>.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). *การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานจุดเริ่มต้นของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการประชุมเทศกาลการท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ธเนตร ตัญญาวงษ์. (2554). *ผลของกิจกรรมนันทนาการเพื่อเสริมสร้างการเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กภาพวาดที่ได้รับผลกระทบจากเอดส์บ้านแก่งดำ จังหวัดลพบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2544). *กลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร*. กรุงเทพฯ: ทิปป์ พอยท์.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2551). *Inside IMC เจาะลึกถึงแก่นไอเอ็มซี*. กรุงเทพฯ: ไอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- นวดแผนไทย (Fantastic Thai) ที่ บริษัท สป. (2562). *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/25612>.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.
- ประภาศรี อมรสิน. (2536). *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการขายและศิลปะการขายครั้งที่ 1*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ. (2541). *นันทนาการสำหรับครู*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีชญานันท์ นักพ่อน. (2547). *การศึกษากิจการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปัญญาสิทธิ์ สังขรัตน์. (2554). *การรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (functional drink) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร. (2555). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปิ่น บุตรี. (2562). *ปั่นเลียบโขงนครพนม ชมวิวงามลาว-ไทย ตื่นตาไฮไลต์ใหม่ “พญาศรีสัตตนาคราช”*. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel/detail/960000005617>.
- ปั่นจักรยาน รอบกรุง(กลางคืน). (2557). สืบค้นจาก <https://pantip.com/topic/32871659>. pantip
- ปั่นปั่นรอบบางกะเจ้า (Bang Krachao). (2559). สืบค้นจาก <https://pantip.com/topic/34868807>. pantip
- พงศธร พึ่งเนตร. (2556). *ภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พบรัก ณ บางน้ำผึ้ง ร้านน้ำผึ้งที่ชวนคุณวางเรื่องยุ่งๆ แล้วไปตกหลุมรักสมุทรปราการ. (2559). สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/scoop/6645/>.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัย

- พิมลพรรณ จันท์เจริญ และ ผู้แต่งคนอื่นๆ. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 75-79. ศรีนครินทร์วิโรฒ.
- ภคมน ภาสวัสดี. (2550). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มิศรา สามารถ. (2543). *รายงานผลการวิจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- รมิดา พูล วิลล่า (Ramida Pool Villa). (2562). สืบค้นจาก <http://th.ramidapoolvilla.com/>.
- วรพล สุทธิวาหนฤพุมิ, ภาคภูมิ สิงหสานิตย์ และ บุญญรัตน์ อยู่สุข. (2548). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2559). *การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- วารภรณ์ ฉัตรชาติชาติ. (2556). *กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิทยา ด่านอารังกุล. (2548). *อีเว้นท์มาแรง*. สืบค้นจาก <http://www.bkkonline.com/gen-business/6dec48.shtml>.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *ตาราหลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- วิลสา กลางณรงค์. (2543). *ทัศนคติของวัยรุ่นต่อการตลาดเชิงกิจกรรม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิพงษ์ ดงคำฟู. (2551). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เว็บไซต์ของ *let's go Biking Thailand*. (2557). สืบค้นจาก <https://www.letsgobikingthailand.com>.
- สุภัทรา ริเวอร์ เฮาส์: *Supatra River House*. (2562). สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/eat/557>.

- ศิริจรรยา ประพตติกิจ. (2553). *การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ตลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศุภกร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส เพรส.
- สถานีโทรทัศน์ ThaiPBSNews. (2561). *10 เส้นทางปั่นจักรยาน "Bike อุ่นไอรัก"*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=uWtAZw7WScw>.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). *การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมเกียรติ เนตรประเสริฐ. (2543). *กิจกรรมนันทนาการ*. นครสวรรค์: สถาบันราชภัฏนครสวรรค์.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2535). *นันทนาการชุมชนและโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2549). *Practical IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: แบรินด์ เอจ บুকส์.
- สุปัญญา ไชยชาวยุ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส เพรส.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2526). *คำบรรยายวิชาการจัดพื้นที่นันทนาการ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษวิทยา มหาวิทยาลัยศึกษาวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี เวชบุษกร. (2538). *ส่วนนันทนาการและสื่อความหมาย สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช*. สืบค้นจาก [http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).
- โสภาพ สมสุข. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid90>.
- หน้าหลักเฟซบุ๊ก Banmaerimnam Bangkrachao. (2559). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Banmaerimnam.Bangkrachao/>.

- หน้าหลักเฟซบุ๊กพabrik ณ บางน้ำผึ้ง. (2559). สืบค้นจาก  
<https://www.facebook.com/pobrakbangnampueng/>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระเจ้า. (2559). *ประวัติ และข้อมูลตำบล*. สืบค้นจาก  
<http://bangkachao.go.th/public/history/data/index/menu/22>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอนก หงษ์ทองคำ. (2542). *นันทนาการกับสังคม*. กรุงเทพฯ: คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- 9 ร้านล่องเรือ แม่น้ำเจ้าพระยา ชมวิวกรุงเทพ ยามค่ำคืน สุดโรแมนติก. (2560). สืบค้นจาก  
<http://travel.trueid.net/detail/wKGXpBadYpw>.
- Department of Thailand Tourism. (2014). *National Tourist Arrival to Thailand 2014 :  
by Nationality*. Retrieved from  
<http://www.tourism.go.th/view/1/%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B2/TH-TH/6921/>.
- Google Maps. (2562). *บางกระเจ้า*. สืบค้นจาก <https://www.google.com/maps/@13.6926296,100.5705578,7092m/data=!3m1!1e3>.
- Gourmet & Cuisine. (2560). *Brew ski บาร์คราฟต์เบียร์ที่สูงที่สุดในกรุงเทพฯ*. สืบค้นจาก  
[https://www.gourmetandcuisine.com/going\\_out\\_eating/detail/135](https://www.gourmetandcuisine.com/going_out_eating/detail/135).
- Tourism Authority of Thailand. (2010). *The 'personality' of Thailand*. Bangkok:  
Darnsitha.





### ภาคผนวก ก คำถามสำหรับผู้ประกอบการ

#### ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสาร การจัดกิจกรรมนันทนาการ

1. วัตถุประสงค์ แนวคิด มุมมอง ของการจัดตั้งธุรกิจ
2. ทำไมถึงได้สนใจทำธุรกิจนี้ที่บางกะเจ้า ช่วยอธิบาย
3. จุดเด่น เอกลักษณ์ ของบางกะเจ้า
4. ช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเยอะที่สุดและใช้บริการน้อยที่สุด อยู่ระหว่างเดือน  
อะไร
5. ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ช่วยอธิบาย
6. มีธุรกิจอื่นที่สนใจจะทำอีกไหม เช่นอะไรบ้าง เพราะเหตุใด
7. คุณคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่บางกะเจ้าเหมาะสมกับคนในสังคมเมืองหรือไม่ ช่วย  
อธิบาย
8. กลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังคือใคร
9. มีกิจกรรมที่โดดเด่น หรือ กิจกรรมพิเศษของธุรกิจ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง  
เพราะอะไรถึงมีกิจกรรมพิเศษ
10. ธุรกิจของคุณมีการส่งเสริมการขายอย่างไรเพื่อให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน ช่วยยกตัวอย่าง
11. มีการใช้สื่อดั้งเดิมประชาสัมพันธ์แบบใดบ้าง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การบอก  
ต่อ เป็นต้น แล้วได้ผลลัพธ์แบบใดช่วยอธิบาย
12. มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆอีกไหม เช่นอะไรบ้าง
13. มีกิจกรรมอื่นๆ ที่คิดว่าจะทำเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักและ  
ดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้บริการหรือไม่ ช่วยอธิบาย
14. การลงทุนในการสร้างธุรกิจมา คุณมีการลงทุนส่วนไหนมากที่สุด ความสำคัญของการ  
ลงทุนกับสิ่งนั้น
15. ระยะเวลาที่คุ้มทุนหรือได้กำไรจากการลงทุนใช้เวลากี่ปี
16. มีการจัดการเรื่องความเสี่ยงกับการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร ช่วย  
อธิบาย

## ส่วนที่ 2 รูปแบบการบริการ

1. ปัญหาของการเดินทางมาที่บางกะเจ้า ความสะดวกสบายในการเดินทาง
2. สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลด้านพื้นที่ ข้อมูลการท่องเที่ยว สารระความรู้ ความน่าสนใจ เพียงพอหรือไม่ ช่วยอธิบาย
3. สถานที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ทำกิจกรรม เพียงพอหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอมีวิธีการจัดการอย่างไร
4. สถานที่ที่อยากให้มีหรือปรับปรุงแก้ไขต่อไป
5. การต้อนรับของเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ดีหรือไม่ ช่วยอธิบาย
6. ความปลอดภัยของพื้นที่บางกะเจ้า เพียงพอหรือไม่ ช่วยอธิบาย
7. ผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือเจ้าหน้าที่มีข้อมูลเพียงพอหรือไม่ ช่วยอธิบาย
8. การบริการด้านใดควรแก้ไข ด้านกิจกรรม ด้านพื้นที่ ช่วยอธิบาย
9. คุณคิดว่าชุมชนบางกะเจ้าควรให้เจ้าหน้าที่รัฐควรเข้ามาช่วยจัดการให้บางกะเจ้าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรมหรือไม่ ช่วยอธิบาย

## ภาคผนวก ข คำถามสำหรับนักท่องเที่ยวนัก

### ส่วนที่ 1 การจัดกิจกรรมนันทนาการ

1. เพราะอะไรถึงมาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า สิ่งที่ดึงดูดหรือโดดเด่น สิ่งที่ประทับใจคืออะไร  
ช่วยอธิบาย
2. ทราบข้อมูลของบางกะเจ้าผ่านการสื่อสารแบบใด เช่น อินเทอร์เน็ต หรือ มีคนบอกบอก  
ต่อ
3. การเดินทาง การเข้าถึงบางกะเจ้า สะดวกหรือมีปัญหาหรือไม่ วิธีแก้ไข ช่วยอธิบาย
4. คุณคิดอย่างไรที่มีคนพูดว่าบางกะเจ้า คือ ปอดกรุงเทพ ช่วยอธิบาย
5. บางกะเจ้าเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือไม่ ช่วยอธิบาย
6. กิจกรรมแบบใดที่ท่านชื่นชอบ และอยากให้มีกิจกรรมนั้นในบางกะเจ้า เช่น ปั่นจักรยาน  
ท่องเที่ยว ตั้งแคมป์ ล่องแพหรือล่องเรือยาง ส่องสัตว์หรือดูนก การเดินป่า ปีนเขาหรือไต่เขา ศึกษา  
ธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต
7. ปัญหาที่พบหลังจากที่มาท่องเที่ยวที่บางกะเจ้า หรือเหตุการณ์ที่ไม่ประทับใจคืออะไร ช่วย  
อธิบาย
8. (จากข้อ 7) คุณมีข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาอย่างไร

## ส่วนที่ 2 รูปแบบการบริการ

1. สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลด้านพื้นที่ ข้อมูลการท่องเที่ยว สารระความรู้ ความน่าสนใจ เพียงพอหรือไม่
2. สถานที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ทำกิจกรรม เพียงพอหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอมีวิธีการจัดการอย่างไร
3. สถานที่ที่อยากให้มีหรือปรับปรุงแก้ไขต่อไป
4. การต้อนรับของเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ดีหรือไม่ ช่วยอธิบาย
5. ความปลอดภัยของพื้นที่บางกะเจ้า เพียงพอหรือไม่ ช่วยอธิบาย
6. ผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือเจ้าหน้าที่มีข้อมูลเพียงพอหรือไม่ ช่วยอธิบาย
7. การบริการด้านใดในบางกะเจ้าควรแก้ไข ด้านกิจกรรม ด้านพื้นที่ ด้านบุคลากร ช่วยอธิบาย
8. คุณคิดว่าชุมชนบางกะเจ้าควรให้เจ้าหน้าที่รัฐควรเข้ามาช่วยจัดการให้บางกะเจ้าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรมหรือไม่ ช่วยอธิบาย

## ภาคผนวก ค อธิบายคำศัพท์

### Database ฐานข้อมูลการเก็บข้อมูลการให้บริการของนักท่องเที่ยว

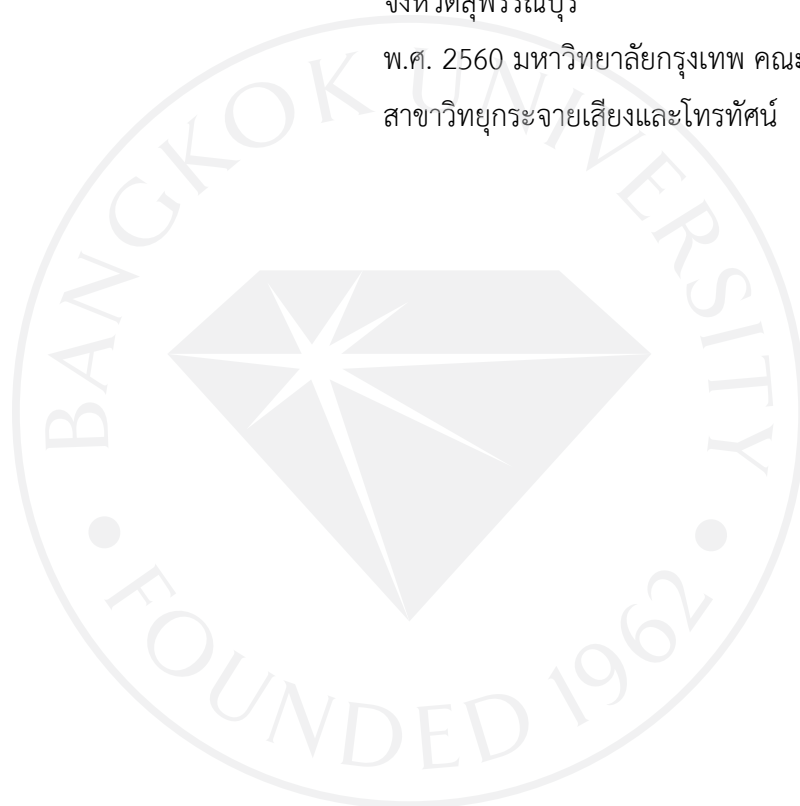
Database ฐานข้อมูล คือ กลุ่มของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้ โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยไม่ได้บังคับว่าข้อมูลทั้งหมดนี้จะต้องเก็บไว้ในแฟ้มข้อมูลเดียวกันหรือแยกเก็บหลายๆแฟ้มข้อมูล

ระบบฐานข้อมูล (Database System) คือ ระบบที่รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบมีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลต่างๆ ที่ชัดเจน ในระบบฐานข้อมูลจะประกอบด้วยแฟ้มข้อมูลหลายแฟ้ม ที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ และเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถใช้งานและดูแลรักษาป้องกันข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีซอฟต์แวร์ที่เปรียบเสมือนสื่อกลางระหว่างผู้ใช้และโปรแกรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ฐานข้อมูล เรียกว่า ระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ DBMS (data base management system) มีหน้าที่ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายสะดวกและมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้อาจเป็นการสร้างฐานข้อมูล การแก้ไขฐานข้อมูล หรือการตั้งคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลมา โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องรับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดภายในโครงสร้างของฐานข้อมูล

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงใช้ประโยชน์จาก Database เป็นฐานข้อมูลการเก็บข้อมูลการให้บริการของนักท่องเที่ยวไว้ในระบบคอมพิวเตอร์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการที่พึงพอใจและการจัดกิจกรรมเพื่อการใช้บริการที่ยั่งยืน

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	นายวีรชน สวयरูป
อีเมล	weerachon.suay@bumail.net
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 โรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย จังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ. 2560 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วิรัตน์ สุขขง อยู่บ้านเลขที่ 1712  
ซอย 1 ถนน 1 ตำบล/แขวง ดอนเมือง  
อำเภอ/เขต ดอนเมือง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600300680  
ระดับปริญญา  ดรี  โท  เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต  
คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้  
สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ /  
สารนิพนธ์หัวข้อ

กลยุทธ์การสร้างสรรค์แบบบูรณาการ = ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมท้องถิ่น  
ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าฉบับ 100% 100% สิ่งแวดล้อมที่ภาค

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด  
ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน  
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข  
อย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ  
ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้  
ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ  
อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... วีรชน สองรูป .....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( วีรชน สองรูป )

ลงชื่อ..... อัญญา .....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Signature] .....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... [Signature] .....พยาน  
(ดร.ปีเตอร์ กัน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร