
แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
Guidelines in Value Added Creation of Ecotourism for economic and sustainable tourism in Khung Bangkokchao, Phrapadaeng District, Samutprakarn Province

อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล

Usanee Watcharaphaisankul

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

usaneeph@swu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคุ้งบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการแบบสามเส้า และวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการบรรยายลักษณะของข้อมูล และใช้สถิติเชิงทดสอบด้วยวิธีไค-สแควร์ (Chi-Square) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ออกเดินทางมาท่องเที่ยวในคุ้งบางกะเจ้ารับทราบข้อมูลท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจระดับมากในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสินค้าและบริการ ส่วนด้านราคา ซึ่งถือว่าเป็นโอกาส ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า ได้แก่ ECO

คำสำคัญ: แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม, แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, คุ้งบางกะเจ้า

Abstract

The study aims to (1) to study the ecotourism potential of the Khung Bangkokchao (2) to study the tourist's behaviors and Marketing Mix (8P's) of the Khung Bangkokchao and (3) to propose guidelines in Value Added Creation of Ecotourism for economic in Khung Bangkokchao. The qualitative data was collected using semi-structured interview for the 10 key informants by purposive sampling method, verified by using data triangulation. And quantitative data was collected using questionnaires for the 370 samples by Convenience Sampling method, the descriptive statistics were used to describe the characteristics of the data and the test statistics using Chi-Square method by significance level of 0.05. The results had shown that the behavior of

Thai's tourists mainly been visited Khung Bangkokachao than once, and searching information from Internet. In addition, the satisfaction of Marketing's Mix (7P's) mainly Physical environment, Product and Price as the high level that are opportunities So, the researcher proposed to guidelines in Value Added Creation of Ecotourism for economic and sustainable tourism in Khung Bangkokachao as ECO Model.

Keyword: Guidelines in Value Added Creation, Ecotourism, Sustainable Tourism, Khung Bangkokachao

บทนำ

ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาชื่นชมบรรยากาศการท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทย โดยในปี 2559 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 8.86 และนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทยขยายตัวร้อยละ 6.49 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.51 ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2.4 ล้านล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559: 2) และมีแนวโน้มว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยอยู่ในแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ แต่ในทางตรงกันข้ามการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและภาพพจน์ของการท่องเที่ยวถดถอยลง ทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเพื่อมุ่งไปสู่การสร้างสมดุลของระบบนิเวศทางธรรมชาติบนพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นั่นคือ Green tourism หรือ Ecotourism ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกรอบและโครงสร้างเล็ก ๆ รวมกันแล้วสามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism ถือเป็นการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะรูปแบบหนึ่งที่ตอบกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติและ การตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรและกิจกรรมเชิงนิเวศที่มีมาตรฐานเพื่อเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติและเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำหาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เช่น การพายเรือคายัก ล่องแก่ง ปีนเขา ไร่องาน ดูนก และเดินป่า เป็นต้น โดยกิจกรรมถูกพัฒนาขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความเป็นธรรมชาติ กลุ่มที่รักในความท้าทายหรือการนำความแปลกใหม่มาผสมผสานกับความท้าทายทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว, 2556) นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้รายงานใน Tourism in the Green Economy: Background Report ปี 2012 ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเติบโตอย่างรวดเร็ว อีก 20 ปีข้างหน้าจะสร้างรายได้แซงหน้าการท่องเที่ยวกระแสหลัก อีกทั้งสมาคมด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ (The International Ecotourism Society หรือ TIES) ได้ประเมินว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเติบโตขึ้นถึง 25% ในส่วนของประเทศไทยก็มีรายงานจากสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.) ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทยเติบโตปีละ 20-25% มีสัดส่วนรายได้ราว 15-20% ของรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นชาวต่างชาติมีการใช้จ่าย 4,000-5,000 บาทต่อคนต่อวัน สูงกว่านักท่องเที่ยวกระแสหลักราว 20-25% และมีวันพักผ่อนเฉลี่ย 2 สัปดาห์ถึง 1 เดือน (ไทยรัฐ, 2558:ออนไลน์)

จังหวัดสมุทรปราการ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเนื่องด้วยที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร และมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “คู้้งบางกระเจ้า” ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อ

สิ่งแวดล้อมตามกระแสการท่องเที่ยวของโลก เนื่องจากคั้งบางกะเจ้ามีพื้นที่สีเขียวที่ใหญ่ที่สุด อยู่บนเนื้อที่กว่า 12,000 ไร่ เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำขนาดใหญ่ที่เกิดจากการสะสมของดินตะกอนแม่น้ำ โอบล้อมไว้ด้วยแม่น้ำเป็นระยะทาง 15 กิโลเมตร จึงทำให้คั้งบางกะเจ้ามีระบบนิเวศที่มีโครงสร้างทางสังคมของพืชและสัตว์ที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย จนได้ชื่อว่าเป็นปอดของคนเมือง (ข่าวสด, 2558: ออนไลน์) อีกทั้งนิตยสาร Time ก็ยังจัดอันดับให้คั้งบางกะเจ้าเป็นพื้นที่สีเขียวขานเมืองที่ดีที่สุดในเอเชีย (The Beat Urban Oasis of Asia) นอกจากนี้ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เลือกบางกะเจ้าเป็นโมเดลจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสีเขียวมากที่สุดและอยู่ใกล้กรุง ซึ่งความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวไทยต้องดูที่สิ่งแวดล้อมรวมถึงระบบการจัดการท่องเที่ยวจะต้องอยู่ในทิศทางเดียวกัน และจะต้องต้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560 – 2564 (คมชัดลึก, 2559: ออนไลน์) ซึ่งปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 257,428 คน เมื่อเทียบกับปี 2544 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 32,272 คน และมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ซึ่งได้สอดคล้องกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ที่ต้องการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่ตลาดโลก (ข่าวสด, 2561: ออนไลน์) และแม้ว่าการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นก็ค่อย ๆ เสื่อมลงไป หากไม่มีวิธีจัดการบริหารอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับระบบการจัดการการท่องเที่ยวของคั้งบางกะเจ้าที่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของนายทุนที่เข้ามาสร้างหมู่บ้านจัดสรรทำให้พื้นที่ป่าค่อย ๆ หายไปที่ละนิด (ข่าวสด, 2558: ออนไลน์) ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นหมายถึงแหล่งพื้นที่ในการสร้างรายได้ของชุมชนก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน องค์กรที่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวจะสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับยกระดับสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มีภาพลักษณ์ที่ดี และโดดเด่นได้

จากปัจจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่คั้งบางกะเจ้า ซึ่งแนวทางเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ให้สามารถพัฒนาไปได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยการเข้าใจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมถึงความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของคั้งบางกะเจ้า รวมถึงข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคั้งบางกะเจ้าที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสมุทรปราการ ที่จะใช้เป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยว และใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างคุณค่าให้มีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นไปในทิศทางการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่ตลาดโลกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคั้งบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมุติฐาน

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่: การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวของคุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 370 คน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ และผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา: การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้าจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ (6A's of Tourism) และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้แก่ สินค้าและบริการ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment), กระบวนการ (Process) และพนักงาน (People)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวคุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2. กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดของประชากรของคอกแรน (Cochran, 1977) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยงานวิจัยฉบับนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำนวน 370 คน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ภาคเอกชน จำนวน 2 คน นักวิชาการ จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

3. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ใช้บริการและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป และตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้าตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ (6A's of Tourism) ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม สำหรับเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน โดยตอนที่ 1 และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check List) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก เกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการแหล่งท่องเที่ยวคุ้มบางกะเจ้า ตอนที่ 4 เป็นแบบให้เสนอแนะความคิดเห็น สำหรับการทดสอบเครื่องมือเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) และนำไปทดลองใช้กับกลุ่ม

ตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 ชุดในเบื้องต้นก่อนการทดสอบจริง เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, 1990) โดยได้ค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม คือ 0.763

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ภาคเอกชน จำนวน 2 คน นักวิชาการ จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างคนแรกในแต่ละภาคส่วนแบบเจาะจง จากนั้นจึงใช้การสุ่มแบบ Snow Ball Sampling เพื่อแนะนำผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคส่วนอื่นๆ ที่เหลือไปจนครบ สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวคุ้มบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวที่สามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำข้อมูลของเอกสาร มาจัดกลุ่มของเนื้อหา วิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554) พร้อมกับพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลตามกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจัดบันทึก การบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องของข้อมูล และใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีความสามารถทางสถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงทดสอบด้วยวิธีไค-สแควร์ (Chi-Square) สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์ทางการตลาด และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปช่วยกำหนดแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัย

จากการศึกษา สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้าตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้ดังนี้

ด้านแหล่งท่องเที่ยว คุ้มบางกะเจ้ามีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เช่น สวนสาธารณะและสวนพฤกษชาติศรีนครเขื่อนขันธ์ พิพิธภัณฑสถานชาติไทย ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง บ้านรูปหอมสมุนไพร บ้านลูกประคบธัญพืช วัฒนาอารามต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีพื้นที่ที่มีสีเขียวมากที่สุด ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “มาเที่ยวที่นี้มาได้ง่าย เพราะว่าใกล้กรุงเทพฯ เดินทางมาแค่ไม่กี่ชั่วโมงก็ถึงแล้ว ที่เที่ยวก็เยอะด้วยนะ อย่างพวกตลาดน้ำมีคนมาเที่ยวเยอะมาก” แต่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งก็เป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความเชื่อมโยงกัน

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเข้ามายังคุ้มบางกะเจ้าสามารถเดินทางมาได้หลากหลายช่องทาง คือ ทางน้ำ ได้แก่ เรือข้ามฟาก เช่น ท่าเรือวัดบางนาออก-ท่าเรือวัดบางน้ำผึ้งนอก, ท่าเรือวัดคลองเตยนอก-ท่าเรือบางกะเจ้า, ท่าเรือพระราม 3-ท่าเรือลัดโพธิ์ และทางบก ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถกระโปงที่บริการทุกวันหยุด และรถจักรยาน ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “ที่นี้เดินทางมาง่ายมาก ไม่ว่าจะมาทางบกหรือทางน้ำก็สามารถมาได้หมด ยิ่งถ้ามาทางน้ำค่าโดยสารไม่แพงด้วย” แต่อย่างไรก็ตาม ถนนเส้นทางหลักเกิดความชำรุด และมีความขรุขระในบางส่วน จึงอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ อีกทั้งได้มีการปรับปรุงให้มีเส้นทางปั่นจักรยานเพิ่มขึ้นทำให้เส้นทางหลักแคบลงไป

ตั้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “การขับรถมาเที่ยวต้องระมัดระวัง ไม่ขับรถเร็ว เพราะถนนมันแคบจากที่ทำเส้นทางปั่นจักรยาน แต่ก็ไม่ได้เกิดอุบัติเหตุบ่อยนะ”

ด้านที่พัก สถานที่พักแรมในคั้งบางกระเจ้ามีอยู่อย่างหลากหลายตั้งแต่รีสอร์ตไปถึงโรงแรม 3-4 ดาว เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่คั้งบางกระเจ้าเพิ่มมากขึ้น แต่ธุรกิจทางด้านที่พักจะได้รับความนิยมแค่ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือช่วงวันหยุดยาว ซึ่งการมาแบบไม่สม่ำเสมอของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการกระจายรายได้ในชุมชนตั้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “คนมาเที่ยวเยอะขึ้นก็ทำให้ธุรกิจที่พักได้รับความนิยมมากขึ้น และที่พักที่นี่ก็มีหลายราคา สามารถเลือกพักได้ แต่ส่วนมากคนจะมาในช่วงวันหยุดกันเยอะ วันปกติจะมาน้อย”

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญบริเวณรอบคั้งบางกระเจ้าที่มีอยู่มากมายทำให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เดินทางมา ซึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ การปั่นจักรยานศึกษาธรรมชาติ ปั่นเรือ ให้อาหารปลา หอชมนก แหล่งเรียนรู้สายพันธุ์ปลากัดจากวิทยากร เรียนรู้วิธีการทำรูปหอยจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางน้ำผึ้ง และการทำผ้ามัดย้อม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินซื้อของที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และชมกิจกรรมอื่นๆ เช่น ไหว้พระ ชมมวยทะเล มวยดับจาก ตั้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “ส่วนมากกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมาและนิยมก็คือ การปั่นจักรยาน ปั่นเรือ ให้อาหารปลา เดินซื้อของที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ถ้าอยากได้วิทยากรต้องติดต่อมาก่อนล่วงหน้า แต่ส่วนมากนิยมมาเที่ยวกันเอง โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดต่างๆ” ทั้งนี้ ยังพบว่ากิจกรรมที่สำคัญๆ ภายในบริเวณคั้งบางกระเจ้าไม่มีการทำเป็นป้ายสื่อความหมายภาษาอังกฤษ หรือภาษาที่สาม และยังไม่มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในบริเวณคั้งบางกระเจ้า ได้แก่ ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก เรือรับจ้าง รถขนส่ง และวิทยากรที่ให้ความรู้ภายในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เช่น ตู้เอทีเอ็ม ศูนย์อำนวยความสะดวกส่วนกลาง และสุขา เป็นต้น ตั้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “สิ่งอำนวยความสะดวกของเราก็มีพร้อมนะ เพื่อเตรียมพร้อมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว แต่บางอย่างก็ยังไม่เหมือนกัน เช่น ตู้เอทีเอ็ม”

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หน้าที่หลักในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจะดำเนินงานโดยกำนันผู้ใหญ่บ้าน และองค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละตำบล นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งก็ไม่ได้ขึ้นกับรัฐบาลทำให้การพัฒนาจึงเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป ตั้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “เราไม่สามารถไปดูแลจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งหมด เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งก็ไม่ได้ขึ้นกับรัฐบาลทำให้เจ้าของสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง”

ส่วนที่ 2 การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคั้งบางกระเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (66%) อายุ 26-30 ปี (25.75%) ศึกษาปริญญาตรี (77.50%) สถานภาพโสด (62.25%) อาชีพพนักงานบริษัท (35%) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท (34%) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่คั้งบางกระเจ้ามากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป (70%) โดยรับทราบข้อมูลท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต (38.50%) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้าเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน (80%) กิจกรรม คือ การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (26%) ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน / ครอบครัว / คนรัก (79.50%) นิยมเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ (1 วัน) (95%) และมีความต้องการกลับมาเที่ยวที่คั้งบางกระเจ้าซ้ำอีกครั้ง แต่ไม่ทราบช่วงเวลา (85%) นอกจากนี้ ยังพบว่าความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดคั้งบางกระเจ้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 แต่ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.16 เมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก (mean = 3.76) โดยเฉพาะด้าน

ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นหลากหลาย มีคุณภาพ และกิจกรรมให้เลือกทำได้อย่างหลากหลาย และได้รับความรู้ ด้านราคา: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก (mean = 3.75) โดยเฉพาะด้านราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม และคุณภาพของสินค้าและบริการมีความเหมาะสมต่อราคาที่ได้ใช้จ่ายไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (mean = 3.27) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (mean = 3.16) โดยเฉพาะด้านมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของทางพื้นที่ให้เข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง ด้านพนักงาน: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (mean = 3.40) โดยเฉพาะด้านพนักงานมีริยาที่สุภาพอ่อนน้อม และมีความน่าเชื่อถือ ด้านลักษณะทางกายภาพ: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก (mean = 3.92) โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมรอบข้างมีความเหมาะสม ปลอดภัย เหมาะแก่การท่องเที่ยวหรือใช้บริการ ด้านกระบวนการ: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (mean = 3.33) โดยเฉพาะด้านได้รับความรวดเร็ว และก่อให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการ และจากการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาได้ว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า โดยพบว่า เพศและสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า นั้นหมายความว่า เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน นั้นหมายความว่า อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 การสังเคราะห์แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า โดยการเปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงคุณภาพกับผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อมุ่งไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ดังนี้

1. มุมมองของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวชาวไทย (Supply VS Demand)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศคุ้มบางกะเจ้า ส่วนมากให้ความสำคัญกับการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ สังเกตได้จากกิจกรรมที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น การปั่นจักรยานศึกษาธรรมชาติ ปั่นเรือ ให้อาหารปลา หอชมนก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการมากที่สุด เนื่องจากมีกิจกรรมให้เลือกอย่างหลากหลายและได้รับความรู้ อีกทั้งราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสมต่อราคาที่ได้ใช้จ่ายไป แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านกระบวนการน้อยที่สุด ในเรื่องของความรวดเร็ว ที่จะก่อให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการได้

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า ด้วยวิธี SWOT analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

1. จุดแข็ง (Strengths)

1.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว: คุ้มบางกะเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และมีโครงสร้างทางสังคมของพืชและสัตว์ที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย จนได้ชื่อว่าเป็นปอดของคนเมือง เนื่องจากมีพื้นที่สีเขียวเยอะที่สุดจนได้รับการจัดอันดับให้เป็นพื้นที่สีเขียวขานเมืองที่ดีที่สุดในเอเชียจากนิตยสาร Time นอกจากนี้สามารถเดินทางมาได้ง่าย อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

1.2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว: พื้นที่คุ้มบางกะเจ้า อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้หลากหลายช่องทาง ได้แก่ ทางน้ำ และทางบก ซึ่งสามารถเดินทางมาได้สะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวคุ้มบางกะเจ้าส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป

1.3 ด้านที่พัก: บริเวณแหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้ามีที่พักหลากหลายทั้งรีสอร์ทและโรงแรม 3-4 ดาว ซึ่งที่พักแต่ละที่ก็มีเอกลักษณ์เฉพาะที่เน้นถึงความเป็นธรรมชาติ และมีการจัดการสิ่งแวดล้อมรอบข้างให้มีความเหมาะสมปลอดภัย โปร่ง เหมาะแก่การท่องเที่ยวหรือใช้บริการ

1.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำส่วนใหญ่เมื่อมาเยือนคือ การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพักผ่อน ซึ่งจุดเด่นของแต่ละกิจกรรมจะมีปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในชุมชนร่วมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้จากผู้ที่เชี่ยวชาญในด้านนั้น

1.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: บริเวณคั้งบางกระเจ้ามีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก เรือรับจ้าง รถขนส่ง เป็นต้น ซึ่งได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านภายในชุมชน

1.6 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว: ส่วนใหญ่การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้าจะเป็นหน้าที่ของชาวบ้านภายในชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และองค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละตำบล ทำให้การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้าสามารถจัดการกันได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

2.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว: แหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้า มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาศึกษา แต่ยังไม่สามารถดึงศักยภาพออกมาได้ใช้งานหมด เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตลาดโลก

2.2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว: ถนนเส้นทางหลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีความคับแคบ และเป็นถนนสายหลักสายเดียวที่มีการวิ่งผ่านทั้งรถเล็กและรถใหญ่ ทำให้นักท่องเที่ยว และยากแก่การสัญจร

2.3 ด้านที่พัก: ที่พักในบริเวณพื้นที่คั้งบางกระเจ้าเป็นการบริหารงานกันเองของคนภายในชุมชนทำให้ที่พักมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมียอดการเข้าพักเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องการมีจองล่วงหน้าก่อนการเข้าพักเป็นระยะเวลาาน

2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: กิจกรรมแต่ละแห่งภายในแหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้าจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีความอิสระในการบริหารธุรกิจกันเองภายในชุมชน รวมไปถึงไม่มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: สิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างยังคงมีไม่เพียงพอ เช่น สุขา ตู้เอทีเอ็ม พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาที่สามได้

2.6 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว: แหล่งท่องเที่ยวแต่ละครั้งภายในคั้งบางกระเจ้า มีชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้จัดการบริการกันเอง ธุรกิจใครธุรกิจมัน จึงขาดความเป็นเอกภาพที่เป็นภาพรวมของคั้งบางกระเจ้าในการเชื่อมโยงแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเอาเข้าไว้ด้วยกัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

1. โอกาส (Opportunities)

1.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว: คั้งบางกระเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีพื้นที่สีเขียวมากที่สุด และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่รองรับกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงมีโอกาสนในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตลาดโลกต่อไปได้

1.2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว: จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้มีโอกาสนในการนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวของคั้งบางกระเจ้าไปสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมทางการตลาดก็สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

1.3 ด้านที่พิก: โอกาสของนายทุนที่จะเข้ามาทำธุรกิจที่พิกก็มีมากขึ้น ตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นโอกาสในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนได้

1.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: จากกระแสพฤติกรรมที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวสามารถนำมาซึ่งรายได้ผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือของชุมชนในการคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไทยสู่ตลาดโลก

1.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการพัฒนามัคคุเทศก์น้อยภายในท้องถิ่นในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนได้ อีกทั้งยังสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้เช่นกัน

1.6 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว: แหล่งท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้ามีการบริหารจัดการกันเอง จึงมีโอกาในการท่องเที่ยวอื่นใดต่างๆ จากนายทุนภายนอกที่เข้ามาหา เพื่อให้ได้ผลประโยชน์ต่อชุมชนให้มากที่สุด

2. อุปสรรค (Threats)

2.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว: ด้วยข้อจำกัดบางประการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้ไม่สามารถที่จะขยายแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ได้

2.2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว: การขยายถนน หรือพื้นที่เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นทำได้ยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ของรัฐ ซึ่งอาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานติดต่อเพื่อทำการแก้ไข

2.3 ด้านที่พิก: จากเศรษฐกิจในปัจจุบันพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทางด้านที่พิกที่ยอดนักท่องเที่ยวลดลง

2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: กิจกรรมภายในบริเวณคั้งบางกระเจ้าไม่มีการทำเป็นป้ายสื่อความหมายภาษาอังกฤษ หรือภาษาที่สาม และยังไม่มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: ภาษายังคงเป็นอุปสรรคในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยังขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

2.6 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว: การบริหารจัดการที่ไม่ได้ขึ้นกับภาครัฐบาลโดยตรง ทำให้งบประมาณในการบริหารจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวมีไม่มากนัก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป

3. งานวิจัยเชิงปริมาณสอดคล้อง และขยายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้ทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกระเจ้าที่จะนำไปสู่แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกระเจ้า เช่น การสร้างความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่า โครงสร้างพื้นฐานบางอย่างที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ถนนขรุขระ ป้ายบอกทางที่ไม่ชัดเจน ฯลฯ ทำให้ยากต่อการเดินทาง อีกทั้งการบริหารจัดการที่ไม่ได้ขึ้นกับภาครัฐบาลโดยตรง ทำให้งบประมาณในการบริหารจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวมีไม่มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้สอบถามจากนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสินค้าและบริการมากที่สุดในด้านกิจกรรมที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น การปั่นจักรยานศึกษาธรรมชาติ ปั่นเรือ ให้อาหารปลา หอชมนก เป็นต้น อีกทั้งยังมีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาของสินค้าและบริการ รวมถึงลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกระเจ้า นอกจากนี้ ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แสดงให้เห็นประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกระเจ้าที่พบว่า เพศและสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คู้บางกะเจ้าควรพัฒนาศักยภาพที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่คู้บางกะเจ้า ได้ดังนี้ 1) E: E-Marketing คือ การนำรูปแบบของ e-Marketing เข้ามาช่วยในการทำการตลาด เพื่อขยายช่องทางในการเข้าหานักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจริง และมีการอัปเดตเสมอเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น Infographic, Vlog, Blog, Twitter, Youtube, Facebook เป็นต้น ซึ่งวิธีการนี้จะเป็นการทำการตลาดที่สิ้นเปลืองน้อยที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวจะเป็นคนทำการตลาดแทนธุรกิจต่างๆ ในการบอกเล่าเรื่องราว หรือความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยว 2) C: Center คือ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในคู้บางกะเจ้าเข้าไว้ด้วยกัน เช่น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวภายในคู้บางกะเจ้าให้สามารถดำเนินงานเชื่อมต่อกันไปได้ โดยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการแต่ละธุรกิจ หรือแต่ละแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพอันหนึ่งอันเดียวกัน และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ 3) O: O2O คือ การเชื่อมต่อธุรกิจแบบ online to offline นอกจากรูปแบบของ e-Marketing ที่นำเข้ามาช่วยในการทำการตลาดแล้ว การตลาดที่ดีต้องทำทั้ง online และ offline เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มการยอดการซื้อขายกับนักท่องเที่ยวได้

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้พบประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คู้บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผลจากการศึกษา พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คู้บางกะเจ้า มีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities) ได้แก่ คู้บางกะเจ้ามีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง รวมถึงมีที่พักและรีสอร์ทที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ให้ความรู้ และความสนุกสนานเพลิดเพลิน นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายทั้งการเดินทางทั้งทางบกและทางน้ำ และประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats) ได้แก่ ความคับแคบของถนนสายหลักในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้รถสวนทางกันลำบากและเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย อีกทั้งขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตลาดการท่องเที่ยว รวมถึงขาดบุคลากรที่ได้ภาษาอังกฤษ หรือภาษาที่สามเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และป้ายสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นการบริหารจัดการกันเองภายในชุมชนไม่ได้ขึ้นกับภาครัฐบาลโดยตรง ทำให้งบประมาณในการบริหารจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวมีไม่มากนัก การพัฒนาจึงเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ(วรัญญา คร้ามอ่วมเจริญ สาธินี แซ่ลิว และจิตติพันธ์ ชุมเกตุ, 2561) ที่กล่าวว่า คู้บางกะเจ้ามีศักยภาพเชิงพื้นที่ที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่มีบริการมากมาย เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ การให้บริการเช่าจักรยาน รวมถึงความสะดวกสบายด้วยการ เดินทางทางน้ำที่มีหลายช่องทาง การดำเนินโครงการพัฒนาพื้นที่อาจจะใช้เวลานาน เนื่องจากจำเป็นต้องมีการปรับปรุง พื้นที่ที่ละสวน เพื่อไม่ให้ขัดขวางเส้นทางการท่องเที่ยว การขยายถนนทำได้ยาก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นของชาวบ้านไม่ได้เป็นของส่วนกลาง จึงมีการประชุมและการประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านรับรู้ก่อนเสมอ คู้บางกะเจ้ามีแนวทางการพัฒนามาตลอด ตั้งแต่อดีตมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมจนถึงปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคู้บางกะเจ้าของ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในคู้บางกะเจ้าเป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 -

30,000 บาท อีกทั้งส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป โดยรับทราบข้อมูลท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อน / ครอบครัว / คนรัก และนิยมเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวที่คั้งบางกะเจ้าซ้ำอีกครั้งแต่ไม่ทราบช่วงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ(ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล, 2559) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่คั้งบางกะเจ้าส่วนใหญ่ เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ เคยมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จรรย์านที่คั้งบางกะเจ้าจำนวน 1- 4 ครั้ง และผลจากการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด คั้งบางกะเจ้าในภาพรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับมากในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา เนื่องจากคั้งบางกะเจ้ามีพื้นที่สีเขียวเยอะ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้มีการปรับสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อีกทั้งราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสมต่อราคาที่ได้ใช้จ่ายไป และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการส่งเสริมทางการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ(วีรชน สวายุรูป, 2562) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสื่อดั้งเดิม ผู้ประกอบการใช้สื่อโทรทัศน์ การบอกต่อ นักท่องเที่ยวใช้สื่อโทรทัศน์ การบอกต่อจากเพื่อนนำไปสู่การค้นหาข้อมูลด้วยตัวเอง ด้านสื่อใหม่ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใช้สื่อเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ(ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล, 2559) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวทัวร์จรรย์านที่คั้งบางกะเจ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่รายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง โดยรวมระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การรับฟังคำบอกต่อถึงการท่องเที่ยวโดยทัวร์จรรย์านที่คั้งบางกะเจ้า อยู่ในระดับมาก การรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จรรย์านที่คั้งบางกะเจ้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การนำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้เสนอหลัก ECO เพื่อลดข้อจำกัดต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ E: E-Marketing เป็นการนำรูปแบบของ e-Marketing เข้ามาช่วยในการทำการตลาด เพื่อขยายช่องทางในการเข้าหานักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งวิธีการนี้นักท่องเที่ยวจะเป็นคนทำการตลาดแทนธุรกิจต่างๆ ในการบอกเล่าเรื่องราว หรือความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยว และ C: Center โดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในคั้งบางกะเจ้าเข้าไว้ด้วยกัน และมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการแต่ละธุรกิจ หรือแต่ละแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพอันหนึ่งอันเดียวกัน และ O: O2O เป็นการเชื่อมต่อธุรกิจแบบ online to offline เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มยอดขายซื้อขายกับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะทำให้เข้าใจถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการกำหนดทิศทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า ให้สามารถพัฒนาไปได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ(สุพาดา สิริกุดตา, 2557) ที่กล่าวถึงแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของ แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวว่า การรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

- ข่าวสด. (2558). พลิกฟื้น "บางกะเจ้า" อนุรักษ์ให้ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2558, จาก https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1449727137
- ข่าวสด. (2561). หนุนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อพท.ดันใช้จุดแข็งเชิงนิเวศตีปับเข้าสู่ตลาดนานาชาติ. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561, จาก https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_716159
- คมชัดลึก. (2559). บางกะเจ้าสู่โมเดลการท่องเที่ยวยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/245461>
- จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว. (2556). *สรุปผลงานวิจัยโครงการศึกษาศาสนาการณและโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ไตรมาสที่ 3/2556 กรกฎาคม-กันยายน*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม. 2556 จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-jul-sep/eco-adventure>
- ฉัฐสุริย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล. (2559). *อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การรับฟังคำบอกต่อ และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คู้บางกะเจ้า*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไทยรัฐ. (2558). *ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน. 2558, จาก <https://www.thairath.co.th/content/505631>
- วารัณญา ครัวอ่วมเจริญ; สาธินี แซ่ลิ้ว; และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2561). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพเชิงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของคู้บางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงราย เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2561.
- วีรชน สวรูป. (2562). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในองค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ*. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวฉบับที่ 6*. กรุงเทพฯ: เซลเลนท์ บิสเนสแมนเนจเม้นท์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะรวมหน่วย*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว.
- สุพาดา สิริกุดตา. (2557). *แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย*. *วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 17(1): 215-230.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). *การพัฒนารูปแบบการจัดกระบวนการเรียนรู้ เรื่องการศึกษาชุมชนเพื่อสืบค้นองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น*. พิษณุโลก. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychology testing*. 5th ed. New York: Harper Collins.

Translated Thai References

- Khaosod. (2015). *Revive Bang Ka Chao to preserve sustainability*. Retrieved December 10, 2015 from https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1449727137 (in Thai)
- _____. (2018). *Support environmental tourism DASTA uses eco-strengths into the international market*. Retrieved January 20, 2018, from https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_716159 (in Thai)
- Komchadluek. (2016). *Bangkachao Model to Sustainable Tourism*. Retrieved October 9, 2016, from <http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/245461> (in Thai)

- Kramuamcharoen, W.; Saelio, S.; & Chumkate, J. (2018). *A Guideline for Area Potential Development to Support the Tourism in Kung Bang Kachoa Phrapradaeng District, Samutprakam Province. The 14th National Conference on Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University. Retrieved January 18, 2018.*
- Lincharoen, Aumporn. (2014). *A development of the learning process model on studying community for finding the knowledge and local wisdom.* Pibulsongkram Rajabhat University, Phitsanulok Province. (in Thai)
- National Statistical Office. (2013). *Tourist statistics classified by unit aggregation characteristics.* Bangkok: Tourist Information Center. (in Thai)
- Permanent Secretary Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Tourism Economic Report No.6.* Bangkok: Excellent Business Management. (in Thai)
- Sauyroob, Weerachon. (2019). *Integrated Marketing Communication Strategies and Organizing Tourism Activities in Bangkachao Subdistrict Administration Organization, Samut Prakan.* (Master of Communication Arts, Bangkok University). (in Thai)
- Sirikudta, Supada. (2014). Guidelines for creating added value of tourist attractions and tourist products in Singburi Province, Thailand. *Journal of Social Sciences of Srinakharinwirot University.* 17(1): 215-230. (in Thai)
- Siriwan, Serirat et al. (1998). *Modern Marketing Management,* Bangkok: Theera film & Scitex. (in Thai)
- Sitthisubphaisarn, Chatsuree. (2016). *The Influence of Tourists' Satisfaction, Word of Mouth, Perceived Value on their Revisit for Tour Bike at Khung Bangkachao.* (Master of Business Administration, Bangkok University). (in Thai)
- TAT Tourism Journal. (2013). *Summary of research on the situation and opportunity of promoting the Eco & Adventure tourism market, Quarter 3/2013, July-September.* Retrieved July 12, 2013, from <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-jul-sep/125-32556-eco-adventure> (in Thai)
- Thairath. (2015). *Ecotourism.* Retrieved June 18, 2015, from <https://www.thairath.co.th/content/505631> (in Thai)