

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของจังหวัดนครนายกโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว

ธันวาคม 2559

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของจังหวัดนครนายกโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว

ธันวาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของจังหวัดนครนายกโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
ธันวาคม 2559

ศิริพร วรรณาคม. (2559). การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน.

ปริญญาานิพนธ์ ปร.ด. (การกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์, รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถิพย์ ราชภรณ์นิม, อาจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด.

การรณรงค์เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยไม่ให้ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดปัญหาด้านความมั่นคงของระบบนิเวศ ซึ่งจำเป็นต่อการดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิต การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจเพื่อทราบสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้การอภิปรายกลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสำรวจเพื่อเจาะลึกความต้องการ 8 ด้านตามกรอบส่วนประสมการตลาดกับนักท่องเที่ยวเยาวชนอายุระหว่าง 13-15 ปี ระยะที่ 2 ขั้นพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ และระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมินโปรแกรมด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า การจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสำคัญเชื่อมโยงต่อแหล่งน้ำและวิถีชีวิตของชาวนครนายก เนื่องจากระบบนิเวศน้ำมีความเชื่อมโยงไปสู่ทรัพยากรดิน ป่า และคน โดยนักท่องเที่ยวเยาวชนต้องการใช้เวลาในการเรียนรู้ 1 วัน และสนใจในกิจกรรมการเรียนรู้ แนวคิดและทำกิจกรรมประดิษฐ์สินค้าอุปโภคด้วยตัวเอง เช่น สบู่ แชมพูสมุนไพร เป็นต้น โดยภาพรวมความต้องการในกรอบส่วนประสมการตลาดทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และให้ความสำคัญด้านบุคลากรที่จะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้มากที่สุด สำหรับโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมีแนวคิดและกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกัน สร้างความตระหนักรู้ในการคิด รู้ลึก และปฏิบัติ รวมทั้งสร้างความสนุกเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวขึ้นมา 2 โปรแกรม ได้แก่ โปรแกรมที่ 1 การเรียนรู้เรื่องทรัพยากรน้ำและระบบนิเวศน้ำ โปรแกรมที่ 2 เป็นการเรียนรู้เรื่องแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากการเดินศึกษาธรรมชาติ การลงฐานกิจกรรมภาคปฏิบัติ และการเรียนรู้เรื่องกลยุทธ์ 3R ได้แก่ การลดใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับไปใช้ใหม่ ทั้งนี้ เมื่อได้ทำการประเมินโปรแกรมด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวหลังเข้าร่วมกิจกรรมในโปรแกรม พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความตระหนักรู้สูงกว่าก่อนเข้าโปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (4.53) ทำให้ได้โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่มีความเหมาะสมสำหรับเยาวชนเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายก

APPLYING SUSTAINABLE STRATEGIC MARKETING TO THE DEVELOPMENT
OF A YOUTH EDUCATIONAL TOURISM PROGRAM IN ECOTOURISM
DESTINATIONS OF NAKHON NAYOK PROVINCE



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Philosophy Degree in Sport, Leisure and Tourism
at Srinakharinwirot University

December 2016

Siriporn Wathanakom. (2016). *Applying Sustainable Strategic Marketing to the Development of a Youth Education Tourism Program in Ecotourism Destinations of Nakhon Nayok Province*. Dissertation, Ph.D. (Sport, Leisure and Tourism). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr.Chompunuh Kosalakorn Permpoonwiwat, Assoc. Prof. Dr.Aotip Ratniyom, Dr.Lamson Lertkulprayad.

This research aimed to develop a youth education tourism program in eco-destination of Nakhon Nayok Province. The study was divided into three main phases. The first phase was a survey of the eco-destination setting using focus group discussions with local stakeholders, as well as assessing the target needs of young tourists between 13 to 15 years of age with an eight part strategic marketing mix. The second phase developed a youth education tourism program in eco-destinations of Nakhon Nayok Province. The third phase was to test and evaluate the program for environmental conservation awareness and satisfaction of tourists.

The results of the first phase revealed firstly that to arrange any tour activity in an eco-destination depends on water which links the community with its livelihood, as water ecosystems are connected to other resources, such as soil, forest and people. Secondly, tourists wanted to take a one day tour educational program and were interested in the activities required to produce consumer products such as soap, organic shampoo, etc. The total results of the target needs, using an 8 part marketing mix provided an average score of 4.08, with the highest weighted score for staff who demonstrated environmental knowledge. In the second phase, 2 programs were developed which created environmental awareness through thinking, feeling and practicing as well as entertaining: the first about aqua ecosystems, and the reservoir, the other consisting package of those 3 activities designed for learning about environmental concepts through a nature trail, practice activities, and 3R strategies (reduce, reuse, and recycle). The experimental data analysis of third phase indicated that the tourists' environmental conservation awareness levels who participated in the program and its activities was higher than before the program at a statistically significant level of 0.05. Furthermore tourist satisfaction was at the highest level, with an average score

4.53. Therefore, it could be concluded that this research developed an educational tourism program which is appropriate for youth and applicable in Nakhon Nayok Province.



ประกาศคุณูปการ

ความสำเร็จของงานวิจัยครั้งนี้ได้รับความกรุณาจากอาจารย์ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ ที่ปรึกษาหลัก และที่ปรึกษาร่วม 2 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และอาจารย์ ล้ำสัน เลิศกุลประหยัด ขอขอบคุณ คณะกรรมการสอบปากเปล่าทุกท่าน หมายถึงอาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน ที่กล่าวถึงแล้ว และ กรรมการที่ทำหน้าที่เป็นประธานสอบ อาจารย์ ดร.อุษากร พันธุ์วานิช และกรรมการภายนอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พรหมทอง

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ได้แก่ (1)รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ฐาน กาญจน์ พงษ์เขียว คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2)ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พรหมทอง คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (3)อาจารย์ ดร.กัมปนาท บริบูรณ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (4)อาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (5)อาจารย์ ดร.อนันต์ มาลารัตน์ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ (6)ว่าที่ร้อยตรี ดร.มนัส บุญประกอบ ข้าราชการ เกษียณ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ด้านการสนับสนุนทุนวิจัย ขอขอบคุณท่านอธิการบดี ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล และคณบดี บัณฑิตวิทยาลัย ผศ. นพ.ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล และคณะกรรมการปี 2557 ที่ได้อนุมัติทุนวิจัยของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ นอกจากนี้ ขอชื่นชมในความร่วมมืออภัยภัยของเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน โดยเฉพาะคุณมลวรีย์ และคุณชัยรัตน์ที่ให้ข้อมูลด้วยความยิ้มแย้ม จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ในส่วนของคุณคลากรผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการทำอภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับสภาพการณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ขอขอบคุณอาจารย์ปัญญา ภูริเวคินทร์ คุณสุวัฒน์ พันธุ์สำโรง คุณ จาตุรงค์ จันทะโชติ คุณอัญญพร คำพุทธ และคุณวิชัย คชเถียร ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึก ขอขอบคุณ วิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ในการพัฒนาโปรแกรมเพลน การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ และขอขอบคุณเยาวชนผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ที่อนุเคราะห์ในการ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

นอกจากนี้ ขอขอบคุณกลุ่มเพื่อนโรงเรียนเซนต์ฟรังฯ และเพื่อนร่วมคณะครุศาสตร์ จุฬาฯ รุ่น 2511 ที่ให้กำลังใจและให้คำปรึกษาด้านวิจัยและด้านภาษาไทยที่มีคุณค่ายิ่ง ขอขอบคุณ Mr. Ashley Backhouse และ Mr.Simon McIver ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษประจำบัณฑิตวิทยาลัย ที่ช่วยปรับ บทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ดูสละสลวยและน่าอ่านยิ่งขึ้น และท้ายสุดขอขอบคุณบุคคลที่ใกล้ชิดตัวและ สำคัญที่สุดในชีวิต คือสามีและลูกที่คอยให้กำลังใจตลอดระยะเวลาการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิตครั้งนี้

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลังของการวิจัย.....	1
คำถามวิจัย.....	4
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
สมมติฐานการวิจัย	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านอุปทาน.....	15
แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกของกลุ่มสนใจเฉพาะเรื่อง.....	15
แนวคิดการตลาดยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ.....	24
แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ.....	28
แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของการตลาด ท่องเที่ยว.....	32
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์.....	36
แนวคิดการตลาดที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวและการบริการ.....	36
แนวคิดวิเคราะห์การตลาดด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว.....	41
แนวคิดการพัฒนาและการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้.....	51
แนวคิดความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว.....	55
แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว.....	56
บริบทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก.....	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	71
การแบ่งขั้นตอนดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ	71
ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจ: สำรวจสภาพการณ์แหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของ นักท่องเที่ยว (การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
ระยะที่ 2 ขั้นพัฒนาโปรแกรม.....	78
ระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมินโปรแกรม(การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	86
ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	87
ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้.....	106
ระยะที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยว แบบศึกษาเรียนรู้.....	113
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	132
สรุปผลการวิจัย.....	134
อภิปรายผลการวิจัย.....	141
ข้อเสนอแนะการวิจัย	149
บรรณานุกรม	153
ภาคผนวก	162
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	192

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	43
2 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	78
3 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยว.....	81
4 แผนผังการทดสอบวัดผลของนักท่องเที่ยวหลังเข้าโปรแกรมฯ.....	82
5 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	84
6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	99
7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	100
8 ภาพรวมความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	105
9 โปรแกรมที่ 1	110
10 โปรแกรมที่ 2	111
11 โปรแกรมที่ 3	112
12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวอายุช่วง 13-15 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน	113
13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ โปรแกรมที่ 1 ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล.....	114
14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ โปรแกรมที่ 2 ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ.....	116
15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ โปรแกรมที่ 1 และโปรแกรมที่ 2 (ก่อนและหลัง)	117
16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว แบบศึกษาเรียนรู้ต่อปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน.....	118
17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ จำแนกตามเพศ.....	124
18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจำแนกตามรายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ ผู้ปกครอง.....	125
19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ จำแนกตามต้องการไปเที่ยว/ทำ กิจกรรมกับบุคคลใด.....	126

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ จำแนกจำแนกตามจำนวนครั้ง.....	128
21 ผลการผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ในความ พึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	129
22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ จำแนกตามภูมิลำเนา.....	130
23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé).....	131



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
2 การท่องเที่ยวทางเลือกที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบมวลชน.....	15
3 การท่องเที่ยวทางเลือก 5 ประเภท.....	16
4 สถานการณ์ปัจจัยภายนอกของการตลาดยั่งยืนที่สอดคล้องกับระบบนิเวศ.....	27
5 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของคิอตเลอร์	42
6 แบบจำลองของทัศนคติ	49
7 กระบวนการการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้.....	52
8 ขั้นตอนและกระบวนการสร้างความตระหนักรู้.....	55
9 แผนที่แสดงขอบเขตและที่ตั้งของ 4 อำเภอในจังหวัดนครนายก.....	61
10 เชื้อขุนด่านปราการชล.....	63
11 แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ.....	65
12 การแบ่งการดำเนินการวิจัยการออกเป็น 3 ระยะ.....	72
13 การศึกษาสภาพการณ์และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	73
14 การทำอภิปรายกลุ่ม.....	87
15 สถานที่และหัวหน้าศูนย์ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ.....	93
16 การสัมภาษณ์วิทยากรคนที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ.....	94
17 การบรรยายของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน.....	106
18 นักท่องเที่ยวเยาวชนเดินเรียนรู้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 22 จุด.....	107
19 กิจกรรมฐานผลิตสินค้าอุปโภค สบู่และแชมพูจากสมุนไพร.....	108
20 กิจกรรมฝึกคัดข้าวและสีข้าวการสีข้าวเยาวชน.....	109
21 การห่มดินเป็นแนวคิดของในหลวงรัชกาลที่ 9.....	109

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลังของการวิจัย

การจัดการท่องเที่ยวที่มีการรณรงค์และใช้กลยุทธ์การตลาดส่งเสริมโปรแกรมการท่องเที่ยว ให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับให้ความสำคัญการตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้และตระหนักรู้ว่าการป้องกันปัญหามลภาวะต่าง ๆ รวมทั้งการฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความอุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้ระบบนิเวศมีความมั่นคง ซึ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคน และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ บนโลกใบนี้

โดยที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและมีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยการตั้งเป้าหมายเพื่อนำรายได้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ (ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์, 2544: 312) และใช้กลยุทธ์การตลาดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Conventional Mass Tourism) เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ โดยปราศจากการคุ้มครองป้องกันมลภาวะและการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเกิดความไม่สมดุลมิติระหว่างระบบนิเวศและเศรษฐกิจ ปัญหาที่มนุษย์ประสบอยู่ คือ ปัญหามลภาวะจากของเสียและขยะ ปัญหากายแล้ง และปัญหาอุทกภัย เป็นต้น

นอกจากนี้ จากงานวิจัยของเกิสลิงก์ (Goessling, 2003) เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่หมู่บ้านคีวงวา (Kiwengwa) บนชายฝั่งตะวันออกของเกาะอุญญา (Unguja) ในชนบทของแซนซิบาร์ (Zanzibar) ของสหสาธารณรัฐแทนซาเนีย แอฟริกา (Tanzania United Republic of Tanzania, Africa) นั้น พบว่า จากแนวคิดของสำนักเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกเพื่อเพิ่มรายได้ของประเทศ มาประยุกต์ใช้กับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ห่างไกลดังกล่าวจะประสบผลดีด้านรายได้ แต่ก็มีผลกระทบเชิงลบเกิดขึ้น กล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลงที่มีความซับซ้อนยากแก่การประเมินค่าทดแทน และสร้างกลับมาให้เหมือนเดิมได้ โดยความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศที่ต้องรองรับเกินขีดความสามารถของธรรมชาติ การนำทรัพยากรมาจัดสรรใหม่เพื่อทดแทนสิ่งที่หมดสิ้นไป การล่มสลายของความสัมพันธ์ในชุมชนท้องถิ่นแบบเครือญาติที่คอยช่วยเหลือเอื้ออาทรเจือจุนกัน กลายเป็นสู่การมุ่งเน้นและแย่งชิงผลประโยชน์เพื่อความร่ำรวยเฉพาะตน การขยายตัวดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเช่นนี้จะทำให้เกิดความเสียหายในอนาคตอันใกล้และในระยะยาว ถือว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน

การเสนอการท่องเที่ยวประเภททางเลือก (Alternative tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบสบาย ๆ ไม่หักโหมอย่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Soft tourism) นับเป็นแนวทางการแก้ปัญหาผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยนักวิชาการด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ เช่นเดวิด เอ เฟนเนลล์ ชาวออสเตรเลีย (Fennell. 2008) สเตเฟ่น แวริง ชาวแคนาดา (Wearing; & Neil. 2009) ซึ่งการท่องเที่ยวทางเลือก เป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Nicher/special interest group) ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) และการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ (Farm stays) นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาและสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวประเภทที่ตอบโจทย์กระแสของสังคมในการสร้างจิตสำนึกและความตระหนักรู้ ซึ่งแสดงออกถึงพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ (Educational tourism) เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ritchie. 2003)

การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกประเภทหนึ่งที่มีการจัดโปรแกรมและรวมรายการกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับความสมดุลของระบบนิเวศและเศรษฐกิจ มีลักษณะเป็นกลุ่มเล็ก (Small scale/low key) ส่งผลกระทบต่อพื้นที่น้อยที่สุด (Minimal impact) และมีการสื่อความหมายให้เกิดการเรียนรู้ (Interpretation) และอาศัยปรัชญาแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณภาพ มุ่งเน้นการสร้างความรู้ในการอนุรักษ์ระบบนิเวศ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนสืบไป

การวิจัยศึกษาการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในต่างประเทศ เช่น การจัดการศึกษาในรูปแบบการให้องค์ความรู้ต่าง ๆ ผ่านประสบการณ์ตรงที่ได้ประสบในชีวิตประจำวัน เป็นการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal education) จะกลายเป็นรากฐานสำคัญของการศึกษาตลอดชีวิต (Life long learning education) งานวิจัยของบรูมฮอลล์และคณะ (Broomhall; et al. 2010) ผลสำรวจจากการสัมภาษณ์ พบว่าการรับรู้ ความคาดหวังของการบริการที่ต่างกัน และองค์ประกอบของการเรียนรู้และวิธีการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ส่วนวิธีการแสวงหาและค้นพบความรู้ เป็นการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์ และสร้างการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยยึดหลักแนวคิดทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) ของ เพียเจต์ และทฤษฎีปัญญา (Theory of Multiple Intelligences) ของ การ์ดเนอร์ (พจนา ทรัพย์สมาน. 2549: 5,36) คือ ชาวนาปัญญาขั้นที่ 8 ความสามารถรอบรู้เรื่องธรรมชาติศึกษา ซึ่งผู้คิดกิจกรรมเข้าใจตรงนี้ จะสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติได้ และเป็นที่มาของกิจกรรมการเล่นเรียนแบบเพลิน (PLEARN=play+learn) (ชัยอนันต์ สมุทวณิช. 2541: 365-380) และนำมาเป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเพลินเพื่อการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

การใช้กลยุทธ์การตลาดในการจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายก่อนเจาะลึกความต้องการนั้น นาคาราชและพาว่า (Nagaraj; & Pawar. 2013) เน้นการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดในการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นเยาวชนที่อยู่ในวัยเรียน ส่วนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การจัดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้สำหรับเยาวชน โดยเน้นว่า การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด เพราะเยาวชนเหล่านี้จะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพในอนาคต สำหรับกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นเยาวชน คือ กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนหรือการตลาดสีเขียว หมายถึง การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีกระบวนการที่สร้างความรู้แก่ผู้บริโภค ออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เกิดของเสียน้อยที่สุด มีการจัดการของเสียแบบบูรณาการ (Integrated Waste Management) และการฟื้นฟูทรัพยากร (Resource recovery) คือ กลยุทธ์ 3R¹ (Fuller; & Ottman. 2004)

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติเขาค้อประกอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เหมาะแก่การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในการวิจัยครั้งนี้ ด้วยหลักการและเหตุผล คือ ประการแรก จากผลการวิจัยของททท. ปรากฏว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกมีความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาดสูงแต่มีความพร้อมระดับปานกลาง (Tourism Journal. 2013: 12-19) โครงการจังหวัดต้นแบบ ภายใต้ชื่อ "จังหวัดอัจฉริยะ" (Smart province) การเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นประโยชน์ต่อการตลาดการท่องเที่ยวและบริการของผู้ประกอบการรายย่อยของจังหวัดนครนายก โดยเน้นการสื่อสารสองทางกับผู้บริโภค นอกจากนี้ จังหวัดนครนายกเข้าเกณฑ์มาตรฐานตัวชี้วัดคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามนโยบายและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2538-2539 (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2550: 36,154-156)

การจัดการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เดินป่าศึกษาธรรมชาติที่เขาอก-เขาชะโงก ล่องแก่งแม่น้ำนครนายก หรือนั่งเรือชมทิวทัศน์รอบเขื่อนขุนด่านปราการชล และเขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นต้น ประการที่สอง คือการจัดการด้านการให้ความรู้ สร้างจิตสำนึก และความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ส่วนรายได้หลักของประชากรร้อยละ 75 จำนวน 25,568 ครัวเรือน เป็นเกษตรกร ประกอบอาชีพหลัก คือ ทำนา ทำสวนผัก ทำสวนผลไม้ และทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ (สำนักจังหวัดนครนายก. 2555: 12) ซึ่งทำให้พื้นที่จังหวัดนครนายกกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว

¹ เช่น การนำของใช้แล้วไปแปรรูปหรือผ่านกระบวนการแปรสภาพให้นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) เป็นต้น

เชิงนิเวศที่มีบรรยากาศชนบทได้รับความนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าไปเยี่ยมชม ชื้อและเก็บผลผลิตในสวน และเรียนรู้ภูมิปัญญาจากปราชญ์ท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม สถิติของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในปี 2558 มีจำนวนสูงถึง 2,620,237 คน มากกว่าจำนวนประชากรจังหวัดนครนายกอยู่ที่ 258,577 คน (กรมการท่องเที่ยว. 2559. ออนไลน์) สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ได้รับรู้ปัญหาและตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยการร่วมมือแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม จะช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ สิ่งสำคัญจะช่วยลดปัญหาของเยาวชน เช่น การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรลำดับต้น ๆ ของประเทศ ปัญหายาเสพติด ปัญหาเด็กแว้นส์ และเด็กติดเกมส์ ฯลฯ (นิคม วรณประเวศ. 2553)

ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนของจังหวัดนครนายกในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมาจากการท่องเที่ยว การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ โดยเฉพาะโปรแกรมสำหรับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นเยาวชน ที่เน้นสร้างการรับรู้และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งยังมีน้อยและหายาก จึงเป็นสิ่งจำเป็นและต้องกระทำและจำเป็นต้องนำหลักกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมาประยุกต์ในการพัฒนาโปรแกรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

ความมุ่งหมายการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผู้ที่เกี่ยวข้องของจังหวัดนครนายก
2. เพื่อสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก
 - 3.1 เพื่อประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ด้านความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนและหลังเข้าโปรแกรม
 - 3.2 เพื่อประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

2. ช่วยลดปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่สร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. ได้โปรแกรมการท่องเที่ยวรวมรายการครอบคลุมแนวคิดและกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนที่เหมาะสมกับจังหวัดนครนายก
4. นำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้ไปพัฒนาต่อในเชิงพาณิชย์
5. เป็นแนวทางให้กับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่จะช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** พื้นที่ที่ศึกษาได้แก่ เชื้อนขุนด่านปราการชลและศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

1.1 เชื้อนขุนด่านปราการชล เป็นโครงการในพระราชดำริสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 9 เพื่อพลิกฟื้นระบบนิเวศน้ำของจังหวัดนครนายก น้ำที่กักเก็บไว้ช่วยแก้ปัญหาภัยแล้งและอุทกภัยของพื้นที่ของจังหวัดนครนายก และยังเชื่อมโยงสู่ระบบนิเวศดินและป่า ช่วยลดความแห้งแล้งของพื้นที่ที่เกิดจากดินเปรี้ยวกลับมาอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ด้วยเหตุนี้ เชื้อนขุนด่านปราการชลจึงเป็นสิ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของชาวนครนายก ซึ่งร้อยละ 70 เป็นเกษตรกรผู้ทำการเพาะปลูกให้ชาวนครนายกเป็นพื้นที่สีเขียวและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชาวนครนายก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เพราะเป็นเขื่อนคอนกรีตอัดที่มีความยาวที่สุดในโลก (Roller Compacted Concrete Dam: RCC) 2,595 เมตร ตัวเขื่อนมีความสูง 93 เมตร ด้านการท่องเที่ยว เชื้อนขุนด่านปราการชลเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาเยือนจังหวัดนครนายก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเขื่อนและระบบนิเวศจากการบรรยายระหว่างนั่งรถรางชมสันเขื่อน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย ได้แก่ การล่องเรือย่อนสายธารสู่แหล่งต้นน้ำผืนป่าบนเขาใหญ่ การเดินป่าท่องไพร ส่วนกีฬาทางน้ำ ได้แก่ เรือใบ วินด์เซิร์ฟ และพายเรือคายัค นอกจากนี้ ความเพลิดเพลินจากการขึ้นชมทิวทัศน์อันงดงาม ภาพเบื้องหลังเขื่อนยังเป็นพื้นที่ป่าเชื่อมโยงกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตรงจุดท่องเที่ยว น้ำตกเหวนรก ที่อำเภอปากพลีมีเส้นทางอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสามของประเทศ และยังมีการวางแผนเชื่อมต่อกับอุทยานแห่งชาติอีก 3 แห่ง อุทยานแห่งชาติทับลาน ปางสีดา ตาพระยา และผนวกกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ รวมกันแล้วจะมีพื้นที่มากถึง 5,154.8 ตารางกิโลเมตร จะกลายเป็นแหล่งอนุรักษ์ความ

หลากหลายทางชีวภาพ ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอยู่ในระหว่างการดำเนินเสนอ คณะกรรมการมรดกโลก ขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

1.2 ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เป็นโครงการในพระราชดำริสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 9 ตั้งอยู่ห่างจากเขื่อนขุนด่านปราการชลประมาณ 500 เมตร เป็นศูนย์เรียนรู้ให้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ 22 จุด แต่ละจุดมีความเชื่อมโยงกับระบบนิเวศ ครอบคลุมภูมิประเทศของประเทศไทย จุดเด่น คือ มีพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติ คือ กิจกรรมเดินศึกษาธรรมชาติตามเส้นทาง บนเนื้อที่ 14 ไร่ บอกภูมิประเทศและอาชีพของคนในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา ช่วงเดือนตุลาคม 2556 – พฤษภาคม 2559 แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ (1)ระยะสำรวจสภาพการณ์ของพื้นที่และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว (2)ระยะพัฒนาโปรแกรม และ (3)ระยะทดลองและประเมินโปรแกรม

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยมี 2 กลุ่ม ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ หมายถึง ประชากรผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก และเชิงปริมาณ หมายถึงประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาเที่ยวที่เขื่อนขุนด่านปราการชลและที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

3.1 ประชากรที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวของ จังหวัดนครนายก เรียกว่าเป็น ผู้ให้ข้อมูล (Key informants) โดยใช้วิธีการอภิปรายกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูลในการอภิปรายกลุ่มเป็นตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน และชุมชน จำนวน 5 คน

- ภาครัฐ ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำเขต 8 (2) เจ้าหน้าที่จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครนายก และ (3) เจ้าหน้าที่ตัวแทนจากกรมชลประทาน ประจำเขื่อนขุนด่านปราการชล จังหวัดนครนายก

- ภาคเอกชน ได้แก่ (4) หัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

- ภาคการปกครองท้องถิ่น ได้แก่ (5) รองนายกองค์การบริหารตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

3.1.2 ส่วนผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 5 คน เป็นหัวหน้าและวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

3.2 ประชากรที่ใช้ในเชิงปริมาณ หมายถึง นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างแรก เป็นกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนตามกรอบปัจจัยส่วนประสมการตลาด 8 ประการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สอง เป็นกลุ่มเยาวชนที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชื่อมขุนด่านปราการชลและที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติในจังหวัดนครนายก ที่ตอบแบบสอบถามด้านความตระหนักรู้และความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบเจาะจงช่วงอายุ (Purposive sampling) ของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 13-15 ปี ที่เคยเดินทางมาทัศนศึกษาที่จังหวัดนครนายก ทั้งนี้ต้องขอความร่วมมือจากบุคลากร

2 ฝ่าย ฝ่ายแรกจากศูนย์เรียนรู้เพื่อสอบถามกำหนดการวันและเวลาที่มีการสำรองมาเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวเยาวชน พร้อมทั้งขอหมายเลขโทรศัพท์และอีเมลทรอนิกส์เมลล์ ติดต่อยังฝ่ายผู้ประสานงานหรือผู้จัดทัวร์แต่ละครั้ง เพื่อขอความร่วมมือในการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวเยาวชนและขอความอนุเคราะห์ช่วยตอบแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มาครั้งนี้ เมื่อได้รับการยินยอมจากทั้ง 2 ฝ่าย ยินดีและพร้อมให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย จึงส่งโทรสารหนังสือรับรองจากทางบัณฑิตวิทยาลัยว่าผู้วิจัย เป็นนิสิตของของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง (Experiment group) ประมาณ 100 คน ตามการรองรับของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เพื่อการประเมินความตระหนักรู้และความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวจำนวนของกลุ่มสอดคล้องกับข้อจำกัดการรองรับของศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติของแต่ละกลุ่มเพื่อแต่ละกิจกรรม และกลยุทธ์การจัดการกลุ่มเฉพาะทางการตลาด (Niche marketing strategies)

4. ตัวแปรที่ศึกษา ในระยะที่ 1 ขั้นสำรวจ และในระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมินประกอบด้วย

4.1 ตัวแปรที่ใช้ในการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชน

- ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเยาวชน
- ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ประการที่ใช้ประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยว

4.2 ตัวแปรขั้นทดลองและประเมิน ประกอบด้วย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเยาวชน ได้แก่ เพศ อายุ

รายรับต่อเดือนที่ได้จากพ่อแม่และผู้ปกครอง อยากมาเที่ยวกับใคร จำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกและมาจากภูมิลำเนาใด และปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ประการ

ตัวแปรตาม ได้แก่

- ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชนชนก่อนและหลังเข้าโปรแกรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก
- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Setting)** หมายถึง สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและบริบทที่ทำวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่

1.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ พื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติและมีทิวทัศน์สวยงาม ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ป่า น้ำตก ภูเขา เขื่อน สวนเกษตร และศูนย์เรียนรู้

1.2 องค์ประกอบด้าน บุคลากรและวิทยากรมีความรู้และประสบการณ์ในการถ่ายทอดแนวความคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว

1.3 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ชุมชนที่มีเป็นเกษตรกรทำนา ทำสวนเป็นอาชีพ

1.4 องค์ประกอบการจัดการ ด้านการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นศูนย์เรียนรู้ให้แนวคิดและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ คือ เขื่อนขุนด่านปราการชล นอกจากเป็นจุดที่ให้ความรู้เรื่องประโยชน์ หน้าที่ของเขื่อน ตลอดจนระบบนิเวศของแหล่งน้ำจัดและนิเวศบนบก

2. **ความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนคนไทยต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวเยาวชนคนไทยอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี ต้องการที่จะได้รับการมาใช้บริการสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเลือกสถานที่ที่เขื่อนขุนด่านปราการชลและศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าด่าน อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เรียนรู้แนวคิดและกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ราคาค่าใช้จ่าย 3) สถานที่การติดต่อเพื่อสำรองทัวร์และชำระเงินก่อนวันเดินทางท่องเที่ยว 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคลากรที่เป็นวิทยากรและมัคคุเทศก์ 6) การมีพันธมิตรทางธุรกิจของผู้ให้บริการและเครือข่าย 7) กระบวนการให้บริการ และ 8) การจัดโปรแกรมสำเร็จรูป

3. ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง การมีจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม ผ่านการรับรู้โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า เกิดการรู้แจ้งเห็นจริงอย่างชัดเจนในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นพื้นฐานความรู้ทั่วไป แสดงความเข้าใจโดยการสื่อสาร และการปฏิบัติกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเยาวชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หลังการเข้าร่วมโปรแกรมปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวเยาวชนจะเกิดความตระหนักรู้ถึงความรับผิดชอบในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพยายามลดของเสียจากการผลิตและบริโภค ดังนั้น การสร้างความตระหนักรู้เพิ่มขึ้นและขยายวงกว้างออกไปในสังคมทุกกลุ่ม จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน อันจะทำให้ธรรมชาติเกิดความสมดุล

4. ความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเยาวชนหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เชื่อมขนานด้านปรากฏการณ์และศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าด่าน อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยกลยุทธ์การตลาด 8 ด้าน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบในการสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เรียนรู้แนวคิดและกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ราคาค่าใช้จ่าย 3) สถานที่ติดต่อเพื่อสำรองก่อนมาท่องเที่ยว 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคลากรที่เป็นวิทยากรและมัคคุเทศก์ 6) การมีพันธมิตรทางธุรกิจของผู้ให้บริการและเครือข่าย 7) กระบวนการให้บริการ และ 8) การจัดโปรแกรมสำเร็จรูป

6. การตลาดยั่งยืน (Sustainable marketing) หมายถึง แนวคิดที่เป็นตรรกะในการจัดการตลาด โดยเน้นผลลัพธ์ประเด็นการอนุรักษ์ระบบนิเวศและสังคม เพิ่มจากการทำการตลาดเพื่อหวังผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ที่ดีของบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (stakeholder) ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้า พนักงาน ชุมชน และสังคม ที่ต้องเติบโตไปพร้อมกัน และแบ่งปันผลกำไรที่ได้รับอย่างเป็นธรรมแล้ว การปรับวิธีคิดในการทำธุรกิจ อะไรที่ดีต่อสังคมถือว่า ดีต่อธุรกิจ การจะทำแนวคิดนี้ให้เกิดขึ้นได้ความยั่งยืนได้ การพัฒนาทั้ง “องค์ความรู้” และ “สร้างทรัพยากรบุคคล” จะช่วยกันยกระดับสังคมให้ยั่งยืนตลอดไป การมองแนวคิดการตลาดยั่งยืนให้เห็นเป็นรูปธรรม คือ แนวคิดการตลาดการสีเขียว (Green marketing concept) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทัศน์ใหม่ในมุมมองการตลาดที่พัฒนาสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยการกระบวนการ 2 ส่วน ดังนี้

6.1 กระบวนการจัดการกำจัดของเสีย เช่น ขยะ (Integrated Waste Management: IWM)

ได้แก่ กลยุทธ์ 3R ประกอบด้วย การลดการใช้ (Reduce) การนำกลับมาใช้ (Reuse) และนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้อย่างสิ้นเปลืองมาแปรรูปอีก (Recycle)

6.2 กระบวนการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Design for Environment : DFE)

ได้แก่ การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว ทำให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งด้านแนวคิดและกิจกรรม

7. การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ (Educational tourism) หมายถึง การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวระยะสั้นที่ดำเนินการในช่วงเวลาว่างและวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลักและให้เกิดองค์ความรู้จากการท่องเที่ยวที่มีการจัดการ (Organized learning) โดยกำหนดว่าเป็นการเรียนรู้แขนงต่าง ๆ เช่น การเรียนรู้ในเวทียุทธศาสตร์ การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน โดยมีการวางแผนล่วงหน้า มีขั้นตอนที่ชัดเจน มีครูผู้สอนที่ชำนาญ มีวิธีการฝึกหัดตามแบบแผน และเป็นการเรียนรู้มักได้จากการประสบการณ์จริง ไม่ใช่การเรียนรู้จากตำรา ซึ่งสามารถนำความหลากหลายของการศึกษาธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนไปใช้กับชีวิตประจำวันได้

การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเรียนรู้มีการจัดขึ้นทั่วไป ภายในประเทศที่มีการจัดกิจกรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนก่อ เช่น การจัดทัศนศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวการศึกษาสามารถจัดขึ้นเองเป็นแบบส่วนบุคคลอิสระ เอกชน หรือจัดอย่างเป็นทางการ โดยสถาบันทางการศึกษา มีการประสานงานกับผู้ประกอบการบริษัททัวร์ ประชาชนท้องถิ่น ผู้บรรยายให้ความรู้ แหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ แนวคิดสีเขียว 7 ประการ (7Green concepts) ได้แก่ 1) การปลูกจิตสำนึก (Green heart) 2) กิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Green activity) 3) เดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green logistics) 4) ชุมชนอนุรักษ์อัตลักษณ์และวิถีชีวิตอย่างสมดุล (Green community) 5) การบริการได้มาตรฐาน (Green service) 6) บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (Green attraction) และ 7) การสร้างโอกาสในการดูแลโลกอย่างสม่ำเสมอ (Green plus)

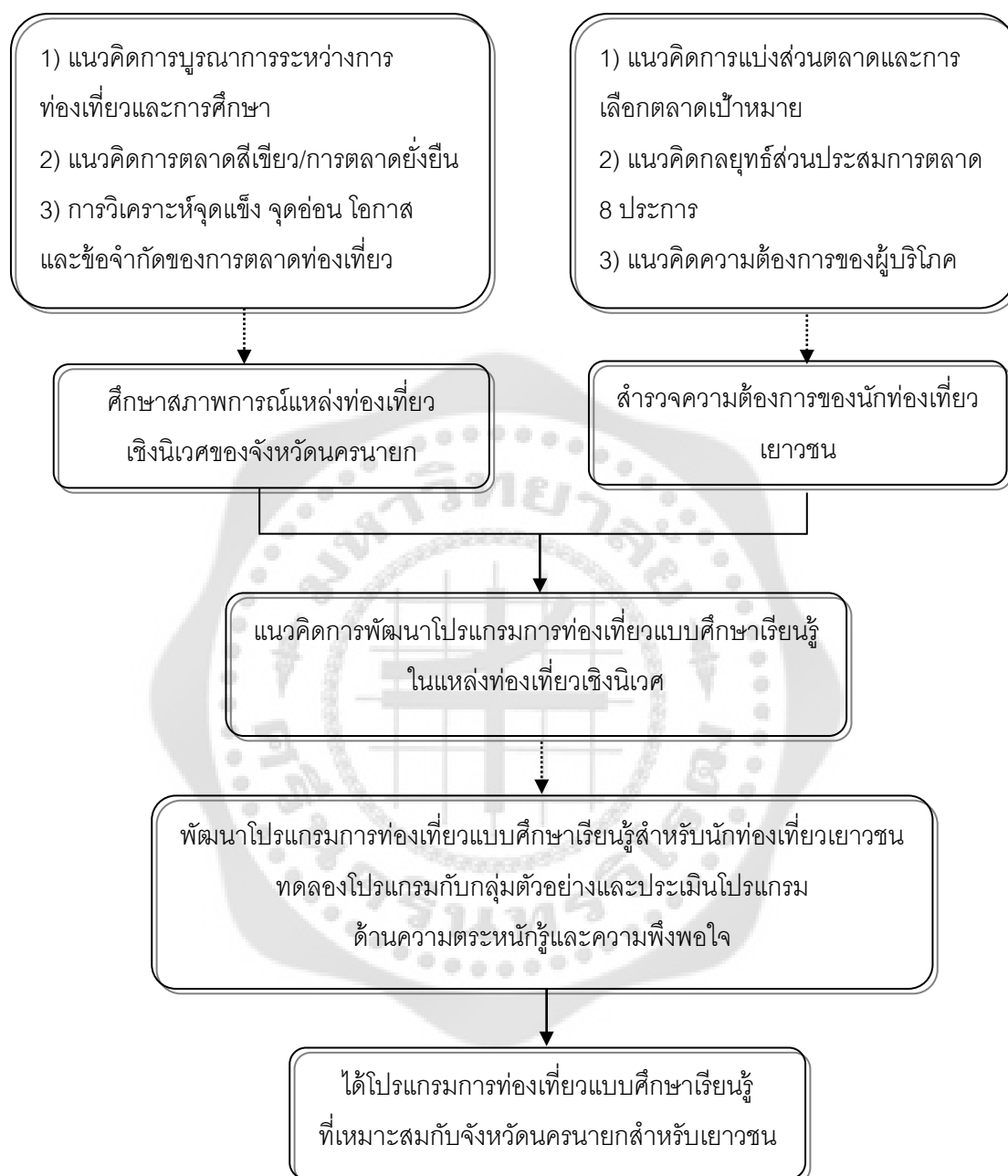
8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ เชื้อขนด้านปราการชลให้ความรู้ระบบนิเวศน้ำแบบองค์รวม และศูนย์เรียนรู้ภูมิรัฐธรรมชาติจัดกิจกรรมฐานเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์ ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยวิทยากรและปราชญ์ท้องถิ่น โดยมีกระบวนการเรียนรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดการสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรดิน น้ำ ป่า และคน

9. โปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ หมายถึง โปรแกรมที่รวมรายการให้ความสนุกสนานในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตามเส้นทางและจุดต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้ ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูระบบนิเวศ และเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมลงฐานปฏิบัติผลิตสินค้าอุปโภค เช่น สบู่และแชมพูสมุนไพรไว้ใช้เอง เป็นต้น และกิจกรรมลงฐานเกษตรกรรม เช่น การทำปุ๋ย การสีข้าว เป็นต้น เพื่อพัฒนาให้นักท่องเที่ยวเยาวชนได้รับรู้และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิต ในขณะเดียวกันก็สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเยาวชนด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดหลักของกรอบการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ๆ แรก คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวด้านอุปทาน หมายถึง บริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครนายกวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์ หมายถึง บริบททางการตลาดผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวเยาวชน ซึ่งแนวคิดทั้งสองด้านจะเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ตามแนวคิดของเฟเนเนลล์ (Fennell. 2002, 2008) แนวคิดด้านแรกประกอบด้วยแนวทางการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของริทชีและคณะ (Ritchie; Carr; & Cooper. 2003) ผสมผสานกับแนวทางการตลาดยั่งยืนของฟูลเลอร์ (Fuller. 1999) และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเกษม จันทรแก้ว (2553) และใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดทางการตลาด เพื่อสำรวจสภาพการณ์ของพื้นที่ที่ศึกษา ส่วนแนวคิดด้านที่สองประกอบด้วยแนวคิดการตลาดท่องเที่ยวและการบริการ ประกอบด้วยการแบ่งส่วนตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ประการ และแนวคิดความต้องการผู้บริโภค มาทำการวิจัยตลาดเพื่อสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชน เมื่อได้ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จึงนำไปพัฒนาโปรแกรม ทดลองใช้ และประเมินความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวฯ ให้ได้ขั้นตอนสุดท้าย คือ โปรแกรมที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก ตามกรอบแนวคิด ภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกัน (มีระดับความตระหนักรู้หลังเข้าร่วมสูงกว่าก่อนเข้าร่วม)

2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชน โดยแบ่งเป็นสมมติฐานย่อย

2.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามเพศ

2.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามรายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง

2.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด

2.4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามภูมิฐานะ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ 2 ประกอบด้วยแนวคิดตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวด้านอุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์บริบทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก แนวคิดการพัฒนาและการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ซึ่ง โดยมีรายละเอียดดังหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านอุปทาน

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกของกลุ่มสนใจเฉพาะเรื่อง

2.1.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1.1.2 แนวคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

2.1.2 แนวคิดการตลาดยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ

2.1.3 แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

2.1.4 แนวคิดการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของการตลาดท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์

2.2.1 แนวคิดการตลาดที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวและการบริการ

2.2.1.1 แนวคิดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

2.2.1.2 แนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

2.2.2 แนวคิดวิเคราะห์การตลาดด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว

2.2.2.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.2.2 แนวคิดความต้องการของผู้บริโภค

2.2.2.3 แนวคิดการรับรู้ของผู้บริโภค

2.2.2.4 แนวคิดการเรียนรู้ของผู้บริโภค

2.2.2.5 แนวคิดทัศนคติของผู้บริโภค

2.3 แนวคิดการพัฒนาและการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

2.3.1 แนวคิดความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว

2.3.2 แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว

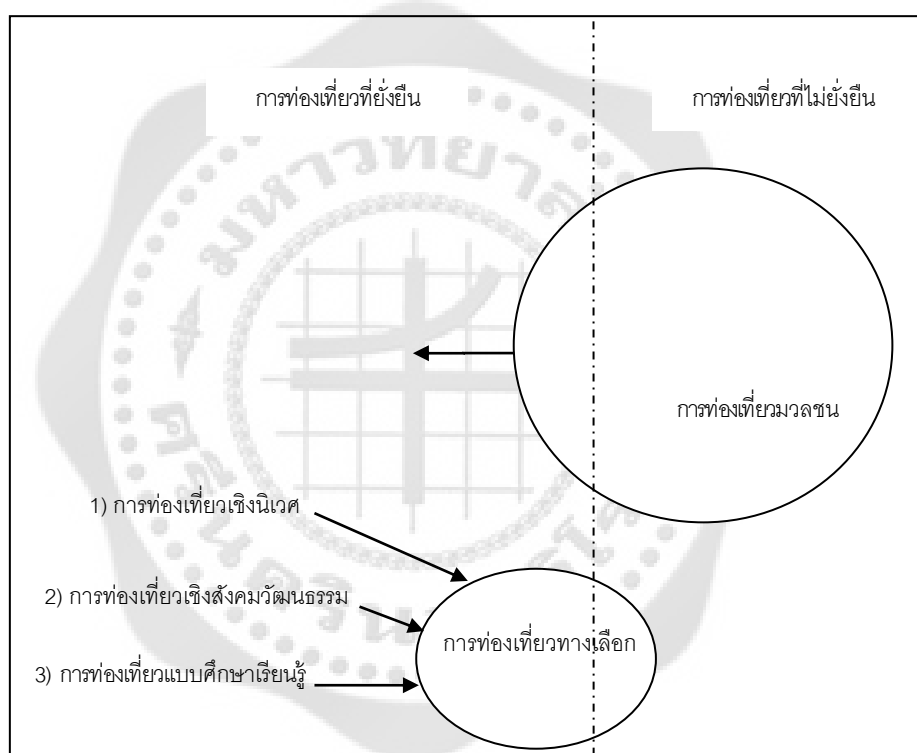
2.4 บริบทแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านอุปทาน

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกของกลุ่มสนใจเฉพาะเรื่อง

แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกของเดวิด เอ. เฟนเนลล์ (Fennell. 2008: 16) นักวิชาการชาวแคนาดา ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม ได้แบ่งกลุ่มการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของมวลชน (Large scale / Mass tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน และการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative tourism : AT) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยแบ่งย่อยเป็น 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural tourism) และ 3) การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ ดังปรากฏในภาพประกอบ 2

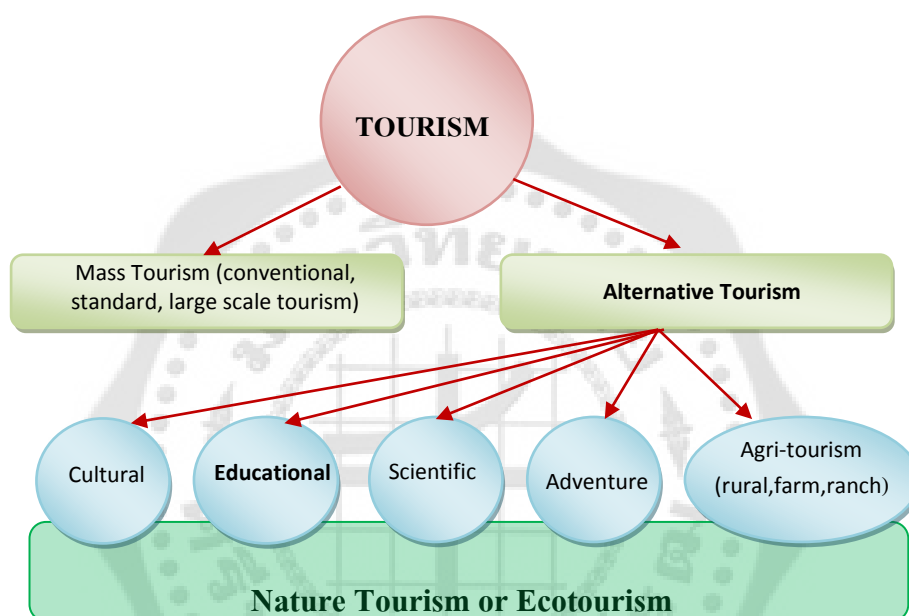


ภาพประกอบ 2 การท่องเที่ยวทางเลือกที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบมวลชน

ที่มา: ดัดแปลงจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนและการท่องเที่ยวทางเลือก Fennell. (2008) *Ecotourism*. p.16.

แนวคิดของเฟนเนลล์สอดคล้องกับแนวคิดของเวริงก์และนีล (Wearing; & Neil. 2009: 5) ที่ให้ความสำคัญจัดการท่องเที่ยวทางเลือก 2 มิติ ทั้งความยั่งยืนของระบบนิเวศและความยั่งยืนของวัฒนธรรมของสังคมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมตามหลักการของการปฏิบัติที่มี

ลักษณะเฉพาะ และยังให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สังคม และคุณค่าแก่ชุมชน (Natural, social and community values) แต่แวริงได้จำแนกประเภทการท่องเที่ยวแตกต่างจากเฟนเนลตรงการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเป็น ทางเลือกแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ (1) เติ่งวัฒนธรรม (Cultural) (2) เติ่งศึกษาเรียนรู้ (Educational) (3) เติ่งวิทยาศาสตร์ (Scientific) (4) เติ่งผจญภัย (Adventure) และ (5) เติ่งเกษตร (Agri-tourism) การท่องเที่ยวทั้ง 5 รูปแบบ แต่ละรูปแบบจะมีหลักการที่เป็นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงธรรมชาติ (Ecotourism/ Nature tourism) ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 การท่องเที่ยวทางเลือก 5 ประเภท

ที่มา: Alternative Tourism Model ของ Mieczkowski. 1995 (อ้างใน Wearing; & Neil. 2009: 4)

ส่วนแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ของทิพวรรณ พุ่มมณี (2550: 3: 22) เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ภายใต้หลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และเป็นการผสมผสานหลายรูปแบบ เน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเฟนเนลล์ และสอดคล้องกับแวริงที่ตรงที่การท่องเที่ยวทางเลือกจะส่งผลดีกับสังคม โดยเฉพาะกับชุมชนในท้องถิ่น จะมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ได้รับประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยว และมีคุณภาพทางสภาพแวดล้อม มีการรณรงค์ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อสร้างจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแพร่ขยายไปทั่วภูมิภาคของโลก การพัฒนาท่องเที่ยวในทิศทางที่สามารถ

ประสานประโยชน์เชิงเศรษฐกิจสังคม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน อำนาจประโยชน์ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวดำเนินได้ตลอดไป ส่วนการประเภทของการท่องเที่ยวก็เน้นเรื่องความยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวในฟาร์ม การท่องเที่ยวชนบท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.1.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

แนวคิดของสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางที่มีความรับผิดชอบต่อพื้นที่ธรรมชาติ มีความใส่ใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการการศึกษาเรียนรู้และการสื่อความหมายซึ่งกันและกันของบุคลากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการและนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้บริการ (The International Ecotourism Society. 2016. ออนไลน์)

ส่วนแนวคิดของเมแกน เอฟเลอร์ วูด แห่งองค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนลักษณะความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ มุ่งหวังในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพันธุ์ไม้และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกัน ก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากร ในท้องถิ่น (Wood, Megan Epler. 2016. ออนไลน์)

ในมุมมองผู้เชี่ยวชาญในประเทศไทย (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ. 2555: ออนไลน์) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความหมาย การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง/มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงนโยบาย กฎยุทธ์ และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังต่อไปนี้

1) **นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** เมื่อปี พ.ศ. 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ว่าจ้างสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ให้ทำการศึกษาโครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถาบันดังกล่าวได้ทำรายงานขั้นสุดท้ายเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อ พ.ศ. 2540 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542: 5) ในรายงานได้มีการเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำไปพิจารณาดำเนินการต่อไปนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เสนอไว้ในรายงานมี ดังนี้

- มีการควบคุม ดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพ เดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยง หรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกกระทบหรือฟื้นฟูได้ยาก
- คำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบ และกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิมและการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ (การเพิ่มรายได้แต่เพียงประการเดียว)
- ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วม ในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ และให้องค์กรต่าง ๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม
- นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงและเพียงพอ
- สนับสนุนการศึกษาวิจัย และประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน
- มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแล และรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย
- จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง
- จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และการจัดการร่วมกันในทุกระดับ

2) กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้เสนอกลยุทธ์ในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควบคู่ไปกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เป็นแนวทาง ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำไปพิจารณาดำเนินการด้วยเช่นกัน โดยแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ การสงวนรักษา ฟื้นฟู ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้ เพื่อสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุด หรือตลอดไป ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย โดยป้องกันและลดสาเหตุที่อาจทำให้เกิด

ปัญหามลพิษ และเจ้าของพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันต่าง ๆ ในสังคม องค์กรประชาชน และประชาชนในท้องถิ่น ต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์ รักษาสภาพแวดล้อม ไม่ทำลาย หรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

– กลยุทธ์ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว มีวิธีการที่สำคัญ คือ มีความเข้มงวดในการรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติ และทางสังคม โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการการท่องเที่ยวนั้น จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม และมีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เส้นทางคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ การบริการที่พัก การบริการอาหาร และเครื่องดื่ม

– กลยุทธ์ด้านการศึกษาและสื่อความหมายธรรมชาติ ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ ประการที่ 1 เป็นสื่อกลางทางการศึกษา และการเรียนรู้ด้านระบบนิเวศของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประการที่ 2 การให้ข้อมูลก่อนการท่องเที่ยว การศึกษาระหว่างการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้การศึกษเพิ่มเติมในภายหลังด้วย ประการที่ 3 ให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง และได้มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การสื่อความหมายธรรมชาติ การฝึกอบรม การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง กรณศึกษา การเล่นเกม บทบาทสมมติ การอภิปราย

– กลยุทธ์ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ประกอบด้วยวิธีการที่สำคัญ กล่าวคือ ประการแรกให้ความสำคัญแก่ประชาชนในท้องถิ่น ในด้านที่จะมีบทบาทในการกำกับดูแล และควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรี และส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาตนเองเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ร่วมพัฒนาจุดขายต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้าด้านวัฒนธรรม ศิลปะและประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

– กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยวด้วยวิธีการที่สำคัญ คือ ประการที่ 1 การจัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นทรัพยากรที่มีความอ่อนไหว อาจได้รับผลกระทบได้ง่าย หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป ประการที่ 2 การมุ่งส่งเสริมให้พัฒนาเป็นตลาดที่มีคุณภาพ ไม่ใช่พยายามเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว และประการที่ 3 ให้มีการจัดบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ โดยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

– กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการลงทุน มีวิธีการที่สำคัญ คือ รัฐบาลกลาง และหน่วยงานของรัฐจะต้องมีส่วนร่วมสนับสนุนอย่างแข็งขัน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น

3) รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

– การเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เส้นทางธรรมชาติ (Nature trail) หมายถึง เส้นทางที่กำหนดไว้ หรือแนะนำให้นักท่องเที่ยวเดินชมสภาพธรรมชาติของพื้นที่แห่งหนึ่งแห่งใด เช่น บริเวณป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชายเลน ป่าพรุ ทั้งนี้เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวหลงทาง หรือเดินสะเปะสะปะไปเหยียบย่ำทำลายพืชพรรณไม้ หรือได้รับอันตรายจากอุบัติเหตุ ตามเส้นทางเดิน จะมีเครื่องหมายบอกทาง รวมทั้งมีป้ายแนะนำชื่อพรรณไม้ต่าง ๆ และสิ่งที่น่าสนใจควรทราบในสถานที่นั้น มีการทำเส้นทางให้เดินได้อย่างสะดวกสบายพอสมควร และไม่เกิดอันตราย

– การส่องสัตว์/ดูนก เป็นการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสัตว์ป่าและนกชนิดต่าง ๆ ในแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของมัน โดยการมองจากกล้องส่องทางไกล การส่องไฟฉายในช่วงเวลากลางคืน และการถ่ายภาพ บริเวณพื้นที่ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด และอุทยานนกน้ำ รวมทั้งสถานที่บางแห่งซึ่งมีนกย้ายถิ่นตามฤดูกาลบินมาเกาะอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

– การสำรวจถ้ำ/น้ำตก เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมกันมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาให้เดินทางเข้าถึงได้ไม่ยากนัก ถ้ำเป็นลักษณะภูมิประเทศที่พบมากในบริเวณภูเขาหินปูน หากเกิดตามบริเวณชายฝั่งทะเล เรียกว่า ถ้ำทะเล ภายในถ้ำมักมีหินงอกหินย้อยสวยงาม หากเป็นถ้ำขนาดใหญ่อาจมีความยาวหลายร้อยเมตร ภายในถ้ำก็ได้ และเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการ เข้าไปสำรวจ หรือดูความงดงามของหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ

– การปีนเขา/ไต่เขา เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่เคยชิน และเพิ่งจะเริ่มนำเข้ามาเผยแพร่ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เมื่อไม่นานมานี้ การปีนเขา/ไต่เขาต้องอาศัยประสบการณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ ยังต้องมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ช่วย ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีทำกันบ้างตามหน้าผาชันบริเวณชายฝั่งทะเลบางแห่ง ในภาคใต้ของประเทศไทย

– การล่องแก่ง ลำน้ำบางสายที่มีแก่งหินพาดผ่านกลางลำน้ำ ทำให้น้ำไหลเชี่ยวมากเป็นพิเศษ หรืออาจมีโขดหินโผล่พ้นพื้นน้ำ กั้นขวางทางเป็นตอน ๆ ลักษณะเช่นนี้ ทำให้เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ที่เรียกว่า การล่องแก่ง (Rapids shooting) โดยนักท่องเที่ยวนั่งในเรือยางขนาดเล็ก หรือบนแพไม้ไผ่ ล่องไปตามลำน้ำที่น้ำไหลเชี่ยวกราก และพยายามหลบหลีกโขดหินต่าง ๆ ที่กั้นขวางอยู่ในลำน้ำ

– การนั่งเรือชมทิวทัศน์ เป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนสบาย ๆ ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ที่มีแม่น้ำลำคลองเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวได้ชมภูมิประเทศตามสองฝั่งลำน้ำ และสังเกตดูชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ การนั่งเรือชมภูมิประเทศยังครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยว ในบริเวณอ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ และในท้องทะเลด้วย

– การพายเรือแคนู/เรือเคย์ก เรือแคนู (Canoe) และเรือเคย์ก (Kayak) เป็นรูปแบบของเรือพายที่นำมาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยวตามลำน้ำ เป็นเรือพายขนาดเล็ก นั่งได้ 1-3 คน ตัวเรือใช้วัสดุที่คงทนแต่น้ำหนักเบา ไม่ลมน้ำหนัก และพายได้คล่องตัว คำว่า แคนู เป็นชื่อเรือพายของชนพื้นเมืองแถบทะเลแคริบเบียนในอเมริกากลาง ส่วนเคย์กเป็นชื่อเรือพายของชาวเอสกีโมในทวีปอเมริกาเหนือ การพายเรือแคนู และเรือเคย์ก เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้ มีทั้งการล่อง แก่งในลำน้ำ และการพายเรือชมทัศนียภาพตามชายฝั่งทะเล

– การขี่ม้า/นั่งช้าง การขี่ม้าหรือนั่งช้างเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่สร้างความสนุกสนานตื่นเต้น ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าไปชมสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะการนั่งช้าง ซึ่งเหมาะสำหรับการเข้าไปในบริเวณป่า อันเป็นที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของสัตว์ชนิดนี้

– การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศ การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศให้ทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลินในการชมภูมิประเทศสองข้างทาง และการออกกำลังกาย จึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มวัยสาว ปัจจุบันมีรถจักรยานที่ออกแบบให้พับขึ้นได้คล่องแคล่ว และเบาแรง เหมาะสำหรับการเดินทางในระยะไกล และการเดินทางขึ้นลงตามลาดเขา เรียกชื่อรถจักรยานดังกล่าวว่า รถจักรยานเสือภูเขา

– การกางเต็นท์นอนพักแรม การกางเต็นท์นอนพักแรมเป็นกิจกรรมที่นิยมทำกัน ในบริเวณอุทยานแห่งชาติ หรือในสถานที่ ซึ่งจัดตั้งอำนวยความสะดวกไว้ให้โดยเฉพาะ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตอนกลางคืน อาจมีกิจกรรมอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การส่องสัตว์ การสังสรรค์รอบกองไฟหรือการเล่นแคมป์ไฟ (Campfire) การดูดาว

– การดำน้ำในทะเล การดำน้ำในทะเลเพื่อดูปะการัง ฟิชชิ่ง และปลาสวยงามใต้น้ำ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในขณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ "การดำน้ำในน้ำตื้น" ใช้เครื่องมือช่วยการหายใจ ที่เรียกว่า ท่อหายใจ (Snorkel) เพื่อให้ผู้ดำน้ำสามารถดำน้ำได้ในระดับผิวน้ำ ที่ลึกไม่เกินความยาวของท่อหายใจ และ "การดำน้ำในน้ำลึก" อาศัยเครื่องมือช่วยการหายใจเป็นถังออกซิเจนขนาดเล็ก ผูกติดไว้กับผู้ดำน้ำ (Scuba diving)

สรุปแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในพื้นที่ที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ มีระบบนิเวศ มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีนโยบายสร้างจิตสำนึกที่ดีในการร่วมมือกันรักษาระบบนิเวศให้สมดุลกับระบบเศรษฐกิจ ใช้กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว การศึกษาและสื่อความหมายธรรมชาติ การส่งเสริมการตลาดและบริการ การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ร่วมจัดรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกิจกรรมทั้งแบบผจญภัย (Adventure) ที่สร้างความตื่นเต้น หรือกิจกรรมแบบสบาย ๆ (Soft adventure) ที่เหมาะสมกับนิเวศภูมิทัศน์ เพื่อการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวิถีชีวิตของคนในชุมชน

2.1.1.2 แนวคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

แนวคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของบริตทริชี (Ritchie; Carr; & Cooper. 2003: 18) คือ การบูรณาการแนวคิดกิจกรรม 2 ประเภท ความสนุกและความรู้เข้าด้วยกันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับด้วยขณะท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าจะตัดสินใจให้ความสำคัญกับการเรียนรู้มากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก เพลิดเพลิน หรือมีจุดหมายปลายทางของการเดินทางเพื่อการันทนาการและการพักผ่อน ซึ่งทั้ง 2 แบบก็เป็นการใช้เวลาว่างอย่างมีคุณค่า

แนวคิดของริตชีขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

- 1) ต้องมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ให้บรรลุวัตถุประสงค์กล่าวคือ ภายใต้วัตถุประสงค์หลักคือเกิดองค์ความรู้จากการท่องเที่ยวระยะสั้นที่ใช้เวลาดำเนินการในช่วงเวลาว่างและในวันหยุดและได้รับการเรียนรู้จากการท่องเที่ยว ส่วนวัตถุประสงค์รองคือ การเรียนรู้แล้วจึงท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงแบบเรียนรู้มีการจัดขึ้นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเลือกการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายตามวัย เพศ อาชีพ เป็นต้น โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โปรแกรมทัศนศึกษาเพื่อการเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม และโปรแกรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสถาบัน ซึ่งสามารถรวมกลุ่มจัดขึ้นเองตามความสนใจ หรือจัดการโดยหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยและโรงเรียน ร่วมมือกับบริษัทจัดนำเที่ยวในการพาไปศึกษาธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน

2) มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ตามแนวคิดริทซ์มี ดังนี้การสร้างควมพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยการวิจัยตลาดสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นการเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ องค์ประกอบด้านความสอดคล้องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวและอุปทานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การแบ่งส่วนการตลาด การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายโดยการจำแนกอายุ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวและยังเรียนอยู่ในวัยเรียน นักท่องเที่ยววัยทำงาน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

3) มีความร่วมมือเป็นพันธมิตรกัน (Partnership) ของบุคคลและองค์กรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการบริษัทจัดนำเที่ยว รีสอร์ท ระหว่างสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน พิพิธภัณฑ (Education and learning providers) และสถานที่ท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และบริษัทจัดนำเที่ยว (Tour operator) จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ ในการประสานงานของบุคลากรหลายฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย ซึ่งสำคัญหมายรวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย ส่วนอุปสรรค (Hampering/threats) คือ การขาดการวิจัยที่เข้าใจถึง อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ที่เกิดจากความร่วมมือในการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้

นอกจากนี้ หากพิจารณาแนวคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้แบบเพลิน (PLEARN) ของชัย อนันต์ สมุทวณิช (2541) พบว่าคำว่าเพลินมาจาก play + learn ซึ่งเมื่อออกเสียงเป็น “เพลิน” แล้วให้ความหมายที่ดี กล่าวคือ การเล่นเกมทำให้เยาวชนเพลิน เพราะถ้าเรียน (learn) อย่างเดียวก็เกิดความเบื่อ แต่เล่น (play) อย่างเดียวก็จะเป็นการไร้สาระจนเกินไป ดังนั้น ชัยอนันต์ มีความเห็นว่า การเรียนในระบบโรงเรียนล้มเหลว ซึ่งทำให้ทั้งครูและนักเรียนเกิดความทุกข์ เพราะระบบโรงเรียนพยายามจะบังคับให้เด็กเรียนและรับในสิ่งที่เด็กไม่สนใจ แต่การที่ให้ ทางเลือก ก็ต้องให้เด็กเข้าใจด้วยว่าเด็กๆ ควรรู้จักเลือก ไม่ใช่เลือกที่จะเล่นโดยไม่เรียน และก็ไม่ใช่การเลือก ที่จะเรียนอย่างเดียวโดยไม่เล่น กล่าวคือเป็นทางสายกลาง ซึ่งครูควรเข้าใจ และต้องมีความคิดอย่างสร้างสรรค์ (creativity) จึงจะสร้างกระบวนการเพลินได้

อย่างไรก็ตาม แนวคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ (การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้. 2556: ออนไลน์)หมายถึง การเดินทางที่มีการเรียนรู้เกิดขึ้น ซึ่งมีความหมายเฉพาะเจาะจงว่าเป็นการเรียนรู้โดยมีการจัดการ (Organized learning) เช่น มีการวางแผนล่วงหน้า มีขั้นตอนที่ชัดเจน มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีวิธีการฝึกหัดตามแบบแผน เป็นต้น นอกจากนี้ การเรียนรู้มักได้จากประสบการณ์จริง ไม่ใช่การเรียนรู้จากตำรา การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ มักจะประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึง

การวางแผน การเดินทาง การวางแผนการศึกษาในรูปแบบของหลักสูตร การเรียนรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวและการประเมินผล ลักษณะดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะของการได้เรียนรู้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ลักษณะแตกต่างอีกอย่างหนึ่งก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้เป็นการท่องเที่ยวตามอัธยาศัย โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นผู้กำหนดลักษณะแนวคิดและกิจกรรมคล้ายการกำหนดหลักสูตรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เลือกวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ที่มีพื้นฐานความรู้ดีมีทักษะในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น เป็นครูผู้สอนภาษาต่างประเทศในสถาบันการศึกษา สอนเรื่องสิ่งแวดล้อม หรือสอนเรื่องศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

สรุป การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้เป็นการท่องเที่ยวแบบสหวิชาสองสาขามารวมกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเป็นหลักและเพิ่มองค์ความรู้ เช่น การเข้าอบรมภาษาต่างประเทศระยะสั้นในประเทศที่เป็นเจ้าของภาษา หรือการเรียนรู้สาขาวิชาอื่น ๆ ภายในประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปและวัฒนธรรม เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดด้านการท่องเที่ยวทางเลือก สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางเลือกมีฐานคิดและหลักการพื้นฐานในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และบริบทที่เกี่ยวข้องให้มีความยั่งยืน ประเภทของการท่องเที่ยวมีหลากหลาย หรือผสมผสานได้ขึ้นกับสภาพพื้นที่ และเลือกกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สนับสนุนให้เป็นกลุ่มเล็กซึ่งสะดวกแก่การบริหารจัดการทั้งด้านสถานที่และวิทยากร หรือกลุ่มใหญ่ที่มีจำนวนไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร และชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ นอกจากนี้ กิจกรรมที่ปฏิบัติควรแทรกแนวคิดเรื่องการเมืองมีจิตสำนึกในการร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

2.1.2 แนวคิดการตลาดยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ

แนวคิดด้านการตลาดยั่งยืน (Sustainable marketing) ตามแนวคิดของอาร์มสตรองและคอตเลอร์ (Armstrong; & Kotler. 2013: 33) หมายถึง การตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน การดำเนินงานของธุรกิจ ในขณะเดียวกันมีการอนุรักษ์เพื่อยกระดับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของอนุชนรุ่นลูกหลานในอนาคต ต่างจากการตลาดแบบเดิมองค์กรหรือบริษัทสร้างทั้งคุณค่าและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ผ่านการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งผลให้เกิดคุณค่าตอบแทนกลับสู่องค์กรหรือบริษัท ซึ่งต่างกับแนวคิดการตลาด 3.0 ของคอตเลอร์และคณะ (ฟิลิป คอตเลอร์; เฮมาราวัน การตะจายา; & อีวาน เซเตียวาน. 2554) ที่ให้ความเห็นในการตลาด 3.0 ว่าการตลาดเป็นแนวคิดที่มีความเป็นพลวัตและเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสภาพแวดล้อมจากภายนอก ฯลฯ ทำให้เกิดแนวคิดต่อยอดที่ทำให้การตลาดยั่งยืนต่อไปได้โดยความหมายของการตลาดยั่งยืนหมายถึง การทำการตลาดเพื่อหวังผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน และมี

ความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของการผลิตทุกภาคส่วน และการแบ่งปันผลกำไรอย่างเป็นธรรม สำหรับองค์ประกอบที่ทำให้การตลาดยั่งยืนนั้น มีดังนี้ ประการแรก ธุรกิจไม่ได้แสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว ประการที่ 2 ธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชนและสังคม ประการที่ 3 ธุรกิจให้คำตอบแทนกับบุคลากรและอย่างยุติธรรมในระดับพนักงาน ควรเปิดช่องทางให้พนักงานและลูกค้าสามารถส่งเรื่องร้องเรียนถึงผู้บริหารได้โดยตรง ประการที่ 4 ธุรกิจมีการฝึกอบรมพนักงานนั้นคือต้นทุนที่จ่ายไปจะสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า ส่งผลให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าประทับใจ โดยพนักงานต้องมีความห่วงใย ซึ่งกันและกัน และมีวัฒนธรรมสร้างนวัตกรรม ประการสุดท้ายผู้ประกอบการสามารถสร้างและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้นโดยไม่ต้องใช้งบประมาณที่สูงเกินความจำเป็น เนื่องจากบริษัทที่มีแบรนด์ที่ดี ลูกค้าจะช่วยเหลือหรือบอกต่อความพึงพอใจให้ผู้อื่น

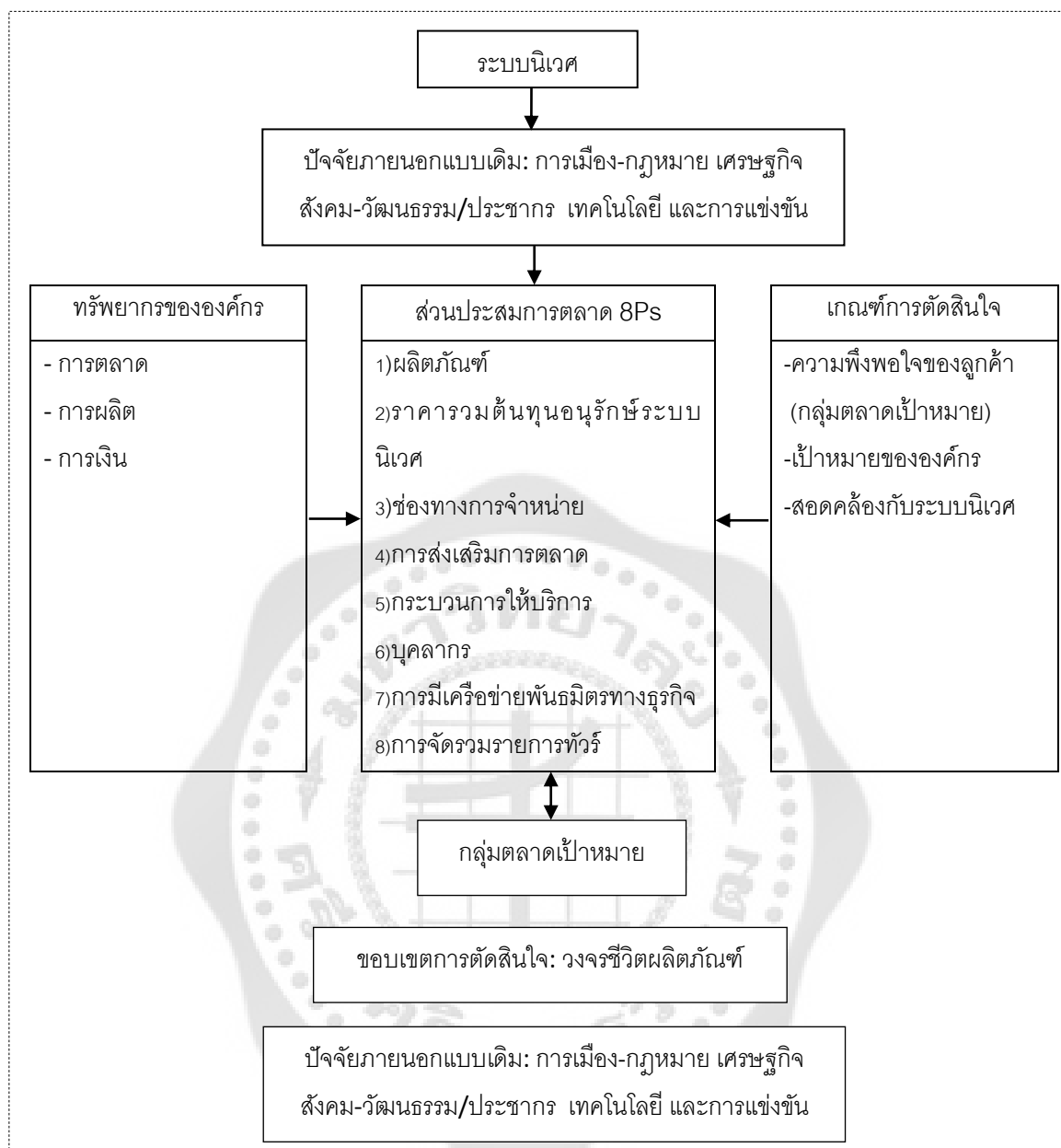
ในขณะที่แนวคิดการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของ เอ. แจคเกอลีน ออทแมน (Ottman, 1992) คือ การตลาดสีเขียวเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ ทำการตลาดด้วยการสื่อสารและสร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในการบริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการบริการที่ดูเป็นสีเขียว มีแนวโน้มเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการบอกแบบปากต่อปาก สินค้าและการบริการสีเขียวจะเข้าไปอยู่ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดยั่งยืนของ โด널ด์ เอ. ฟูลเลอร์ (Fuller, Donald A. 1999: 3 – 4) แห่งมหาวิทยาลัยเซ็นทรัลฟลอริดา สหรัฐอเมริกา (Central Florida University of USA) หมายถึง การตลาดยั่งยืนเน้นมิติที่สอดคล้องกับระบบนิเวศ การเพิ่มตระหนักการตลาดในการตระหนักทำให้เกิดความสมดุลของการให้ความสำคัญกับปัจจัยรายได้และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้(1) สิ่งแวดล้อมทางการเมือง (Politics) (2) สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐศาสตร์ (Economics) (3) สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural)(4) สิ่งแวดล้อมเทคโนโลยี (Technology) (5) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural environment) ประเด็นการจัดการนิเวศวิทยาว่าเป็นกระบวนการของการวางแผนลงสู่ภาคปฏิบัติที่มีการควบคุมในการพัฒนาส่วนประสมการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการขายของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลลัพธ์มาตรฐาน 3 ประการ คือ การตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า การบรรลุเป้าหมายขององค์กร และประเด็นสำคัญต้องมีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ ตลอดจนความยั่งยืนของสังคม ซึ่งเป็นไปตามทิศทางของการจัดการการตลาดในสมัยปัจจุบัน

แนวคิดการตลาดยั่งยืนของฟูลเลอร์ กล่าวว่า การสร้างความตระหนักในการตัดสินใจทางมาตรการการตลาดในกระบวนการผลิตที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ มีการใช้กลยุทธ์การจัดการที่มี 3 ขั้นตอน ได้แก่

1) กระบวนการการจัดการของเสีย (Integrated waste management : IWM) ได้แก่ ขั้นตอนการป้องกันการเกิดของเสียแบบบูรณาการ (pollution prevention : P2) ให้น้อยที่สุดเริ่มจนจบกระบวนการผลิต และตามด้วยขั้นตอนการฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อม (resource recovery : R2) การออกแบบกลยุทธ์ให้มีการบำบัดของเสียขยะและมลพิษก่อนปล่อยกลับสู่ธรรมชาติ (zero waste/zero discharge) เช่น การลดการใช้ (reduce) คือ ลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตโดยให้เกิดของเสียให้น้อยที่สุด การนำกลับมาใช้ซ้ำ (reuse) คือ นำน้ำที่เกิดจากการระเหยเข้มข้นกลับมาใช้ในการต้มสกัดใหม่ และการนำมาใช้ใหม่ (recycle) คือ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้รดต้นไม้

2) กระบวนการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Design for environment : DFE) ในทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นความท้าทายในการนำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสม (Marketing mix) เช่น การสื่อสารตลาด (Marketing communication) คือ การให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) และความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต อาจเรียกว่าการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco design) (ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. 2556. ออนไลน์)

3) กรอบการจัดการการตลาดยั่งยืน (Framework for sustainable marketing management) กรอบปัจจัยภายนอกในการตัดสินใจทางการตลาด โดยนำแนวคิดระบบนิเวศมาใช้ในการจัดการ ตัดสินใจทางการตลาดทุกขั้นตอน การวางแผนการตลาด การปฏิบัติ และการควบคุมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย/ผลลัพธ์ 3 ประการ (Win-win-win outcomes) นำสู่อุดมการณ์ ประการแรก ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ประการที่ 2 ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไรที่ควรได้ และ ประการที่ 3 การผลิตไม่ปล่อยของเสียทำลายระบบนิเวศ ถ้ากลไกการตลาดดำเนินอย่างถูกวิธี ลูกค้าจะตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ถึงแม้ราคาจะสูงกว่ากันไม่มาก ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 สถานการณ์ปัจจัยภายนอกของการตลาดยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ

ที่มา: Donald Fuller.1999). *Sustainable Marketing: Managing-Ecological Issues*. p.80

การเข้าใจลักษณะของนิเวศวิทยามีความสำคัญการพัฒนาและการปฏิบัติการตลาดยั่งยืน ระบบนิเวศแบ่งออกเป็น 3 ประเภท 1) การป้อนทรัพยากร 2) กลไกการนำมาใช้ใหม่ และ 3) ทำการควบคุมการอนุรักษ์ทรัพยากร ความสามารถในการรองรับ

สรุปแนวความคิดการตลาดยั่งยืน คือ การตลาดแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับระบบนิเวศ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่เกิดประโยชน์สูงสุดกับคนทุกฝ่าย มีการสื่อสารและสร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจบรรลुวัตถุประสงค์ด้านรายได้ และกระบวนการผลิตไม่ทำลายระบบนิเวศ โดยการลดของเสีย การใช้ซ้ำ และการนำวัสดุแปรูปกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งมีกลไกการดำเนินการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกวิธีเพื่อประโยชน์ของประชากรในปัจจุบันและสงวนรักษาไว้เพื่อลูกหลานในอนาคต

2.1.3 แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

แนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environmental conservation) ในบริบทที่หมายรวมถึง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสิ่งแวดล้อม

1) แนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

เกษม จันทรแก้ว (2553: 96) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สิ่งแวดล้อมอย่างมีเหตุผล เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกของมนุษย์ตลอดช่วงชีวิต ทั้งนี้เมื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในสภาพที่ดี มนุษย์ที่อยู่อาศัยจะมีชีวิตอยู่อย่างมีคุณภาพที่ดีด้วย เพราะสิ่งแวดล้อมนั้นมีอิทธิพลต่อสุขภาพและพละนาถยของมนุษย์ สรุป คือ หลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความคิดรวบยอดคล้าย ๆ กับหลักการจัดทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และมีหลักการโดยสังเขป ดังนี้

- การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ในสิ่งแวดล้อมแต่ละแห่งนั้นจำเป็นต้องมี ความรู้ในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จะให้ต่อมนุษย์ทุกแง่มุม กล่าวคือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม และจะให้ประโยชน์และโทษต่อมนุษย์ ซึ่งอยู่ในสิ่งแวดล้อมนั้นๆ อย่างน้อยที่สุดต้องคำนึงถึงการสูญเสีย อันเกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

- การรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็น และหายากด้วยความระมัดระวัง พร้อมทั้ง ประโยชน์และการทำให้อยู่ในสภาพที่เพิ่มพูน ทั้งด้านกายภาพและเศรษฐกิจเท่าที่จะทำได้ รวมทั้งที่ จะต้องตระหนักเสมอว่าการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มากเกินไป จะไม่เป็นการปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม

- การรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่ทดแทนได้นั้นโดยให้มีอัตราผลิต (เพิ่มพูน) เท่ากับ อัตราใช้หรืออัตราเกิดเท่ากับอัตราตาย เป็นอย่างน้อย

- ประชากรเป็นปัจจัยอันสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ดังนั้นจำเป็นต้องประมาณอัตราการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของพลเมืองตลอดเวลา โดยพิจารณา จากความต้องการในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นสำคัญ

- การใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการที่จะผลิต และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอีก ทั้งพยายามค้นคว้าสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้ประชากรได้มีใช้อย่างพอเพียง

– การให้การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อเข้าใจถึงความสำคัญในการรักษาความสมดุลตามธรรมชาติ ซึ่งจะมีผลทำให้อยู่ในสภาพที่ดี การให้การศึกษาอาจเป็นทั้งในและนอกโรงเรียน ทั้งนี้ต้องอยู่ในสภาวะที่เหมาะสมในการให้การศึกษาแก่บุคคลเฉพาะถิ่น วัยและคุณวุฒิ เพื่อให้ประชาชน เข้าใจในหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ และผลการศึกษานี้จะเป็นหนทางนำไปสู่ความหวังในอนาคตว่า สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์อาศัยอยู่จะน่าอยู่ในอนาคต

ส่วนวินัย วีระวัฒนานนท์ (2553) ให้แนวคิดว่าการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอาจนำไปใช้ได้ในความหมายที่เหมือนกัน กล่าวคือ กล่าวว่า ทรัพยากรธรรมชาติล้วนเป็นองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่จะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อันจะทำให้สิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศเกิดความสมดุล แต่การร่อยหรอของทรัพยากรอย่างรวดเร็วรวมทั้งกระบวนการผลิตและแปรรูปทรัพยากรและการใช้ทรัพยากรที่เพิ่มมากขึ้น ได้ก่อให้เกิดสารพิษในสิ่งแวดล้อม ทำให้สิ่งแวดล้อมขาดความสมดุล

แนวคิดการอนุรักษ์ของนิวัติ เรืองพานิช (2556) หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างฉลาดและประหยัด โดยใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เกิดการสูญเปล่าน้อยที่สุด ยาวนานที่สุดถูกต้องตามกาลเทศะ (Time and space) รวมทั้งการกระจายการใช้ประโยชน์ให้แก่มหาชนโดยทั่วถึงกัน ทรัพยากรธรรมชาติประกอบไปด้วย ทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้ และทรัพยากรมนุษย์

ดังนั้น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจึงมีความหมายเช่นเดียวกัน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นคำที่เรื่อนำมาใช้ได้ไม่นานมานี้ เมื่อมนุษย์ได้ประสบกับปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม จึงทำให้เกิดแนวความคิดที่จะสงวนรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมเอาไว้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เองโดยตรง ดังนั้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจึงหมายถึงการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด และก่อให้เกิดผลเสียแก่สิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อให้มนุษย์ที่เกิดมาในรุ่นต่อไปได้มีทรัพยากรธรรมชาติไว้ใช้ในการดำรงชีวิต เนื่องจากมนุษย์มีวัฒนธรรมและความรู้ทางวิทยาศาสตร์ จึงพยายามดัดแปลงธรรมชาติแวดล้อมให้เป็นไปตามความต้องการ พยายามสร้างอิทธิพลควบคุมธรรมชาติ จึงเป็นเหตุให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษที่เรียกว่า มลภาวะ (Pollution) มนุษย์รบกวนธรรมชาติทำให้กลไกควบคุมระบบของธรรมชาติถูกทำลายไป สิ่งแวดล้อมหมายถึงสภาพลมฟ้าอากาศ ดิน และสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ จะมีปฏิกริยาร่วมกัน เราก็จะแบ่งสิ่งแวดล้อมเป็นสองประเภท ประเภทแรกคือสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made environment) เป็นเรื่องเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตของคน รวมถึงวัฒนธรรมและการศึกษา ประเภทที่สองคือสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (Natural environment) ได้แก่ สิ่งมีชีวิตประกอบด้วย มนุษย์ สัตว์และพืช ส่วนสิ่งไม่มีชีวิต ได้แก่ ดิน น้ำ

2) แนวคิดเรื่องทรัพยากรป่าไม้และการอนุรักษ์ป่าไม้ (นิวัติ เรืองพานิช. 2556: 178-179)

ทรัพยากรป่าไม้เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยการแบ่งชนิดป่าไม้ตามชนิดพันธุ์ ชนิดดิน สภาพภูมิอากาศ ปริมาณน้ำฝน และอุณหภูมิ เป็นต้น การอนุรักษ์ป่าไม้หรือระบบธรรมชาติจะช่วยให้สภาพแวดล้อมอยู่ในสภาวะสมดุลมีเสถียรภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในทางที่ดีขึ้น สำหรับอนาคตของการป่าไม้ของไทยคือ การลดน้อยถอยลงของเนื้อที่ป่าและกำลังผลิตของป่า ป่าธรรมชาติที่เหลืออยู่จะต้องได้รับการอนุรักษ์ไว้

ป่าไม้ หมายถึง สังคมของต้นไม้และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ผืนป่าปกคลุมเป็นอาณาบริเวณกว้างใหญ่ ป่าไม้นับว่าเป็นทรัพยากรมีค่าสำคัญของชาติ สร้างประโยชน์นานัปการทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ผลผลิตของป่าเป็นปัจจัยสี่ของมนุษย์ ส่วนประโยชน์ทางอ้อมของป่าไม้ คือ ช่วยให้มีฝนตกเพิ่มขึ้นเฉพาะแห่งที่มีความชุ่มชื้น บรรเทาความรุนแรงของลมพายุ (Shelterbelt) ช่วยดูดซับน้ำ (Infiltrate) ลงดินได้มากกว่าพื้นที่แห้งแล้ง บรรเทาอุทกภัย เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหายาก และนอกจากนี้ ป่าเป็น ที่วิเวกห่างไกลจากผู้คน (Wilderness area) ที่พักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ที่หลบหนีจากความแออัดในเมือง

การอนุรักษ์ป่าไม้ หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรที่มีปริมาณจำกัดมีความสมดุล อย่างชาญฉลาด อย่างประหยัด และอย่างระมัดระวัง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและให้เกิดความยั่งยืนเพื่ออนาคตของลูกหลาน ทั้งนี้ต้องให้เกิดการของเสียหรือสูญเสีย น้อย (Waste)

นโยบายการป่าไม้แห่งชาติของประเทศไทย (กรมป่าไม้. 2552: 88-89) มีดังนี้

- กำหนดให้มีพื้นที่ป่าไม้ทั่วประเทศอย่างน้อยในอัตราร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศ เพื่อประโยชน์ 2 ประการ ประการแรก คือ ป่าเพื่อการอนุรักษ์ กำหนดไว้เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ พืชพรรณ พันธุ์สัตว์ที่หายาก และป้องกันภัยธรรมชาติอันเกิดจากน้ำท่วมและการพังทลายของดิน ตลอดจนทั้งเพื่อประโยชน์ในการศึกษา การวิจัย และนันทนาการของประชาชนในอัตราร้อยละ 25 ของพื้นที่ประเทศ และประการที่ 2 ป่าเพื่อเศรษฐกิจ กำหนดไว้เพื่อการผลิตไม้และป่าเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ ในอัตราร้อยละ 15 ของพื้นที่ประเทศ

- เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหน รู้จักใช้ทรัพยากรป่าไม้อย่างประหยัด รัฐจะต้องให้ความรู้ ทักษะ ทศนคติ ความสำนึก ความรู้สึก และทักษะแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากทรัพยากรป่าไม้ และผลเสียจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้สอยไม้อย่างฟุ่มเฟือย จัดให้มีการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับความสำคัญของการทรัพยากรป่าไม้ที่มีต่อส่วนรวม

– กำหนดพื้นที่ที่ความลาดชันโดยเฉลี่ยร้อยละ 35 ไว้เป็นพื้นที่ป่าไม้โดยไม่อนุญาตให้มีการออกโฉนด หรือหนังสือรับรองการทำประโยชน์ตามประมวลกฎหมายที่ดิน

3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสิ่งแวดล้อม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. 2558: ออนไลน์) ควรมีดังนี้

– การให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้ผู้เรียน ได้รู้จักธรรมชาติที่อยู่

– รอบตัวมนุษย์อย่างแท้จริง โดยให้มีการศึกษาถึง นิเวศวิทยาและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีความรู้จริงในการดำรงชีวิต ให้ผสมกลมกลืนกับธรรมชาติที่อยู่โดยรอบ ได้มุ่งสอน โดยยึดหลักศาสนาและสอนให้คนมีชีวิต มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย ไม่ทำลายชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่ในธรรมชาติด้วยกัน ยอมรับความเป็นจริงและปรากฏการณ์ของธรรมชาติ โดยไม่ฝืนธรรมชาติ ใช้ประโยชน์จากธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองน้อยที่สุด ทำให้เกิดทรัพยากรมนุษย์ ที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการ ของสังคมและสามารถพัฒนาประเทศชาติได้

– การสร้างจิตสำนึกแห่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการทำให้บุคคลเห็นคุณค่าและตระหนักในสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบ จากการทำกิจกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา การสร้างจิตสำนึก โดยการให้การศึกษา เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาจิตใจของบุคคล และยังมีผลต่อ พฤติกรรมของบุคคล ให้มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติ

– การส่งเสริมให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยให้เื้อต่อสิ่งแวดล้อม การดำรงชีวิต โดยสอดคล้องกับธรรมชาติ ซึ่งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เื้อต่อสิ่งแวดล้อมนี้ จะเป็นสิ่งที่เกิดตามมา จากการให้การศึกษาและการสร้างจิตสำนึก ทำให้มีการดำรงชีวิตโดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติ

จากแนวความคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดการรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างฉลาด มีเหตุผล และประหยัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เกิดการสูญเสียให้น้อยที่สุด ยาวนานที่สุดถูกต้องตามกาลเทศะ รวมทั้งการกระจายการใช้ประโยชน์ให้แก่มหาชน โดยทั่วถึงกัน ทรัพยากรธรรมชาติประกอบไปด้วย ทรัพยากรดิน ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรป่าไม้ และทรัพยากรมนุษย์ การสร้างความตระหนักในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้แก่ทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งจำเป็น เช่น การเรียนรู้เรื่องระบบนิเวศ และการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะช่วยลดของเสียและขยะให้อยู่ในระดับที่ธรรมชาติจะรองรับได้ การเข้าใจถึงการ

ทำงานของระบบนิเวศอย่างครบวงจรจะไม่ได้ทำให้ลดผลกระทบที่เกิดภัยพิบัติธรรมชาติได้ ซึ่งเป็นอันตรายต่อชีวิตมนุษย์

2.1.4 แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของตลาดการ ท่องเที่ยว (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats: SWOT Analysis)

อีแวนส์ วอนห์ (Vaughan. 2013: 31-33) อธิบายการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด (SWOT Analysis) ซึ่งเริ่มใช้โดย เคนเน็ท อาร์ แอนดรูส์ (Kenneth R. Andrews) อาจารย์แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Business School) ใช้ตารางเมทริกซ์ 2 x 2 ในการ จำแนกปัจจัยกลยุทธ์ภายในที่ส่งอิทธิพลต่อทรัพยากรหรือความสามารถ และปัจจัยภายนอกด้าน โอกาสทางการตลาด ปัจจุบันวิเคราะห์แบบนี้ได้รับความนิยม นำมาประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย (Ubiquitous) เพราะใช้ง่าย เข้าใจง่าย ช่วยส่งเสริมยกระดับความคิด (Brainstorming) ของประเด็น ต่าง ๆ แต่มีข้อจำกัดต่อคำถามเชิงกลยุทธ์ โดยแบ่งออกเป็น วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal environment) เป็นการค้นหาจุดแข็ง (Strengths: S) และจุดอ่อน (Weaknesses: W) และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาส (Opportunities: O) และข้อจำกัด (Threats: T)

ส่วนการวิเคราะห์สวอต (SWOT) ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2559. ออนไลน์)เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

1) หลักการสำคัญของสวอต การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ สวอต จึงเรียกได้ว่าเป็น การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและ ภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอก องค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการ เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถ ด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมี อยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการ ดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

2) ประโยชน์ของการวิเคราะห์ สวอต เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้ง ภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดา เนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการ บรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดาเนิน

งานโอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์สวอต นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนามาในทางที่เหมาะสม

3) วิธีการดำเนินการวิเคราะห์ สวอต จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนด กลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มันน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์สวอต นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

– การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และ

4) พิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ)รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

– การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อม

ภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราหนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชนลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆและพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

การระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมโดยใช้เมทริกซ์โทส์ซอจำกัด-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (TOWS matrix) เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-ข้อจำกัด แล้ว ความเกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อน (SW)ภายในมาเปรียบเทียบกับโอกาส-ข้อจำกัด (OT) จากภายนอกเพื่อดูว่าบริษัทหรือองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์

เช่นนั้น องค์การควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้นี้ ผู้ประกอบธุรกิจจะอยู่ในสถานการณ์ทางเลือก ของกลยุทธ์ 4 รูปแบบซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

- สถานการณ์ที่ 1 ความเกี่ยวข้องระหว่างจุดแข็งและโอกาส (SO) หมายถึง สถานการณ์ของธุรกิจเป็นที่พึงปรารถนามากที่สุด มีทั้งจุดแข็งและโอกาสในการเจริญเติบโต ดังนั้นผู้บริหารควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive –strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้าง และปรับใช้และใช้โอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น เพิ่มการขยายลงทุน

- สถานการณ์ที่ 2 ความเกี่ยวข้องระหว่างจุดแข็งกับข้อจำกัด (ST) หมายถึง สถานการณ์นี้ เป็นสถานการณ์ที่มีอุปสรรคจากหรือปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการเพื่อให้เกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

- สถานการณ์ที่ 3 ความเกี่ยวข้องระหว่างจุดอ่อนกับโอกาส (WO) หมายถึง สถานการณ์ที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีเป็นจุดอ่อนอยู่ ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented strategy) เพื่อแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ใช้วิกฤติให้เป็นโอกาส

- สถานการณ์ที่ 4 ความเกี่ยวข้องระหว่างจุดอ่อนและข้อจำกัด (กลยุทธ์ WT) หมายถึงสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากธุรกิจจะมีจุดอ่อนแล้ว ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจด้วย สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์แสวงหาความครบรวมกิจการกับธุรกิจอื่น หรือพิจารณาเลิกกิจการ(Diversification strategy)

ส่วนแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554: 126-127) เรื่องการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของการตลาดท่องเที่ยว ((Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats: SWOT Analysis))หมายถึง การวิเคราะห์ SWOT หมายถึง การวิเคราะห์ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคของธุรกิจของตนเองและคู่แข่ง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจวางแผนธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งและโอกาสให้เป็นประโยชน์ ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงข้อจำกัด ดังนี้

- การวิเคราะห์จุดแข็งจากส่วนประสมการตลาด 4-8 ประการ (4Ps - 8Ps)
- การวิเคราะห์จุดอ่อน การขาดประสมการณ์ทางการตลาด
- การวิเคราะห์โอกาส เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐในการพัฒนาการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การฝึกอบรม การพัฒนาข้อมูลทางวิชาการ แนวโน้มของสังคมให้ความสำคัญกับครอบครัวและการเดินทางภายในประเทศมากขึ้น

- การวิเคราะห์ข้อจำกัด เช่น สินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าขึ้นลงตามฤดูกาล และฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาของสินค้าไม่เท่ากัน เนื่องจากต้นทุนการประกอบการจากการต่อราคาจากผู้ผลิตสินค้าเกี่ยวเนื่องไม่มีมาตรฐานเดียวกัน ทิศคตินักท่องเที่ยวอันเป็นผลมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมของประเทศ ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การเอารัดเอาเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม การขาดแคลนสาธารณูปโภคที่ดี ความปลอดภัยของยานพาหนะ การปรับราคาสินค้าจะชะลอการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวไประยะหนึ่ง จนกว่าผู้จัดรายการนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะสามารถปรับตัวได้ ปัญหาการดำเนินการตลาด การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร งบประมาณ และความสามารถในการผลิต ตลอดจนผลกระทบภายนอกอื่น ๆ

ตามแนวคิดของจอร์จ วัตสัน อนุวิชานนท์ (2556: 40-43) การวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) การตลาดท่องเที่ยวและการบริการ หมายถึง การวิเคราะห์สิ่งที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและปัญหาขององค์กรหรือบริษัท ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- จุดแข็ง (Strengths) คือ ข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดด้านการบริหาร ด้านการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด หรือด้านการผลิต
- จุดอ่อน (Weaknesses) คือ ปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน เช่น ความยากในการบริหารควบคุมในองค์กรขนาดใหญ่
- โอกาส (Opportunities) คือ ข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วยปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน และลูกค้า
- อุปสรรค (Threats) คือ ข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจที่ชะลอตัว วิกฤตการณ์ทางการเมืองของประเทศ ภาวะการแข่งขันของตลาด และปัญหามลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการวิเคราะห์สวอต เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อยหรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของสภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก เพื่อระบุจุดอ่อนจุดแข็งของสภาพการณ์ในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว นิเวศภูมิทัศน์ การบริหารจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมภายนอกสามารถค้นหาโอกาสและ

อุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากที่เกี่ยวข้อทั้งด้านการเมืองการปกครอง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และแนวโน้มการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ เพื่อนำมาพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยกำหนดเป้าหมายและประยุกต์กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและแหล่งท่องเที่ยว

2.2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2555) ได้ให้แนวคิดที่สำคัญของตลาดการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์ การท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาในด้านความแตกต่าง ปัจจัยและผลกระทบที่มีต่อการแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการแบ่งส่วนตลาดของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว การพัฒนาองค์ประกอบทางการตลาด อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และองค์ประกอบอื่นที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเพื่อนำไปสู่การวางแผนและพัฒนา ตลาดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนได้ นอกจากนี้ ยังได้นำเสนอแนวทางการเขียนแผนการตลาดแบบต่าง ๆ ตลอดจนการนำแนวคิดของการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2.2.1 แนวคิดการตลาดที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวและการบริการ

เนื่องจากการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันในสังคมปัจจุบันมาก เพราะการตลาดเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ควรเข้าใจ เพราะต้องใช้และพบเจออยู่ในแต่ละวันไม่มากก็น้อย ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าบุคคลมีความเข้าใจในการตลาดดีพอหรือไม่ ในปัจจุบัน บริษัทต่างๆ แข่งขันกันโดยนำเอาปัจจัยทางการตลาดมาเป็นกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจผู้บริโภค ใครที่ความเข้าใจ มีไหวพริบ หรือมีการวางแผนที่ดี และมีความรอบคอบมากกว่า จะได้เปรียบในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ดี

การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญ ในด้านการจัดการท่องเที่ยวและการบริการ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวใช้ในการจัดอุปทานและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด นอกเหนือจากการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดแล้ว การวิจัยการตลาดและการพยากรณ์ยังช่วยให้ทราบความต้องการและแนวโน้มในการบริโภคของนักท่องเที่ยว แนวโน้มทางเศรษฐกิจ และทางสังคมของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว วงจรชีวิตของทรัพยากรท่องเที่ยว ความหลากหลายและความสมบูรณ์ของข้อมูลให้นักท่องเที่ยว

แนวคิดการบริหารจัดการการตลาดของวองและคณะ (Wong; Radel; & Ramsaran-Fowdar. 2011) ด้วยการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดการตลาดแบบองค์รวมเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมาย/และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตรวจสอบได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การพัฒนากลยุทธ์ และการพิจารณาไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและการรับรู้แนวโน้มของสิ่งแวดล้อม (The situation analysis) (2) วิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing the target Market: marketing research & consumer behavior) (3) การวางวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing objectives and strategy formulation) (4) การวางแผนส่วนประสมการตลาด (Planning for products, pricing, integrated marketing communication and distribution channels) และ (5) การนำแผนการตลาดไปปฏิบัติใช้ และการควบคุม (Marketing implementation and control)

ขณะที่ลัมซัดอน (Lumsdon. 1997: 102 – 103) ให้แนวคิดพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เริ่มจากการวางแผนโครงสร้างและเนื้อหาของการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการตลาด (Marketing aims and objectives) (2) ข้อมูลการตลาด (Marketing information) การวิจัยตลาดสำรวจความพึงพอใจผู้บริโภค (3) กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ส่วนประสมการตลาด 8Ps (4) ข้อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว: ช่วงของบริการ (Tourism offerings: service range) (5) กำหนดวางแผนราคา (Pricing plan) (6) กำหนดวางแผนการสื่อสาร (Communications plan) (7) การตลาดภายในองค์กร (Internal marketing) (8) แผนการจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution plan) (9) วางแผนการบริการลูกค้า (Customer service plan) (10) กระบวนการวางแผน (Process plan) (11) หลักฐานทางกายภาพที่การพัฒนารูปแบบป้ายและสิ่งอำนวยความสะดวก (Physical evidence: design, signage, and facility development) (12) พยากรณ์อุปสงค์ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว (Forecasting demand) และ (13) งบประมาณการตลาด ค่าใช้จ่าย (Marketing budget)

2.2.1.1 แนวคิดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว และการบริการ

1) การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) หมายถึง กระบวนการแบ่งตลาดทั้งหมด ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันกับผลิตภัณฑ์ใดที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และจะเลือกเป็นตลาดเป้าหมายเพื่อพัฒนาวางแผนผลิตภัณฑ์ และกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix – 8Ps) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่เลือกไว้ ผลที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาด คือ

- ส่วนของตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีความต้องการเหมือนกัน และมีปฏิริยาการตอบสนองต่อส่วนประสมทางการตลาดคล้ายๆ กัน
- ตลาดเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคได้รับตอบสนองความต้องการตามที่คุณประกอบการวางแผนไว้
- ส่วนถือครองตลาด หมายถึง ส่วนของตลาดที่คุณประกอบการควบคุมได้ พิจารณาจากอัตราส่วนของยอดขาย
- การกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวและการบริการ หมายถึง กิจกรรมการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์และรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดของบริษัทและของคู่แข่ง

2) วิธีการแบ่งส่วนตลาด ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพิจารณาจากเกณฑ์ ต่อไปนี้

- ลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) การแบ่งตามถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ของโลก
- ลักษณะด้านประชากร (Demographic segmentation) การแบ่งตามลักษณะรวมหน่วย (profile) ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ศาสนา อาชีพ ขนาดครอบครัว ฯลฯ
- ลักษณะด้านจิตวิทยา (Psychographic segmentation) การแบ่งตามลักษณะความสนใจ ทัศนคติ ค่านิยม ความชอบ ความรู้สึกนึกคิด แรงจูงใจ บุคลิกภาพ วัฒนธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต
- พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Behavioristic segmentation) การซื้อสินค้าและใช้บริการการท่องเที่ยวอาศัยความรู้สึก ต้องการ และสนใจ ฯลฯ
- ระดับราคาของการให้บริการ (Price segmentation) โดยพิจารณาจากระดับของการบริโภค
- การแบ่งส่วนตลาดตามระดับราคาของการบริการ (Price Segmentation) แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับหรูหรา (deluxe tourism) ต้องการการเอาใจใส่มาก มีอำนาจการซื้อสูง ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถทำกำไรได้มาก ระดับปานกลาง (middle class tourism) สามารถตอบสนองความต้องการครบถ้วน ต้องการการบริโภคที่เหมาะสม ผู้ประกอบการทำกำไรได้ค่อนข้างมาก และระดับมวลชน (mass tourism) นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้าและบริการแบบเรียบง่าย ราคาถูก ไม่ต้องเอาใจมาก ผู้ประกอบการทำกำไรได้น้อย

3) การแบ่งส่วนตลาดสำหรับกลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. 2554: 89–90)

- การแบ่งส่วนตลาดแบบจุลภาค (Micro segmentation) เป็นการตลาดแบบเดิม

โดยคำนึงถึงจุดมุ่งหมายการผลิตที่ประหยัด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกัน ทำการตลาดมวลรวม ใช้กลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน เสนอขายตลาดรวมโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดชุดเดียวเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าทุกกลุ่ม

– การระบุและคัดเลือกตลาดเป้าหมาย (Identifying and selecting target segments) การกำหนดตำแหน่งในตลาดมีความมั่นคงน้อยมาก กิจกรรมการแข่งขัน เทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงภายใน อาจเป็นสาเหตุให้องค์กรต้องกำหนดตำแหน่งในตลาดอีกครั้ง ซึ่งการปรับเปลี่ยนตำแหน่งจากเดิมที่เคยอยู่ในความคิดของลูกค้า โดยการเพิ่มบริการใหม่ หรือการยกเลิกสิ่งที่ไม่เสนอขายบางอย่าง เป็นต้น

สรุป การแบ่งส่วนตลาด คือ การกำหนดลักษณะของลูกค้าที่มีความคล้ายคลึงกัน และจะเลือกเป็นตลาดเป้าหมายเพื่อพัฒนาวางแผนผลิตภัณฑ์ และกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่เลือกไว้ ผลที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดวิธีการแบ่งส่วนตลาด ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพิจารณาจากเกณฑ์ตามถิ่นที่อยู่ ตามด้านประชากร แบ่งตามอายุ เพศ การศึกษา ศาสนา อาชีพ หรือตามลักษณะด้านจิตวิทยา ได้แก่ พฤติกรรม ความต้องการ ทัศนคติ ค่านิยม และความสนใจ

2.2.1.2 การประยุกต์และพัฒนาส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว (Hospitality and service industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) เป็นสินค้าและบริการที่น่าเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการบริการเป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ฟิลลิป คอตเลอร์ และคณะ (Kotler, Bowen; & Makens. 2010) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดระดับสากลได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service marketing mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) 8 ประการ หรือ 8 P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งซึ่งผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible products)

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence/environment and presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

8) ด้านการจัดรวมรายการ (Package) ข้อเสนอหรือทางเลือก เพื่อความสะดวกให้แก่ลูกค้า การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการมีความแตกต่างจากการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ตรงที่มีองค์ประกอบส่วนที่จับต้องไม่ได้ กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต้องเป็นส่วนประสมการตลาด 8 ประการ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดทั้ง 8 ประการที่ได้กล่าวมาแล้วเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

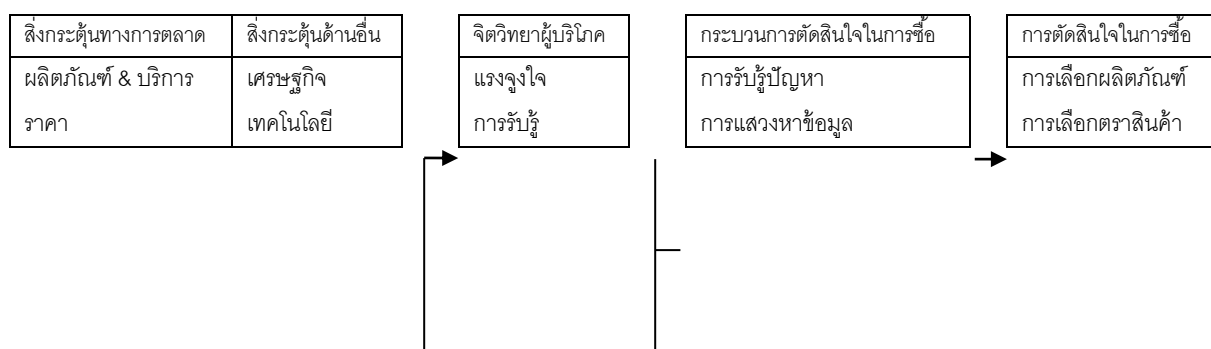
จากแนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวและบริการ ต้องมีการบูรณาการ องค์ประกอบหลักของกลยุทธ์ทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและการรับรู้แนวโน้มของสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภค การวางวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาด การนำแผนการตลาดไปปฏิบัติใช้ และการควบคุม ได้แก่ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวิจัยตลาดเพื่อเจาะลึกความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้วนำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมาใช้ในการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการวางแผนการตลาดตลอดจนการตั้งงบประมาณที่ใช้ในการตลาดและเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

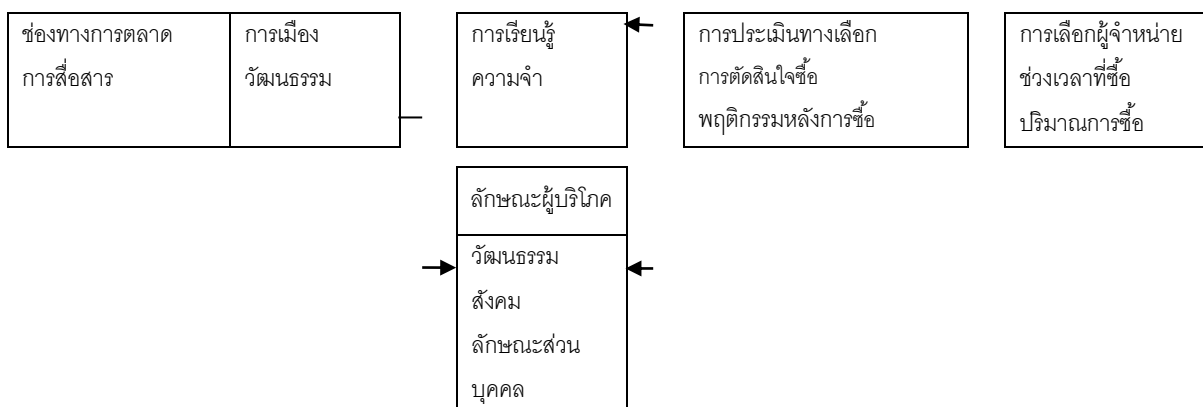
2.2.2 แนวคิดวิเคราะห์การตลาดด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว

การตลาดด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคประกอบด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ การรับรู้ การเรียนรู้และ แนวคิดทัศนคติของผู้บริโภค ดังนี้

2.2.2.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

หมายถึงการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้สินค้า และการใช้บริการทางเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้จากแบบจำลองของคอตเลอร์ แบบจำลองพฤติกรรมซื้อของฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler; & Keller 2009: 202) เป็นแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับการยอมรับแพร่หลายมากที่สุดในแวดวงด้านการตลาดในปัจจุบัน เนื่องจากเข้าใจง่าย นำไปประยุกต์ใช้และสามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคได้ ทั้งในส่วนของกระบวนการตัดสินใจ และผลของการตัดสินใจออกเป็นพฤติกรรมเลือกซื้อ ตลอดจนแสดงและอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และปัจจัยส่วนบุคคลได้อย่างครบถ้วน ภาพแสดงกรอบแนวคิดตามแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของ ฟิลลิป คอตเลอร์ มีดังภาพประกอบ 5





ภาพประกอบ 5 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: Philip, Kotler.; & Kevin, Keller. (2009). *Marketing Management*. p. 202.

ในกรณีการท่องเที่ยวและการให้บริการ นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการ แตกต่างจากการบริโภคสินค้าที่จำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การศึกษาพฤติกรรมก่อนการซื้อและหลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยวจะสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

- 1) ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
- 2) ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
- 3) ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
- 4) ช่วยในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ

- 5) ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน

ส่วนแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2555) คือการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในหนังสือการวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัด

กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ซึ่งมีคำถาม 7 ข้อ ที่ใช้เพื่อการค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6Ws และ 1H

- 6Ws = Who, What, Why, Who, When & Where + 1H = How

- 7Os = Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets

และ Operations คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2555: 33 – 34) ดังแสดงไว้ใน ตาราง 2.1 ดังนี้

ตาราง 1 คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย(Occupants) - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) หรือมากกว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) - ความแตกต่างผลิตภัณฑ์ทางการแข่งขัน(Competitive Differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เหตุจูงใจในการซื้อ - ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว กำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย	- กลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่ม

	- ผู้ริเริ่ม - ผู้มีอิทธิพล - ผู้ตัดสินใจซื้อ - ผู้ใช้ - ผู้ซื้อ	อิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์ และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาลโอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	- กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย ความร่วมมือระหว่างธุรกิจ (Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) โดยผ่านสถาบันการค้า สถาบันการค้าปลีก และช่องทางพิเศษอื่นๆ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. หน้า 33 – 34

จากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้สินค้า และการใช้บริการทางเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ทราบถึงความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย รวมทั้งสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

2.2.2.2 แนวคิดทฤษฎีความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจัยทางจิตวิทยา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) ที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความต้องการที่เกิดการจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อ และทัศนคติที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

แต่แต่ละคนมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างในช่วงเวลาหนึ่ง ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยาเกิดจากสภาวะความตึงเครียด เช่น ความหิว หรือความลำบากนี้เป็นความต้องการทางจิตวิทยาเกิดจากความต้องการยอมรับ การยกย่องความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด สิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการ แนวคิดทฤษฎีการจูงใจและความต้องการของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) และทฤษฎีของ ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 2010) ให้แนวคิดไว้ ดังนี้

ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ ได้ตั้งสมมติฐานว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสามารถควบคุมสิ่งเร้าหลายประการ เช่น บุคคลอาจมีความฝัน มีการใช้คำพูดที่ไม่ได้ตั้งใจ อาจมีพฤติกรรมการวิตกกังวลซึ่งหลอกหลอนอยู่ เป็นต้น ยกตัวอย่างกรณี แอนนาต้องการซื้อถั่วงอก ถ้วยรูปราคาแพง โดยอ้างถึงแรงจูงใจและอ้างถึงความต้องการถ้วยรูปเป็นอาชีพเสริม ส่วนวัยรุ่นจะมีแรงจูงใจที่เป็นอิสระในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคบางกลุ่มเปิดเผยว่าเราได้มีการซื้อสินค้าหลังจากที่ได้ศึกษาความต้องการของตนเอง

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์และคณะ มีแนวคิดพื้นฐานว่า (Maslow; Stephens; & Heil. 1998) มนุษย์มีความต้องการตลอดเวลา และความต้องการเป็นปัจจัยจูงใจพื้นฐานของการเกิดพฤติกรรม ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากความต้องการพื้นฐานไปสู่ความต้องการที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น มาสโลว์ เสนอลำดับขั้นของสิ่งจูงใจ ในการแสดงออกถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่า 1 ชนิด ตามลำดับขั้นของ มาสโลว์ นี้ ความต้องการในระดับสูง จะไม่เกิดขึ้น จนกว่าความต้องการในขั้นที่อยู่ต่ำลงไปจะได้รับการตอบสนองแล้วเท่านั้น และความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นปัจจัยกระตุ้นพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่กระตุ้นพฤติกรรมอีกต่อไป ประเภทของสิ่งจูงใจจากความต้องการขั้นต่ำสุดไปสู่ขั้นสูงสุดของ มาสโลว์ มีดังนี้

- 1) ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอด (Physiological needs) คือ เช่น ความต้องการอาหารการกินและน้ำ ซึ่งเป็นความต้องการทางร่างกาย
- 2) ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย (Safety needs)

3) ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของสังคมและได้รับความรักจากผู้อื่น (Social needs) คือ ซึ่งจะเริ่มจากต้องการเป็นที่ยอมรับในครอบครัวไปจนถึงเป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆ ในสังคม

4) ความต้องการที่จะให้ตนได้รับการยกย่องจากสังคม (Esteem needs) คือ มีเกียรติ มีฐานะในสังคม หรือต้องการให้ตนมีฐานะเหนือกว่าผู้อื่น

5) ความต้องการที่จะให้ตนประสบความสำเร็จ (Self – actualization needs) คือ ความสมหวังในสิ่งที่คิดหรือที่ต้องการทุกอย่าง

แนวคิดของชิฟแมนและคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2010) ด้านความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค สิ่งจูงใจเป็นการรับรู้ถึงสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความต้องการ เมื่อมีความจำเป็นมากก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่สนใจต่อสิ่งกระตุ้นที่ไม่เกี่ยวข้องมากตามไปด้วย และยังแสดงถึงพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้ทำหน้าที่ในการกระตุ้นและกำหนดการตอบสนองด้านพฤติกรรม ให้แนวทางในสำหรับการตอบสนอง และเป็นสิ่งที่จะบอกว่าทำไมบุคคลจึงมีการทำสิ่งนั้น ส่วนการจูงใจ (Motivation) แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สิ่งจูงใจที่มีเหตุผล (Rational motives) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีเหตุผลเมื่อต้องพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเป้าหมายของผู้บริโภคจะอยู่บนกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ เช่น สี ขนาด ราคา เป็นต้น ส่วนสิ่งจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional motives) คือ ผู้บริโภคจะเลือกตามใจตนเอง และใช้เกณฑ์ตามความคิดเห็นของตนเองมา กำหนดเป้าหมายในการเลือกสินค้า เช่น ใช้ความพึงพอใจ ความภาคภูมิใจ ความกลัว หรือสถานภาพ มาเป็นเกณฑ์ตัดสินใจ

จากแนวคิดความต้องการของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะเลือกใช้สินค้าและบริการได้ บุคคลย่อมมีความต้องการ มีสิ่งจูงใจที่มีเหตุผลในการค้นหาทางเลือกที่จะได้มาซึ่งสินค้าและบริการเหล่านั้น ซึ่งการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้นำไปสู่การกระตุ้นความต้องการในขั้นถัดไปตามขั้นทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

2.2.2.3 แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ของผู้บริโภค (Perception) หมายถึง กระบวนการซึ่งบุคคลมีการเลือก การจัดระเบียบ และแปลความหมายของสิ่งเร้า ให้กลายเป็นสิ่งที่มีความหมายและความสอดคล้องกัน หรือกระบวนการมองโลกรอบด้านของแต่ละบุคคลในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ความต้องการ ค่านิยม หรือประสบการณ์เดิม

แนวคิดด้านการรับรู้ ของชิฟแมนและคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2010: 175) หมายถึง กระบวนการรับรู้ของบุคคลเกิดจากความรู้สึก อันประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกรับรู้ การจัดระเบียบการรับรู้ และการแปลความหมาย

การเลือกการรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลมีการเลือกที่จะรับรู้สิ่งเร้า ในสถานการณ์ทั่วไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ของผู้บริโภค ประกอบด้วย ประการแรก ลักษณะของสิ่งเร้า (Nature of

stimulus) หมายถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติทางกายภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า และการโฆษณา ประการที่ 2 ความคาดหวัง (Expectation) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะรับรู้ผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติตามความคาดหวังของตนเอง ประการที่ 3 แรงจูงใจ (Motives) ผู้บริโภคมักจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ตามแรงผลักดันหรือความต้องการของตน ความต้องการในระดับสูงมากจะทำให้ผู้บริโภคตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่อความต้องการนั้นมาก

การจัดระเบียบการรับรู้ หมายถึง การที่ผู้บริโภคจัดระเบียบสิ่งเร้าออกเป็นกลุ่ม และรับรู้สิ่งเร้าเหล่านั้น โดยภาพรวม ความรู้สึกของบุคคลที่ขึ้นอยู่กับคุณภาพอวัยวะรับสัมผัส (Sensory) และขนาดหรือความเข้มข้นของสิ่งเร้าจะต้องอยู่ในปริมาณที่สูงพอที่ทำให้เกิดความรู้สึกหรือการกระตุ้นน้อยที่สุดที่จะทำให้เกิดปฏิกิริยาของการเคลื่อนไหว (Threshold) ได้แก่ การกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาแบบสมบูรณ์ (Absolute threshold) และ กระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาแตกต่าง (Differential threshold) การใช้การกระตุ้นที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาของการเคลื่อนไหวในทางการตลาดสามารถกระตุ้นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางลบไม่เป็นที่สังเกตของผู้บริโภคและเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางลบเป็นที่สังเกตของผู้บริโภค ส่วนภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคิด จำได้ และรู้สึกต่อสิ่งที่ได้เห็นในบริบทของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์องค์กรหรือบริษัทห้างร้าน

จากแนวคิดการรับรู้ของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะรับรู้สินค้าและบริการ โดยบุคคลจะเลือกรับรู้ว่าสินค้าและบริการนั้น ตอบสนองตามความต้องการได้ จากนั้น จึงจะเกิดการจัดระเบียบสิ่งเร้านั้นคือสินค้าและบริการ และแปลความหมายโดยผ่านกระบวนการคิดว่าสินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไร

2.2.2.4 แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้บริโภค

แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ของชูลซ์ สมิททิก (2554: 147) หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างถาวร อันเป็นผลเนื่องมาจากการที่บุคคลมีประสบการณ์ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมกับสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคล อาจกล่าวได้ว่า การเรียนรู้เป็นผลให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีรูปแบบที่แตกต่างกัน การเก็บข้อมูลนี้ไว้ในความทรงจำของผู้บริโภค เป็นไปได้อย่างมากที่สร้างความภักดีต่อสินค้าและบริการ ทฤษฎีการเรียนรู้สามารถจำแนกได้เป็น 2 แบบ แบบแรก คือ ทฤษฎีการเรียนรู้แบบพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) มีความเชื่อว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เป็นผลมาจากการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า (Stimulus)) ส่วนแบบที่ 2 ทฤษฎีการเรียนรู้แบบเน้นปัญญา (Cognitive learning theory) เป็นผลของกระบวนการเกิดจากความคิดและความเข้าใจ การผสมผสานของประสบการณ์ในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย การเรียนรู้ในลักษณะที่เน้นปัญญาที่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการประมวลข้อมูล (Information processing) ทฤษฎีที่สำคัญในกลุ่มนี้ คือ ทฤษฎีทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory) ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากการ

สังเกตการกระทำของผู้อื่น องค์การทางธุรกิจได้นำหลักการเรียนรู้จากทฤษฎีการเรียนรู้ไปใช้ในการดึงดูดใจผู้บริโภค และเพิ่มยอดขายของสินค้า เช่น การเสริมแรงพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างความภักดีของผู้บริโภค การโฆษณาโดยใช้ตัวแบบกระทำพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ

แนวคิดการเรียนรู้ในมุมมองของ เคิร์ตซ์ และ บูน (Kurtz; & Boon. 2010: 163) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ การเรียนรู้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบแรกการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) และการเรียนรู้จากความคิด (Conceptual Learning) เช่น การเรียนรู้จากการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

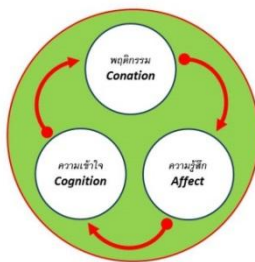
นอกจากนี้ นักการตลาดสามารถสร้างการเรียนรู้ให้แก่ผู้บริโภคได้ โดยอาศัยองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

- 1) แรงผลักดัน (Drive) คือ ตัวกระตุ้นมีพลังมากพอทำให้เกิดพฤติกรรม เช่น ความภาคภูมิใจ ความหิว ความกลัว การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด
- 2) ตัวกระตุ้นสิ่งบอกเหตุ (Cue) คือ ตัวกระตุ้นอยู่ในสภาวะแวดล้อม เช่น ป้ายโฆษณา
- 3) การตอบสนอง (Response) คือ ปฏิกริยาของผู้บริโภคตอบสนองต่อตัวกระตุ้น เช่น พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
- 4) การเสริมแรง (Reinforcement) คือ รางวัลเชื่อมโยงระหว่างแรงผลักดันและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค จะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มขึ้นในอนาคต

จากแนวคิดการเรียนรู้ของผู้บริโภคข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดการเรียนรู้กับสิ่งๆ หนึ่งได้มาจากการบวนการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากประสบการณ์การเรียนรู้ บุคคลจะใช้เวลาในการเก็บประมวลผลการเรียนรู้ สามารถจดจำสินค้าและบริการ และเป็นผลให้เกิดความภักดีในสินค้าและบริการได้

2.2.2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติผู้บริโภค

แนวคิดของชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 2010: 246 – 247) คือ คุณค่าในจิตใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีผลจากสิ่งแวดล้อมซึ่งแสดงออกในลักษณะของ ความชอบ ไม่ชอบที่มีต่อบุคคล วัตถุหรือสิ่งของ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งได้กล่าวไว้ในหนังสือ Consumer Behavior “Attitude is a learned predisposition to behave in a consistently favorable or unfavorable way with respect to a given object.” ว่า ลักษณะของทัศนคติ คือ คุณค่าในจิตใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีผลจากสิ่งแวดล้อมซึ่งแสดงออกในลักษณะของ ความชอบ ไม่ชอบที่มีต่อบุคคล วัตถุหรือสิ่งของ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ตามแบบจำลอง ดังภาพประกอบ 6



ภาพประกอบ 6 แบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา: Leon G. Schiffman.; & Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior*. pp. 249 – 251.

แบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ (Tri-component Attitude Model) ได้แก่

1) ส่วนของปัญญาทำให้เกิดความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ความเชื่อ ความรู้ ความคิด รวมทั้งความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ผสมผสานกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือสู่สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะของบุคคล และการประเมินเกี่ยวกับความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น หรือพฤติกรรมเฉพาะเรื่องจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2) ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ความรู้สึกด้านบวก-ลบ เช่น ชอบ-ไม่ชอบ หรือพอใจ-ไม่พอใจนั้น สะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของอารมณ์และความรู้สึก มีการค้นพบโดยผู้วิจัย ผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่า สภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบ ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธี ซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3) ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ behavior หรือ doing) หมายถึง ความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติต่อที่หมายของทัศนคติ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

ด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

แนวคิดด้านทัศนคติ ของชัชชัย สมิทธิไกร (2554) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมอันสอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยในความหมายนี้ ทัศนคติจะมีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคหรือแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ ฯลฯ อีกประการหนึ่งก็คือ ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ อาจจะเป็นผลจากการมีประสบการณ์โดยตรงกับสินค้า หรือได้รับข้อมูลจากบุคคลอื่นหรือการเปิดรับจากสื่อมวลชน และทัศนคตินี้ยังเป็นสิ่งที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงและมีลักษณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคตินั้นออกมา นอกจากนี้ ในสถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติได้

ส่วนเสรี วงษ์มณฑา (2542: 108) ได้ให้แนวคิดว่าการสร้างทัศนคติให้เกิดการเรียนรู้ โดยการเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งเกิดจากทฤษฎีการเรียนรู้ 3 ทฤษฎี ดังนี้

1) ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical conditioning) เป็นการวางเงื่อนไขให้เกิดความพึงพอใจในตราสินค้า เกิดการจดจำเมื่อพบตราสินค้า ทำให้รู้สึกชอบ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น

2) ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ในกรณีถ้าผู้บริโภคทดลองใช้และซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว มีความพึงพอใจ ผู้บริโภคจะกลับมาซื้ออีก การเรียนรู้ของทฤษฎีเกิดจากการลองผิดลองถูก ถ้าได้รับด้วยความพึงพอใจ จะมีผลต่อการกระทำซ้ำ ในทางตรงกันข้าม ถ้าการเสริมแรงด้านลบ สร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จะไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมนั้นได้ นักการตลาดจึงต้องใช้การเสริมแรงด้านลบ เพื่อแสดงสิ่งบอกเหตุที่ไม่พึงพอใจจากการไม่ใช้ผลิตภัณฑ์

3) ทฤษฎีการเรียนรู้ความเข้าใจ (Cognitive learning theory) เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ และความเข้าใจของบุคคล จากการเกิดความรู้ กระบวนการความคิด ตลอดจนการแก้ปัญหาของผู้บริโภค และเกิดพฤติกรรมการซื้อ

กลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยอาศัยหน้าที่ในการจูงใจขั้นพื้นฐาน โดยแบ่งบทบาทของทัศนคติของผู้บริโภคต่อการตลาด เป็น 4 ประการ ได้แก่ (1) หน้าที่ในการให้รรถประโยชน์ (Utilitarian function) (2) หน้าที่ในการแสดงคุณค่า (Value-expression function) (3) หน้าที่ในการปกป้องความเชื่อ (Ego-defensive function) และ (4) หน้าที่ในด้านการจัดระเบียบความรู้ (Knowledge function) ส่วนการก่อตัวของทัศนคติ สรุปได้เป็น 4 ลักษณะ ประกอบไปด้วย ทัศนคติเป็นสิ่งที่มืออยู่ภายใน ทัศนคติจะมีสิ่งที่มีมาแต่กำเนิด จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร และทัศนคติจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ

จากแนวคิดทัศนคติของผู้บริโภคข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อบุคคล วัตถุหรือสิ่งของ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความถาวร หากบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วย่อมเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ จากความชอบในสินค้าและบริการหนึ่งๆ เปลี่ยนเป็นความไม่ชอบต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ได้ เมื่อสถานการณ์และเวลาผ่านไป

จากแนวคิดวิเคราะห์การตลาดด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคข้างต้น นั่นคือ บุคคลจะมีการเรียนรู้พฤติกรรมบริโภคและความต้องการผู้บริโภค การสร้างการเรียนรู้ การรับรู้ และทัศนคติให้แก่ผู้บริโภค เพื่อความเข้าใจจะลึกความต้องการในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่เป็นแรงจูงใจ สร้างความชอบในผลิตภัณฑ์จึงเกิดพฤติกรรมความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์กับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ ส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกระบวนการ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อไป

2.3 แนวคิดการพัฒนาและการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

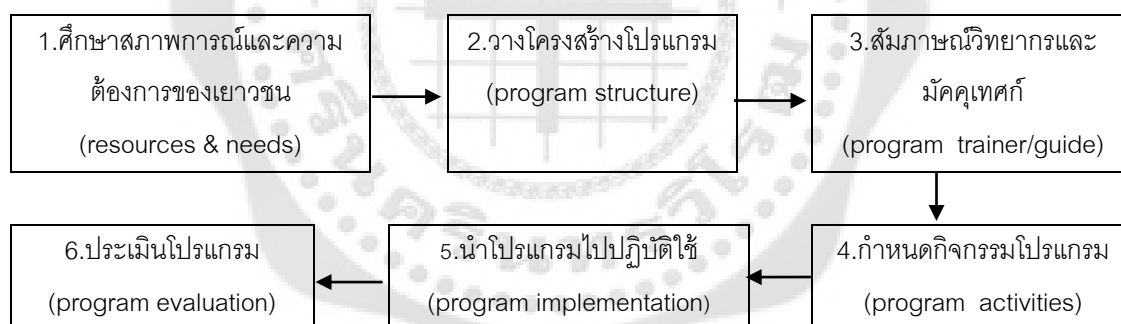
การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว หมายถึง รายละเอียดของแนวทางการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ เพื่อมุ่งเน้นพัฒนานักท่องเที่ยวเยาวชนชาวไทยที่มีความสนใจพิเศษในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเมืองประกอบของโปรแกรม มีส่วนประกอบไปด้วย (1)การวางแผนและการออกแบบโปรแกรม (2)ความมุ่งหมายของโปรแกรม (3)ความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชน (4)กระบวนการจัดกิจกรรมตามแนวคิดที่วางไว้ (5)วัสดุอุปกรณ์ คู่มือ และแผ่นพับ

หลักการพัฒนาโปรแกรม ต้องมีทฤษฎีและการปฏิบัติรองรับ เช่น ทฤษฎีด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ ด้านความต้องการ การรับรู้และการเรียนรู้ ซึ่งมีขั้นตอนในการพัฒนาโปรแกรม กระบวนการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ และการประเมินผล ดังนี้

1) ขั้นตอนในการพัฒนาโปรแกรม ประกอบด้วย (1)การเลือกใช้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสถานที่ใกล้เคียงบริบทที่สอดคล้องกับระบบนิเวศ ได้แก่ (Program areas) โดยการสำรวจ ซึ่งมี (2) รูปแบบโปรแกรม (Program formats) เช่น โปรแกรมเพลิน การเข้าฟังการบรรยายของวิทยากรหรือปราชญ์ใน โปรแกรมที่ประกอบด้วยแนวคิดการให้ความรู้และกิจกรรมสร้างทักษะในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม(3) พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวในชนบท(Program settings) ซึ่งมีนิเวศภูมิทัศน์ที่สวยงามมีทั้งภูเขา น้ำตก และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ อ่างเก็บน้ำ เขื่อน สวนสนุกซึ่ง

ต้องเตรียม (4) พาหนะ(Program mobilities) ที่ใช้เชื้อเพลิงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความปลอดภัย และ (5) เลือกที่พักค้างคืน (Program lodgings) แบบโฮมสเตย์ที่ให้บริการโดยชุมชนในพื้นที่

2) **กระบวนการการพัฒนาโปรแกรม (Program categories)** ตามหลักแนวคิดการพัฒนาโปรแกรมของเฟนเนล (Fennell. 2002. 111-133) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) เริ่มศึกษาสภาพพื้นที่และความต้องการของเยาวชน 2) วางโครงสร้างโปรแกรม การเลือกพื้นที่ในเขตชนบท 3) สัมภาษณ์ วิทยากรและมัคคุเทศก์ 4) ได้รูปแบบกิจกรรมตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเยาวชน 5) นำโปรแกรมไปปฏิบัติใช้กับเยาวชน และ 6) ประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาตามหลักแนวคิดการพัฒนาโปรแกรมของเฟนเนล (Fennell. 2002. 111-133) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างการท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7 Green concepts) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ให้การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นร่วมการสร้างความตระหนักให้นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม แบ่งกิจกรรมออกเป็นฐานเกษตรกรรมและฐานผลิตภัณฑ์ ที่มีกระบวนการสอดคล้องกับระบบนิเวศดังภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 กระบวนการการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

ปรับจาก Ecotourism programming framework ของเฟนเนล

ที่มา: Fennell. (2002). *Ecotourism Program Planning*. p. 82

3) **การประเมินผลโปรแกรม** ในการพัฒนาโปรแกรมการศึกษาต้องมีการประเมินโปรแกรมเพื่อทราบว่าโปรแกรมนั้นมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด และสรุปเป็นประเด็นเพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา

ตามความคิดเห็นของไทเลอร์ นั้น การประเมินผล คือ การเปรียบเทียบพฤติกรรมเฉพาะอย่างกับจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมที่วางไว้ โดยมีความเชื่อว่า จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน รัดกุม และจำเพาะเจาะจงแล้วจะเป็นแนวทางช่วยในการประเมินได้อย่างดีในภายหลังเพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษาสำหรับนักท่องเที่ยวยาวชนโดยให้ความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ประการแรก เน้นความรู้ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับเยาวชนและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติและสามารถสัมผัสได้ในชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องที่เขาสนใจ

ลักษณะกิจกรรมที่ใช้ในการดำเนินชีวิต และกระตุ้นให้ เกิดทักษะความคิดหลายอย่าง เช่น การจินตนาการ จำแนกกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ ดังนี้

- 1) กิจกรรมการถ่ายทอดแนวความคิดเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจพอเพียง
 - 2) กิจกรรมฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้และพืชสมุนไพร การดูแลต้นไม้ พืชสมุนไพรดิน เช่น การหมักดิน
 - 3) กิจกรรมการประดิษฐ์สิ่งของ ให้มีการนำเอาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เช่น การลงฐานผลิตภัณฑ์ที่ทำสบู่มาก่อน สบู่เหลว และแชมพูจากสมุนไพร หรือการลงฐานเกษตรกรรม เช่น การทำปุ๋ยหมัก
 - 4) กิจกรรมลดขยะและของเสีย โดยการนำเอาเศษอาหารมาทำเป็นปุ๋ยหมัก
- วิธีการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร เพื่อให้แนวคิดและกิจกรรมในภาคปฏิบัติให้เกิดทักษะ บทบาทของวิทยากร จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย กว้างขวาง กระตุ้นให้เยาวชนสร้างกรอบความคิดของตนเอง

แนวคิดการประเมินโปรแกรม ฟิตซ์แพทริก แซนเดอร์ส และวอร์ธัน (Fitzpatrick; Sanders; & Worthen. 2004) ประกอบด้วย กรอบแนวคิด และโครงสร้างในการประเมินโปรแกรม ในที่นี้จะ ซึ่ง ได้จำแนกไว้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

แนวคิดการประเมินของครอนบาค สคริเวน และสเตก (Lee J. Cronbach, Michael Scriven, & Robert E. Stake) คือ ประเมินบทบาทให้เสนอโปรแกรมไว้กว้าง ๆ ก่อน ไม่นิยมกำหนดจุดประสงค์เฉพาะเจาะจง (Goal free evaluation) แนวคิดการประเมินในรูปแบบของสคริเวนนี้ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การประเมินย่อย (Formative evaluation) เป็นการประเมินที่อยู่ระหว่างการดำเนินโปรแกรม
- 2) การประเมินรวบยอด (Summative evaluation) เป็นการประเมินสรุปผลของโปรแกรม จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดกระบวนการใช้โปรแกรมแล้ว เพื่อเป็นการตัดสินคุณค่าของโปรแกรม ตลอดจนการหาคุณค่าและจุดบกพร่องของโปรแกรมที่ได้ดำเนินไปแล้ว

3) การประเมินภายใน ของฟิทซ์แพทริก และคณะ (Fitzpatrick.; Sanders; & Worthen. 2004: 16-19)

4) การประเมินผลที่เกิดขึ้น (Pay-off Evaluation) เป็นการประเมินผลที่เกิดจากสิ่งต่างๆ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ใช้ในการดำเนินหลักสูตร เช่น การประเมินผลที่เกิดจากการสอบของนักเรียน การตัดสินความแตกต่างของคะแนนก่อนและหลังสอบ หรือผลที่ได้จากกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

แนวคิดของไทเลอร์ แฮมมอน และโพรวัส (Ralph W. Tyler, Robert L. Hammond; & Malcolm Provus) พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างจะเปลี่ยนไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จะศึกษาโดยการศึกษารายละเอียดองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ จุดมุ่งหมายทางการศึกษา การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และการตรวจสอบสัมฤทธิ์ผลของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ต้องประเมินในโปรแกรม คือการประเมินผลความก้าวหน้า (Formative evaluation) ซึ่งประเมินในระหว่างปฏิบัติการเพื่อปรับปรุงแก้ไขในช่วงเวลาต่าง ๆ ในกระบวนการจัดกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลสรุป (Summative evaluation) คือ ประเมินหลังการนำกิจกรรมไปทดลองใช้ เพื่อดูความเหมาะสมของโปรแกรม การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย และประเมินผลลัพธ์ ซึ่งเป็นการพัฒนาโปรแกรมแบบครบวงจร และมีความต่อเนื่องกัน

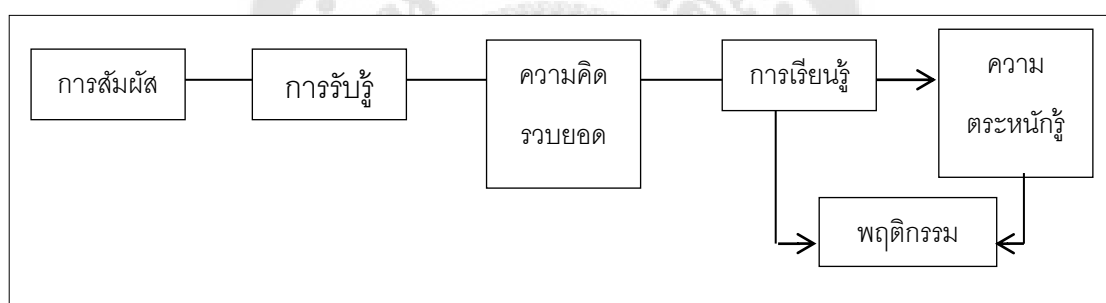
การประเมินผลความก้าวหน้าหรือการประเมินย่อย เป็นแนวคิดของฟิทซ์แพทริก และคณะ (Fitzpatrick.; Sanders; & Worthen. 2004: 28) โดยให้ความเห็นว่าการประเมินย่อย (Formative evaluation) จะช่วยพัฒนากลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder participation) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดโปรแกรม โดยแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฟรีแมน (Freeman. 1984) ได้ให้ความหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ได้รับประโยชน์ ในมุมมองแบบดั้งเดิม เช่นเดียวกับหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นบริษัท ซึ่งมีภาวะผูกพันทางการเงินที่ แต่ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันครอบคลุมบุคลากรหลายภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มการเมือง สภาหอการค้า ชุมชน พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และคู่แข่ง นับเป็นผู้มีส่วนได้เสียต่อกระบวนการผลิต ส่งผลกระทบต่อ บริษัท และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ มีหลายคำนิยามของผู้มีส่วนได้เสีย

แนวคิดการประเมินผลย่อยและการประเมินผลรวบยอดของศักดิ์ศรี ปาณะกุล (2555: 134) มีขั้นตอน การค้นหาจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของโปรแกรมว่าคืออะไร ลำดับความสำคัญของจุดมุ่งหมาย แล้วเลือกจุดมุ่งหมายที่สำคัญ ๆ มาประเมินผล ทำการประเมินผลจุดมุ่งหมายที่จะประเมินนั้นว่า ควรแก่การประเมินหรือไม่ แล้วกำหนดเกณฑ์ในการประเมินจุดมุ่งหมายแต่ละข้อ สร้างข้อทดสอบตามเนื้อหาที่กำหนดในโปรแกรมให้ครบถ้วนและละเอียดทุกแง่มุมตรวจสอบจุดประสงค์ที่ตั้งไว้เสมอ ๆ เพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับการทำโปรแกรม ทำการประเมินผลเครื่องมือในการเก็บ

ข้อมูล ด้วยการปรับปรุงแบบทดสอบให้มีความเชื่อมั่นให้สูงขึ้น รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

2.3.1 แนวคิดความตระหนักรู้ของนักทอ่งเทียวที่มีต่อโปรแกรมการทอ่งเทียว

การประเมินโปรแกรมของวิภารัตน์ ธานีรัตน์ (2557: 13-14) ด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง กระบวนการเกิด เป็นภาวะทางจิตใจและเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความคิด ต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์นั้นๆ อันเกิดจากการรับรู้และความสำนึก หรือกล่าวได้อีกประการหนึ่ง คือ ระยะเวลา หรือประสบการณ์ หรือสภาพแวดล้อม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความตระหนักรู้ขึ้น ดังนั้นความตระหนักรู้ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลสัมผัสกับสิ่งเร้าในสภาพแวดล้อมแล้วจะเกิดการรับรู้ (Perceptions) ขึ้น และนำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด เกิดการเรียนรู้ และเกิดความตระหนักรู้ นำไปสู่การกระทำ หรือแสดงเป็นพฤติกรรม ตามลำดับ ซึ่งขั้น ตอนและกระบวนการนำไปสู่การรับรู้และเกิดความตระหนักรู้ดังกล่าวแสดงเป็นแบบจำลอง ดังภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 ขั้นตอนและกระบวนการนำไปสู่การรับรู้และการเกิดความตระหนักรู้

ที่มา: ปรับจาก Carter V Good. (1973). *Dictionary of Education*. p. 54.

จากภาพประกอบ 7 ความตระหนักรู้เป็นผลมาจากกระบวนการทางปัญญา (Cognitive process) แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเกิดความตระหนักรู้ว่า ความตระหนักรู้เป็นเรื่องของสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและความคิดที่เชื่อมโยงไปสู่การแสดงออกหรือพฤติกรรมตอบสนองที่มีต่อสถานการณ์ใดๆ โดยเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มต้นจากที่บุคคลได้สัมผัสหรือรับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า จึงเกิดการรับรู้(Perceptions) ขึ้น ทำให้เกิดการเข้าใจในสิ่งนั้น คือการเกิดความคิดรวบยอด และนำไปสู่การเรียนรู้ คือ มีความรู้ในสิ่งนั้น และนำไปสู่ความตระหนักรู้ในที่สุดซึ่งทั้งการเรียนรู้และความตระหนักรู้ต่างก็สามารถแสดงออกเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำต่อสิ่งเร้านั้นๆ ได้ ดังนั้น การสร้างความตระหนักรู้ นั้น บุคคลจะต้องมีความรู้มาก่อน ดังนั้นการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนมองเห็น

ความสำคัญและใส่ใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น ควรจะคำนึงถึงความรู้สึกเป็นสำคัญด้วย ไม่ควรมุ่งแต่ในด้านปัญญาหรือความรู้เพียงอย่างเดียว ความตระหนักรู้จึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล เป็นสิ่งที่ต้องพยายามสอดแทรกในทุกโอกาสแม้ว่าพฤติกรรมนี้จะไม่เห็นผลในทันทีทันใดก็ตาม

แนวคิดด้านความตระหนักรู้ของประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 20) หมายถึง ความคล้ายคลึงขั้นแรกของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญา (Cognitive domain) คือ ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง ที่มีคำอธิบาย จะแตกต่างกันตรงที่ความตระหนักรู้ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการจำ อันที่จริงความตระหนักรู้ หมายถึงการที่บุคคลได้ถูกคิดหรือได้รู้สึกในสิ่งเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ คือการได้ถูกคิด ซึ่งเป็นการที่ถูกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะของจิตใจ

แนวคิดการวัดด้านความตระหนักรู้ของชวาล แพริตกุล (2526: 201-225) หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด (Conscious of something) สามารถจำแนกและรับรู้ได้ (Precognitive) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับความรู้สึกและอารมณ์ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อน ดังนั้น การที่จะนำการวัดความรู้สึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ในใจหรือไม่ การวัดและประเมิน จึงต้องมีหลักการ ตลอดจนเทคนิคเฉพาะ จึงจะวัดความรู้สึกและอารมณ์ซึ่งมีหลายประเภทด้วยกัน ได้แก่ วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) แบบตรวจสอบรายการ (Check list) มาตรฐานอันดับคุณภาพ (Rating scale) การใช้ความหมายภาษา (Semantic differential technique) และแบบสอบถาม (Questionnaire)

สรุปแนวคิดด้านการรับรู้และการตระหนักรู้พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด คล้ายกับพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญา จะแตกต่างกันตรงที่ความตระหนักรู้ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการจำ ดังนั้น ความตระหนักรู้ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลสัมผัสกับสิ่งเร้าในสภาพแวดล้อมแล้วจะเกิดการรับรู้ และนำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด เกิดการเรียนรู้ และเกิดความตระหนักรู้ นำไปสู่การกระทำ หรือแสดงเป็นพฤติกรรม

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler; & Keller. 2009: 136) หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคล ซึ่งจะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่รับรู้จากสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ ดังนั้น ผลงานที่รับรู้และความคาดหวังมีผลต่อความพึงพอใจซึ่งลูกค้าสามารถรู้สึกถึงระดับความพึงพอใจใน 3 ระดับ ดังนี้

- 1) ถ้าผลงานที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ
- 2) ถ้าผลงานที่รับรู้เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

3) ถ้าผลงานที่รับรู้สูงว่าความคาดหวัง ลูกค้าน่าจะมีความรู้สึกน่ายินดีหรือพึงพอใจมาก

แนวคิดด้านความพึงพอใจของอาร์มสตรองและคอตเลอร์ (Armstrong; & Kotler. 2013: 42) คือ ความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับความสุขซึ่งตรงข้ามกับความผิดหวัง เกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังในผลลัพธ์ของสิ่งที่พึงประสงค์ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการพอดีกับความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้ขอบเขตการรับรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานให้ได้รับการตอบสนองความต้องการต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ ของลูกค้า ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ โดยการสำรวจความคาดหวังของลูกค้า และตอบสนองความต้องการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ถ้าเกินความคาดหวังจะกลายเป็นความปิติยินดี ในทางตรงกันข้ามถ้าความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองสร้างความผิดหวัง และจะไม่กลับมาใช้บริการอีก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 44-48) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า ว่าระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับระดับความคาดหวังของลูกค้า

แนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 189) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ใดมากกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่นๆ แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น การตรวจสอบความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer satisfaction tracking) “ความพึงพอใจของลูกค้า” เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่นักการตลาดต้องคำนึงถึง เพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งการซื้อซ้ำจนเกิดความจงรักภักดีในที่สุด และยังอาจก่อให้เกิดลูกค้าใหม่ได้หากลูกค้าที่มีความพอนั้นช่วยบอกต่อถึงความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการของเราไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งทั้งสองประการดังกล่าวย่อมสร้างยอดขายและกำไรในระยะยาวอันเป็นเป้าหมายสำคัญให้แก่ธุรกิจ ในขณะเดียวกันหากลูกค้าเกิดความไม่พอใจในสินค้าหรือบริการแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในทางตรงกันข้าม นั่น คือ การสูญเสียลูกค้า และเสียชื่อเสียงอีกด้วย ดังนั้นการตรวจสอบความพอใจของลูกค้าก่อนที่จะส่งผลกระทบถึงยอดขายจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแก้ไขปัญหาก่อนที่จะลุกลามได้ความพอใจหรือไม่พอใจในความรู้สึกของลูกค้า เป็นการตอบสนองทางอารมณ์ เมื่อลูกค้าได้ประเมินสินค้าหรือบริการนั้นโดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังในใจ

แนวคิดของสรชัย พิศาลบุตร (2550: 9) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการได้รับในสิ่งที่ต้องการภายในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาหรือทำให้ได้โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์หรือความถูกต้องในการให้บริการ การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการก็เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง กับคุณภาพของสินค้าและ

บริการที่ผู้ใช้บริการคาดว่าจะได้รับ สำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น

การวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ คือ วิธีวัดความพึงพอใจจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ สรรชัย พิศาลบุตร (2550: 10) โดยวัดจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เกี่ยวกับบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านที่ได้รับจากผู้ให้บริการ วิธีวัดความพึงพอใจจากข้อมูลที่สามารถสะท้อนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นสำหรับวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสินค้าหรือบริการใด ๆ นิยมใช้มาตราการประเมิน (Rating scale) ซึ่งแสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับต่าง ๆ จำนวน 5 ระดับ (5=พอใจมากที่สุด 4=พอใจมาก 3=พอใจปานกลาง 2=พอใจน้อย 1=พอใจน้อยที่สุด)

จากแนวคิดด้านความพึงพอใจ พอสรุปได้ว่า คือ ความรู้สึกนิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ซึ่งเป็นไปตามความคาดหวัง และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่นักการตลาดต้องคำนึงถึง เพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งการซื้อซ้ำจนเกิดความจงรักภักดี และยังสามารถก่อให้เกิดลูกค้าใหม่ได้หากลูกค้าที่มีความพอใจนั้นช่วยบอกต่อถึงความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการของเราไปยังบุคคลรอบข้าง

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องกำหนดจุดมุ่งหมายในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว มีระยะและขั้นตอนในการพัฒนาโปรแกรม นำโปรแกรมทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย มีการประเมินผลย่อยระหว่างการเดินทางโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องเนื้อหาในแบบสอบถาม และการประเมินผลรวบยอดด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้ใช้โปรแกรมโดยการประเมินด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการประเมินที่มีความสำคัญเท่า ๆ กัน เพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งการซื้อซ้ำจนเกิดความจงรักภักดีในที่สุด และยังสามารถก่อให้เกิดลูกค้าใหม่ได้หากลูกค้าที่มีความพอใจนั้นช่วยบอกต่อถึงความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการของเราไปยังบุคคลอื่นๆ ซึ่งทั้งสองประการดังกล่าวย่อมสร้างยอดขายและกำไรในระยะยาวอันเป็นเป้าหมายสำคัญให้แก่ธุรกิจ ในขณะเดียวกันหากลูกค้าเกิดความไม่พอใจในสินค้าหรือบริการแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในทางตรงกันข้ามนั้น คือ การสูญเสียลูกค้า อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจต้องอยู่บนฐานคิดในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้และแตกสลายได้เป็นการลดของเสีย และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนเพื่อการใช้งานในอนาคต

2.4 บริบทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

2.4.1. แนวคิดด้านแหล่งท่องเที่ยว

แคนเดลล่าและฟิจินี (Candela and Figini, 2012: 293) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งทั้งสองส่วนเป็นสิ่งที่ส่งเสริมพื้นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติถือว่าเป็นของขวัญจากธรรมชาติ ประกอบด้วย ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำตก สวนสาธารณะ ป่า เป็นต้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นเขื่อน สวนสนุก (Theme park) อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-destination) ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณภาพ มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ระบบนิเวศให้ยั่งยืน

จากแนวคิดด้านแหล่งท่องเที่ยวข้างต้น ได้อธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยจังหวัดนครนายกมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นจำนวนมาก และมีศูนย์เรียนรู้ร่วมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ระบบนิเวศให้ยั่งยืน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

2.4.2 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

- 1) ที่ตั้ง ภูมิประเทศ และพื้นที่ป่าไม้ซึ่งความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับระบบนิเวศ

จังหวัดนครนายก (วิกิพีเดีย. 2555:) จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครนายก ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2489 จังหวัดนครนายก ตั้งอยู่ที่ละติจูดที่ 14 องศาเหนือ และลองจิจูดที่ 101 องศาตะวันออก มีระยะทางจากกรุงเทพมหานครตามถนนรังสิต-นครนายก (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305) ผ่านอำเภองครักษ์ถึงจังหวัดนครนายก ระยะทาง 105 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,326,250 ไร่

ภูมิประเทศจังหวัดนครนายก สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบ ส่วนพื้นที่ทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอบ้านนา อำเภอเมือง และอำเภอปากพลี ส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสระบุรี นครราชสีมา และจังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งมีเทือกเขาติดต่อกับทิวเขาแดงพญาเย็น มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัด คือ ยอดเขาเขียว มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,351 เมตร ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบอันกว้างใหญ่

เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า ที่ราบกรุงเทพฯ ลักษณะดินเป็นดินปนทรายและดินเหนียว เหมาะแก่การทำนา ทำสวนผลไม้ และการอยู่อาศัย

2) พื้นที่ป่าไม้ หน่วยงานป่าไม้จังหวัดนครนายก กำหนดพื้นที่ที่เป็นป่าผืนใหญ่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และพื้นที่ป่าหย่อมเล็ก หย่อมน้อย ตามภูเขาที่มีความลาดชันค่อนข้างสูง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีป่าไม้ มี โดยแยกได้ ดังนี้ (จังหวัดอัจริยะต้นแบบ. 2555: 4)

- ป่าไม้ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีจำนวน 340,575 ไร่
- ป่าไม้ถาวรตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อ 23 มีนาคม 2508 และ เมื่อ 28 ธันวาคม 2536 มีจำนวน 17,710 ไร่
- ป่าไม้ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 มีจำนวน 10,976 ไร่ (หย่อมเล็กหย่อมน้อยตามภูเขาที่มีความลาดชันค่อนข้างสูง)
- ป่าบริเวณเขาชะโงก ในราชการกระทรวงกลาโหม มีจำนวน 51,921 ไร่
- ได้เพิกถอนพื้นที่ป่าไม้ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่บางส่วน เพื่อทำโครงการเชื่อมคลองทำด้านอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดนครนายก ประมาณ 1,925 ไร่ พื้นที่ป่าไม้ตามกฎหมายทั้งหมดของจังหวัดนครนายก 421,182 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 31.76 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด ถูกบุกรุกไปจำนวน 10,579.5 ไร่ คงเหลือพื้นที่ป่าจำนวน 410,602.5 ไร่คิดเป็นร้อยละ 30.96 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด
- เพิ่มพื้นที่ที่ถูกบุกรุกและทำลายของจังหวัดนครนายก คือการปลูกป่าทดแทน 4,089 ไร่
- พื้นที่เพื่อการอนุรักษ์และนันทนาการจำนวน 1 แห่งในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีจำนวน 340,575 ไร่

การใช้ประโยชน์ป่าไม้ด้านนันทนาการ การจัดการป่าไม้คำนึงถึงการจัดการป่าไม้ตามขนาดของพื้นที่ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน เป็นนโยบายที่สำคัญอย่างหนึ่งท เช่น สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ วนอุทยาน เช่น มีน้ำตก หน้าผา เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และอุทยานแห่งชาติ การอนุรักษ์ป่าต้องทำตามหลักวิชาและนโยบายของกรมป่าไม้

การกำหนดเขตป่าให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และช่วยลดปัญหาการบุกรุกทำลายป่า ช่วยประชาชนจะได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับป่า กระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าโดยการร่วมมือในการอนุรักษ์ป่า ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม กรมป่าไม้ได้ให้กรมอุทยานแห่งชาติจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อนันทนาการ ซึ่งเป็น

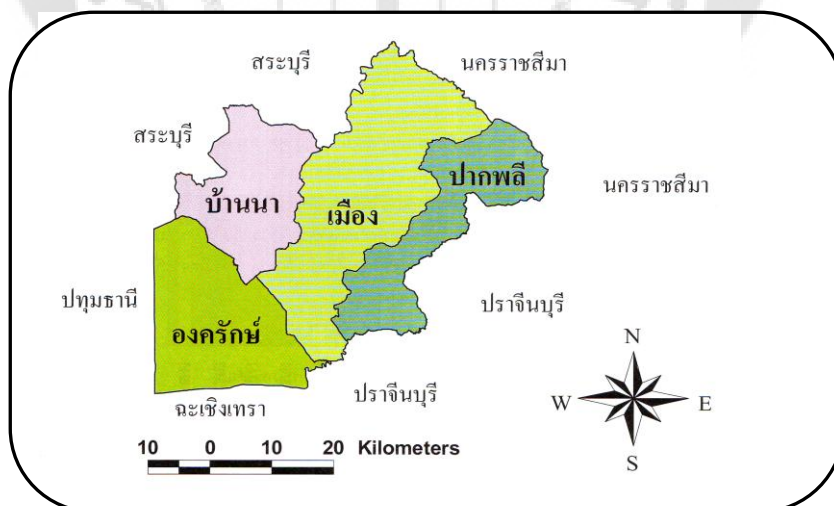
เครื่องมือที่สำคัญของการศึกษารวมชาติ ซึ่งกำหนดเป็น 3 กลุ่มหลัก (กรมอุทยานแห่งชาติฯ. 2554: 4-7) ในเขตนครนายก คือ

- ทางเดินศึกษาธรรมชาติ (Walking trail) ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 45 นาที เป็นเส้นทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้และสื่อความหมาย เช่น ที่เขาหุบเมย ฯลฯ
- ทางเดินไกล (Hiking trail) ระยะทางประมาณ 3-4 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 1.30-3 ชั่วโมง เป็นเส้นทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้และออกกำลังกาย เช่น ที่เขาคอก-เขาชะโงก ฯลฯ
- ทางเดินป่า (Trekking trail) ระยะทางประมาณ 5-30 กิโลเมตร ต้องมีการพักแรมในป่า เป็นเส้นทางเพื่อการออกกำลังกายและเรียนรู้ข้อเท็จจริงในป่าด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ตลอดจนฝึกเกาะรอยในป่าในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ฯลฯ

สำนักงานจังหวัดนครนายกแบ่งหน่วยการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ ได้แก่

- อำเภอเมืองนครนายก แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 13 ตำบล 125 หมู่บ้าน
- อำเภอปากพลี แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 ตำบล 57 หมู่บ้าน
- อำเภอบ้านนา แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 10 ตำบล 118 หมู่บ้าน
- อำเภอองครักษ์ แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 11 ตำบล 116 หมู่บ้าน

แผนที่แสดงการแบ่ง 4 อำเภอของจังหวัดนครนายกตามภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 แผนที่แสดงขอบเขตและที่ตั้งของ 4 อำเภอในจังหวัดนครนายก

ที่มา: แผนที่จังหวัดนครนายก (สำนักงานจังหวัดนครนายก. 2558: ออนไลน์)

ด้านรายได้และผลิตภัณฑ์มวลรวมอยู่ จังหวัดนครนายก มีตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมอยู่ที่ประมาณ 80,000 ล้านบาท มีรายได้ประชากรอยู่ที่ประมาณ 80,000 บาทต่อคนต่อปี เป็นอันดับที่ 40 ของประเทศ ซึ่งเชื่อว่าภายหลังจากการขับเคลื่อนจังหวัดไปสู่จังหวัดอัจฉริยะ จะทำให้เกิดการลงทุนมากขึ้น โดยจังหวัดจะมีการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านต่าง ๆ อาทิ การส่งเสริมการจัดตั้งซอฟต์แวร์ปาร์ค เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในจังหวัดมากขึ้น ซึ่งจะช่วยผลักดันให้เกิดการก่อสร้าง การขายสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว ในที่สุดก็ช่วยผลักดันจำนวนประชากรในจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็น 500,000 คน ภายในระยะเวลา 4 ปี จากปัจจุบันมีประชากร 250,000 คน และช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์มวลรวมอยู่และรายได้ประชากรของจังหวัดเพิ่มขึ้น ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้แต่ละปีดัชนี 4 เพิ่มขึ้นจะต้องเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ต่อปี (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2555: ออนไลน์)

จากการสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกทั้ง 4 อำเภอ แล้วนำมาสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกออกเป็น 7 ประเภท การจัดหมวดหมู่โดยใช้โปรแกรมแอทลาสทีไอเวอร์ชั่นทดลอง 7.5 (ATLAS-ti Trial Version 7.5) แล้วจึงกำหนดพื้นที่ที่จำเป็นต้องใช้ในศึกษาการวิจัย รองรับประเภทของกิจกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

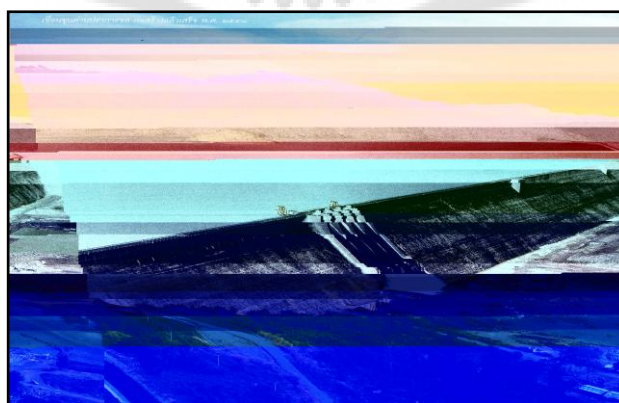
- 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและประวัติศาสตร์
- 5) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถาบันการศึกษาและศูนย์เรียนรู้
- 6) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 7) แหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยวสองประเภทที่มีความเหมาะสมที่สุด ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถาบันการศึกษาและศูนย์เรียนรู้ และสรุปแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวบรวมได้ 11 แห่ง ตามรายการต่อไปนี้

- 1) เขื่อนขุนด่านปราการชล
- 2) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
- 3) อุทยานวังตะไคร้
- 4) น้ำตกนางรอง
- 5) น้ำตกกองแก้ว

- 6) น้ำตกลานรัก
- 7) น้ำตกวังม่วง
- 8) น้ำตกสาริกา
- 9) น้ำตกเหวนรก
- 10) อ่างเก็บน้ำทรายทอง
- 11) อ่างเก็บน้ำห้วยปรือ

และได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเขื่อน คือ ขุนด่านปราการชล โครงการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เป็นพื้นที่ศึกษา เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้การเรียนรู้เรื่องราวทรัพยากรน้ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงไปยังทรัพยากรดิน ป่า และคน เขื่อนขุนด่านปราการชล ตั้งอยู่ที่บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง สร้างขึ้นตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เพื่อบรรเทาความทุกข์เรื่องการจัดสรรทรัพยากรน้ำของชาวนครนายกและจังหวัดใกล้เคียง ตัวเขื่อนประกอบด้วยเขื่อนหลักและเขื่อนรอง สร้างด้วยคอนกรีตบดอัด ปัจจุบันเป็นเขื่อนคอนกรีตบดอัดที่ยาวที่สุดในโลก โดยมีความยาวรวม 2,594 เมตร สูง 93 เมตร มีความจุน้ำ 224 ล้านลูกบาศก์เมตร เขื่อนขุนด่านปราการชล เป็นเขื่อนที่มีคุณประโยชน์นานัปการ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความภาคภูมิใจให้ชาวนครนายก ด้านหน้าเขื่อนเป็นอ่างเก็บน้ำซึ่งมีพื้นน้ำสีเขียวคันกลางผืนป่าสีเขียวที่อุดมสมบูรณ์ ด้านหลังเขื่อนเป็นพื้นที่อยู่อาศัยและประกอบอาชีพของชาวบ้าน รวมถึงกิจกรรมล่องแก่งลำน้ำนครนายกที่สามารถเล่นได้ตลอดทั้งปี ทำยเขื่อนจัดเป็นพื้นที่ปลูกพันธุ์ไม้นานาชนิดและมีศูนย์การเรียนรู้ ทั้งพิพิธภัณฑ์เขื่อนขุนด่านปราการชล ท่าเรือสำหรับล่องแก่ง ส่วนพื้นที่บนภูเขา ด้านบนสันเขื่อนเป็นจุดชมทิวทัศน์ต่าง ๆ และด้านบนจุดสูงสุดของภูเขาสร้างเป็นอาคารที่ประทับเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และพระบรมวงศานุวงศ์



ภาพประกอบ 10 เขื่อนขุนด่านปราการชล

ที่มา: เขื่อนขุนด่านปราการชล ที่ระลึกเนื่องในโอกาสเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดเขื่อนขุนด่านปราการชล พ.ศ.2549 หน้า 176.

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานการศึกษาและศูนย์เรียนรู้ที่สำคัญรวบรวมมา 5 แห่ง ได้แก่

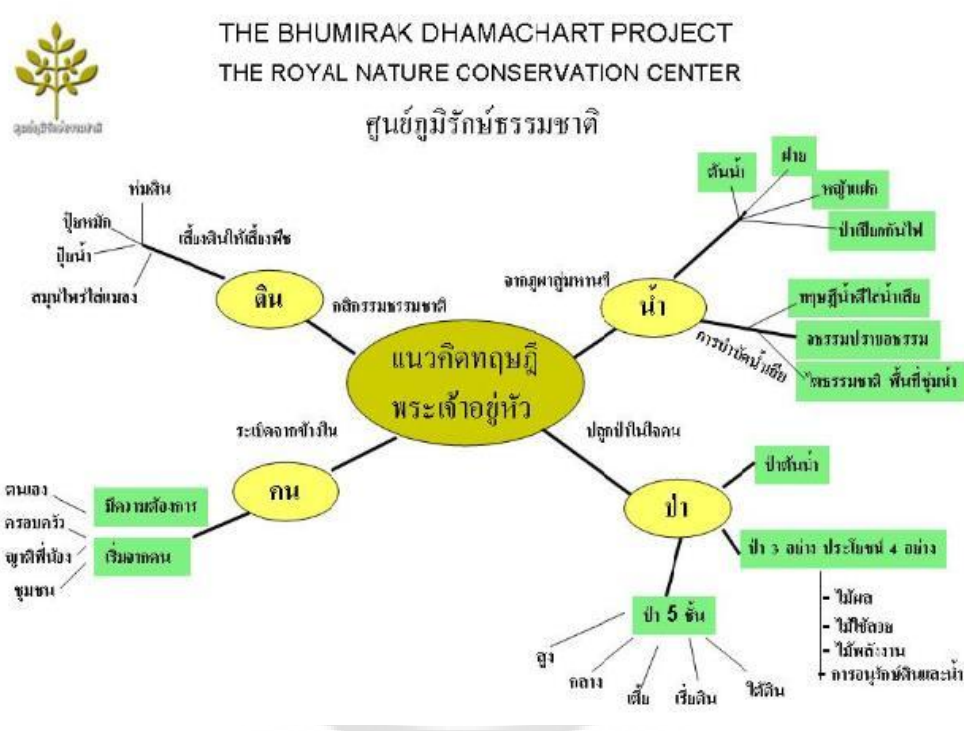
- 1) ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ
- 2) โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
- 3) โรงเรียนเตรียมทหาร
- 4) ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านทุ่งกระโปรง
- 5) อาศรมวงศ์สนิท

ผู้วิจัยได้เลือกศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ จากสถานที่ตั้งอยู่ห่างจากเขื่อนขุนด่านฯ เพียง 500 เมตร ซึ่งตอบโจทย์ในเรื่องเวลา สำหรับการจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาแบบเข้าไปเย็นกลับ ที่เป็นโครงการอันเนื่องกันเนื่องมาจากพระราชดำริ เช่นกัน ตั้งอยู่ในพื้นที่ของมูลนิธิชัยพัฒนา ตั้งอยู่บริเวณหลังเขื่อนขุนด่านปราการชล บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อยู่ใกล้กับเขื่อนขุนด่านปราการชล 500 เมตร เป็นที่ดินส่วนพระองค์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 โดยมูลนิธิชัยพัฒนาและสมาคมนักเรียนเก่าชิราวุธวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต ขอใช้ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 14 ไร่ เพื่อการดำเนินการก่อสร้าง มาตั้งแต่ปี 2545 แล้วเสร็จสมบูรณ์ในปลายปี 2548 เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครนายก เพราะโครงการศูนย์นิทรรศการการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ แสดงแนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาตนเองตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย อาคารนิทรรศการต้อนรับนักท่องเที่ยว อาคารประชุม ร้านค้า และแปลงสาธิตกิจกรรมกลางแจ้งแปลงทฤษฎีแก้มลิง แปลงปลูกหญ้าแฝก แปลงทฤษฎีเกษตรแผนใหม่ และพลังงาน ตลอดจนการสาธิตความเป็นอยู่ วิถีไทยด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยให้เกษตรกรซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศต้องใช้ชีวิตพึ่งพาและดูแลป่า ดิน น้ำ อย่างใกล้ชิด ซึ่งได้มีการแบ่งพื้นที่จัดแสดงของโครงการออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรก เป็นการจัดนิทรรศการแสดงผลภาพรวมของพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นการปูพื้นฐานก่อนที่จะออกไปพบกับของจริงในส่วนการแสดงผลภายนอกอาคาร

ส่วนที่สอง เป็นการจัดนิทรรศการบริเวณใกล้เคียงกับอาคาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเห็นและเข้าใจถึงสิ่งแสดงต่างๆ ได้อย่างชัดเจน อาทิเช่น การใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ การควบคุมดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น บ่อบำบัดน้ำเสียแบบฝังใต้ผิวดิน และแปลงหญ้าแฝก เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นการทำงานของรากหญ้าแฝกที่ยึดดิน

ส่วนที่สาม เป็นการแสดงในพื้นที่นอกอาคาร ด้วยการจำลองป่าและภูมิประเทศของประเทศไทยทั้ง 4 ภาค โดยสอดแทรกปัญหาและแนวทางการจัดการเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาที่ดิน การอนุรักษ์แหล่งต้นน้ำ ลำธาร และป่าต้นน้ำ อาทิเช่น ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่างคือ ไม้ผล ไม้ฟืน และไม้ใช้สอย ประโยชน์อย่างที่ 4 คือ ได้มีป่าไม้ครอบคลุม เป็นการอนุรักษ์แหล่งต้นน้ำและดิน รวมถึงการจัดแสดงเกษตรทฤษฎีใหม่ และชีวิตที่พอเพียง กับวิถีชีวิตของคนไทย โดยได้จัดทำป้ายสื่อความหมายตามจุดเรียนรู้ทั้ง 22 จุดของพื้นที่พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติมีชีวิต ทรัพยากรดิน น้ำ ป่า และคน ดังภาพประกอบ 11



ภาพประกอบ 11 แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

ที่มา: Bhumirak Dhamachart Project (2556: ออนไลน์)

สรุปที่ตั้ง ภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ และนิเวศภูมิทัศน์ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกมีศักยภาพและเหมาะสมใช้เป็นพื้นที่ศึกษา ดังคำขวัญที่ว่า “เมืองในฝันใกล้กรุง ภูเขางาม น้ำตกสวย รวยธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ” พิจารณาจาก สภาพภูมิประเทศ ทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอบ้านนา อำเภอเมือง และอำเภอปากพลี และมีพื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรี เนื่องจากพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ กรมป่าไม้จึงได้กำหนดให้ป่าห้วยอม

เล็กหย่อมน้อยประมาณ 10,976 ไร่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและนันทนาการ ส่วนภาคใต้ ภาค ตะวันตกและภาคกลางเป็นที่ราบ เหมาะแก่การปลูกข้าว ทำสวนผลไม้ ทำสวนเพาะกล้าไม้ดอกและ ไม้ประดับ และทำประมงน้ำจืด ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะ มีศูนย์ เรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดฯ คือ เชื้อนขุนด่านปราการชล เป็นต้น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยอส คริพเพนดอร์ฟ (Krippendorff. 1987) ได้ทำการวิจัย เรื่องการใช้แนวคิดการตลาดเชิงนิเวศ วิทยาเพื่อจัดการการท่องเที่ยว (Ecological approach to tourism marketing) พบว่า คนในสังคมมีการ เปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิต การให้ความสำคัญกับการตลาด การกำหนดกฎเกณฑ์ และการสร้าง ความพึงพอใจในทุกด้านของพื้นที่ชีวิต นักท่องเที่ยวตระหนักว่าการเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นส่วน สำคัญอีกส่วนหนึ่งที่สร้างความพึงพอใจในชีวิต นอกจากความพอใจกับตำแหน่งหน้าที่การงาน และการใช้ ชีวิตแบบสบาย ๆ กับบรรยากาศในบ้านพักอาศัย ดังนั้น การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้น สาระสำคัญ 2 ประการ คือ การดูแลสุขภาพแวดล้อมและการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวที่ ใส่ใจในระบบนิเวศเป็นการรองรับโอกาสของอัตราการเติบโตในช่วงตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990 และต่อเนื่อง ในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านการประชากรศาสตร์ ได้แบ่งส่วนตลาดเป็นคนสถานภาพ โสด (Singles) มีอายุประมาณ 35 ปี กลุ่มผู้หญิงคล่องแคล่ว (New active woman) มีอายุประมาณ 40 ปี และกลุ่มประชากรสูงวัยระดับกระฉ่ง (Active young senior citizen) มีอายุอยู่ในช่วง 50 – 65 ปี การคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงภาวะเงื่อนไขการถดถอยทางด้านเศรษฐกิจในอนาคต คนจะมีเวลา มากขึ้น แต่กลับมีรายได้ลดลง เป็นเหตุต้องระมัดระวังกับการใช้จ่ายใช้สอยอย่างประหยัด ส่งผลแนวโน้ม การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในงบประมาณที่จำกัด ผลการใช้การตลาดในการจัดการท่องเที่ยว ยุคหลัง อุตสาหกรรมคนมีแรงจูงใจ มีการศึกษาที่ดีขึ้น มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวเป็นเรื่อง ของคนรุ่นใหม่

ชีนี ลีออนเน่ และ พาสซาฟาโร (Cini; Leone; & Passafaro. 2012: Abstract) ได้ทำการวิจัย เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว : กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Promoting Ecotourism Among Young People : A Segmentation Strategy) พบว่า การท่องเที่ยวเชิง นิเวศในพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติได้รับการยอมรับในระดับสากลเพื่อยกระดับความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม งานวิจัย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวิจัยตลาดเรื่องการแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวเชิง นิเวศกับวัยหนุ่มสาวยังมีน้อยและหายาก การศึกษามุ่งไปที่ประเด็นการแบ่งกลุ่มตลาดของนักท่องเที่ยวหนุ่ม สาวในด้านปัจจัยด้านจิตวิทยา วิธีการดำเนินการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหนุ่มสาว จำนวน 365 คน โดยแบ่งส่วนอยู่บนพื้นฐานของแรงจูงใจในช่วงวันหยุดพักผ่อน/เทศกาล/นักชดเชย (เป็นปัจจัยผลักดันด้านทัศนคติและพฤติกรรม) แต่ละกลุ่มมีลักษณะที่สอดคล้องกับชุดของตัวแปรปัจจัย

ทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ลักษณะ บุคลิกภาพ ค่านิยมส่วนบุคคล ความเชื่อ สิ่งแวดล้อมและตัวแปรด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอุปนิสัยในการบริโภค) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประมาณร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัยหนุ่มสาวเปิดรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่างและเสนอการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับกลุ่มแบ่งส่วนตลาดแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพ

แจมโรซี (Jamrozky. 2007) ได้ทำการวิจัย การตลาดของการท่องเที่ยว : ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ไปสู่ การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability) วัตถุประสงค์แสดงการเปลี่ยนแปลงในกระบวนทัศน์การตลาดการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้คาดหวังผลกำไรให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจเพียงประการเดียว แต่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาปรับรูปแบบการตลาดแบบบูรณาการแบบองค์รวมในมุมมองในด้านความเที่ยงธรรมทาง (Social equity) การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (Environmental protection) และความอยู่รอดของเศรษฐกิจ (Economic livability) การวิจัยนี้พยายามที่จะตรวจสอบรูปแบบการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของการตลาดการท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การตลาดในด้านกระบวนการการผลิต การขาย และการให้แนวคิดใหม่ผู้บริโภคต่อการตลาดทางเลือก เช่น ตลาดเพื่อสังคม ตลาดสีเขียว การตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและความสัมพันธ์ ปรับระบบทฤษฎีปรากฏอยู่ของการตลาดการท่องเที่ยว ให้เป็นการตลาดการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการบริบทแบบองค์รวม ทั้งเนื้อหาและขนาดและมุ่งเน้นไปที่ตลาดที่มีคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในระบบ ผลของการวิจัยการพบว่า วิธีการเพื่อการตลาดการท่องเที่ยวทางเลือกตระหนักเพื่อสังคม เช่น ผลกระทบการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดด้านสิ่งแวดล้อม บทความนี้ให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืนมากขึ้น อาศัยมุมมองแบบบูรณาการการตลาดการท่องเที่ยว คือการสร้างสมดุลกับมุมมองทั้งสามด้าน (Triple bottom line) คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการสร้างการเติบโตของธุรกิจและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

เทลเลอร์ (Taylor. 2006) ได้เสนองานวิจัยมุ่งศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับท่องเที่ยว การปฏิบัติ ผลกระทบและกฎเกณฑ์ในอีควาดอร์ (Theorizing Educational Tourism: Practices, Impacts, and Regulation in Ecuador) แรงจูงใจคือการศึกษางานบางสิ่งบางอย่างในบริบทของกิจกรรมหลักที่ดำเนินการคือการศึกษาค้นคว้าในสภาพแวดล้อมที่เป็นทางการเป็นเวลานานเป็นระยะเวลา ระหว่างสองสัปดาห์และหนึ่งปี คำนียามนี้สร้างขึ้นบนสูตรออกมาโดยริตชี (Ritchie. 2003), บอดเกอร์ (Bodger. 1998), โคเฮน (Cohea. 2003), โฮลด์นัค (Holdnak. 1996) และฮอลแลนด์ (Holland. 1996) และอื่น ๆ วิธีการของระบบนิเวศของไฟน์สไตน์และจูดด์ (Fainstein & Judd. 1999) ถูกนำมาใช้ในการทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ของสามองค์ประกอบ ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ฝ่ายการท่องเที่ยว การศึกษา และเมืองที่เป็นเจ้าภาพ การบูรณาการกันของนักท่องเที่ยวและนักเรียนทำให้เกิดการท่องเที่ยว

ทางเลือก มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ผู้ประกอบการและคนในพื้นที่ (Convergence of tourist and student flows) วิธีดำเนินการศึกษาใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบโพสต์โพซิทีฟิซึม (Post-positivism) คือ การบรรยายถึงแม้วิธีการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อการศึกษาเรียนรู้จะมีประโยชน์ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับชาติ สภาพการณ์หลากหลายช่วยให้ประสบความสำเร็จและเพิ่มคุณค่าของตนเอง

พอมเอริงก์ โนเบิล และ จอห์นสัน (Pomeroy; Noble; & Johnson. 2011) ได้เสนองานวิจัยเรื่องแนวคิดส่วนประสมการตลาดร่วมสมัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism) โดยยืนยันว่าทางการตลาดสามารถเข้ามา มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาการดำเนินการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนประสบผลสำเร็จ เนื่องจากแนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากสมาคมการตลาดอเมริกัน ในปี 2007 (American Marketing Association) ว่า การพิจารณาจุดมุ่งหมายของการตลาดต้องให้ความสำคัญกับปัญหาของสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยเพิ่มจากจุดมุ่งหมายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และต้องแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ได้รับการยอมรับความสำคัญของมิติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย ในทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ เริ่มต้นจากขั้นตอนของการวางแผนในแต่ละกระบวนการ กระบวนการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวยึดหลักแนวคิดพัฒนารูปแบบการตลาดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน และมีเครื่องมือที่ใช้แนวคิดในการบริหารจัดการองค์การการท่องเที่ยวของระบบนิเวศและสังคม การนำเสนอรูปแบบของเรามีส่วนช่วยในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ติดตามผลการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตรวจสอบเชิงกลยุทธ์การยืนยاند้านอุปทานและเป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับผู้บริโภค เปลี่ยนการตัดสินใจในด้านความต้องการโดยยึดหลักองค์ประกอบการตลาด ส่วนประสมการ 10 ประการ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ราคา (3) สถานที่ (4) ส่งเสริมการตลาด (5) บุคลากร (6) กระบวนการ (7) หลักฐานทางกายภาพ (8) หุ่นส่วน (9) รวมรายการทัวร์ และ (10) การโปรแกรมการท่องเที่ยว) เป็นกรอบในการตั้งคำถามการสร้างรายการตรวจสอบของตัวชี้วัดสำหรับการบริหารจัดการที่ดีด้านความยั่งยืนประกอบด้วยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยการใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

แดเร็น เอส จอห์นสัน (Johnson, Darren S. 2007) ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาปรากฏการณ์นิยม เรื่องการท่องเที่ยวเป็นเส้นทางไปสู่ประสบการณ์การเรียนรู้ของนักเรียนระดับมัธยม ในชนบท โดยให้ความหมายของประสบการณ์การเรียนรู้ ว่าเป็นการเรียนรู้นอกโปรแกรมของโรงเรียน และภายนอกอาคารของโรงเรียน ซึ่งมีหลายรูปแบบ อาจโปรแกรมต่าง ๆ ช่วงหลังโรงเรียนเลิก ได้แก่ ออกกำลังกาย เล่นดนตรี เต้นรำ เข้าค่ายทัศนศึกษาและเดินทางเพื่อการเรียนรู้ ฯลฯ (คราฟท์และ ซาคอฟ. 1988) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับการเดินทางของเยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 13 หรือ 14

ปี จำนวน 10 คนสังกัดโรงเรียนมัธยมในเขตชนบท ซึ่งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา ไปยังกรุงวอชิงตันดีซีและนครนิวยอร์ก ในช่วงวันที่ 24-29 มีนาคม 2007 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 6 วัน เนื่องจากแต่ละปี มีนักเรียนนักศึกษาในสหรัฐอเมริกาเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมากกับหลายบริษัท จัดท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องทราบประสบการณ์ของเยาวชนโดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาเกี่ยวข้องกับในการเดินทางดังกล่าว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกก่อนและหลังการเดินทางได้ดำเนินการกับผู้ให้ข้อมูลทั้งสิบคนที่เข้าร่วมในการเดินทางครั้งนี้ และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เยาวชนแต่ละคนต้องลงบันทึกประจำวันเกี่ยวกับประสบการณ์ของตน ที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลที่บันทึกประจำวันต้องมีการตรวจสอบและปรับให้อยู่ในรูปแบบของปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological protocols) จากนั้นสรุปการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นและร่วมเสนอมุมมองของพวกเขาเกี่ยวกับผลกระทบต่อการใช้ชีวิตตลอดการเดินทาง ผลปรากฏว่า จากห้าสิบคนมีพฤติกรรมจดบันทึกและเขียนรายงานเหตุการณ์เชิงพรรณนาให้เห็นรายละเอียดเกี่ยวกับแบบแผนวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม (rich, thick descriptions) ตามลักษณะของการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Creswell. 1998; Moustakas. 1994) แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็น 4 หัวข้อหลักและ 17 ข้อย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีผลต่อการพัฒนาสติปัญญา อารมณ์ สังคม และวัฒนธรรมของเยาวชน ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือวิธีการเล่าเรื่องเชิงลึก จากประสบการณ์ (Narrative account of experiences) ของเยาวชนที่เดินทางมาจากโรงเรียนมัธยมในเขตชนบท ตลอดระยะเวลาของการเดินทางเพื่อการเรียนรู้ทั้งหกวันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศสหรัฐอเมริกาและมรดกทางวัฒนธรรม

วิโรจน์ นาคแท้ (2557) ศึกษาการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนรัชชประภาในอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เหมาะสม มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ สร้างและประเมินโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม ทดสอบความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น 5 แห่ง พบว่า เป็นประเภทการท่องเที่ยวธรรมชาติทั่วไป การท่องเที่ยวผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีศักยภาพทรัพยากรสูง 1 แห่ง นอกนั้นมีศักยภาพทรัพยากรค่อนข้างสูง และอยู่ในเขตช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ พื้นที่ธรรมชาติสันโดษ 1 แห่ง พื้นที่กิจกรรมชาติไม่ใช้ยานยนต์ 1 แห่ง พื้นที่กิจกรรมชาติใช้ยานยนต์ 2 แห่ง และพื้นที่กีฬาพัฒนา 1 แห่ง ผลการสร้างและประเมินโปรแกรมท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยว 1 วัน มีความเหมาะสม 10 โปรแกรม ประเภทท่องเที่ยว 2 วัน มีความเหมาะสม 5 โปรแกรม ผลการทดสอบความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว และผล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวธรรมชาติ พบ 4 แนวทางการพัฒนา แต่ละแนวทางพัฒนานำเสนอต่อชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed methods approaches) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ศึกษาข้อมูลด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เสริมกัน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้เกณฑ์แบบตีความ (Interpretivism) ยึดหลักความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) และการวิจัยเชิงปริมาณ ตามแนวคิดปฏิกิริยานิยม (Positivism) ที่ยึดหลักความเที่ยงตรงของการวัด (Measurement validity and reliability)

การแบ่งขั้นตอนดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ

เนื่องจากรูปแบบการวิจัยเป็นแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development) ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงาน จึงแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นที่ 1-2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และขั้นที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นที่ 1 สำรวจสภาพการณ์ (Setting survey) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก โดยการอภิปรายกลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) กับการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ จำนวน 5 คน

ขั้นที่ 2 สำรวจสภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติและประสบการณ์ (Lived experiences) ของวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นที่ 3 สำรวจความต้องการ (Needs assessment) ของนักท่องเที่ยวเยาวชนชนกลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 13 -15 ปี จำนวน 405 คน ที่เดินทางมาที่จังหวัดนครนายกในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

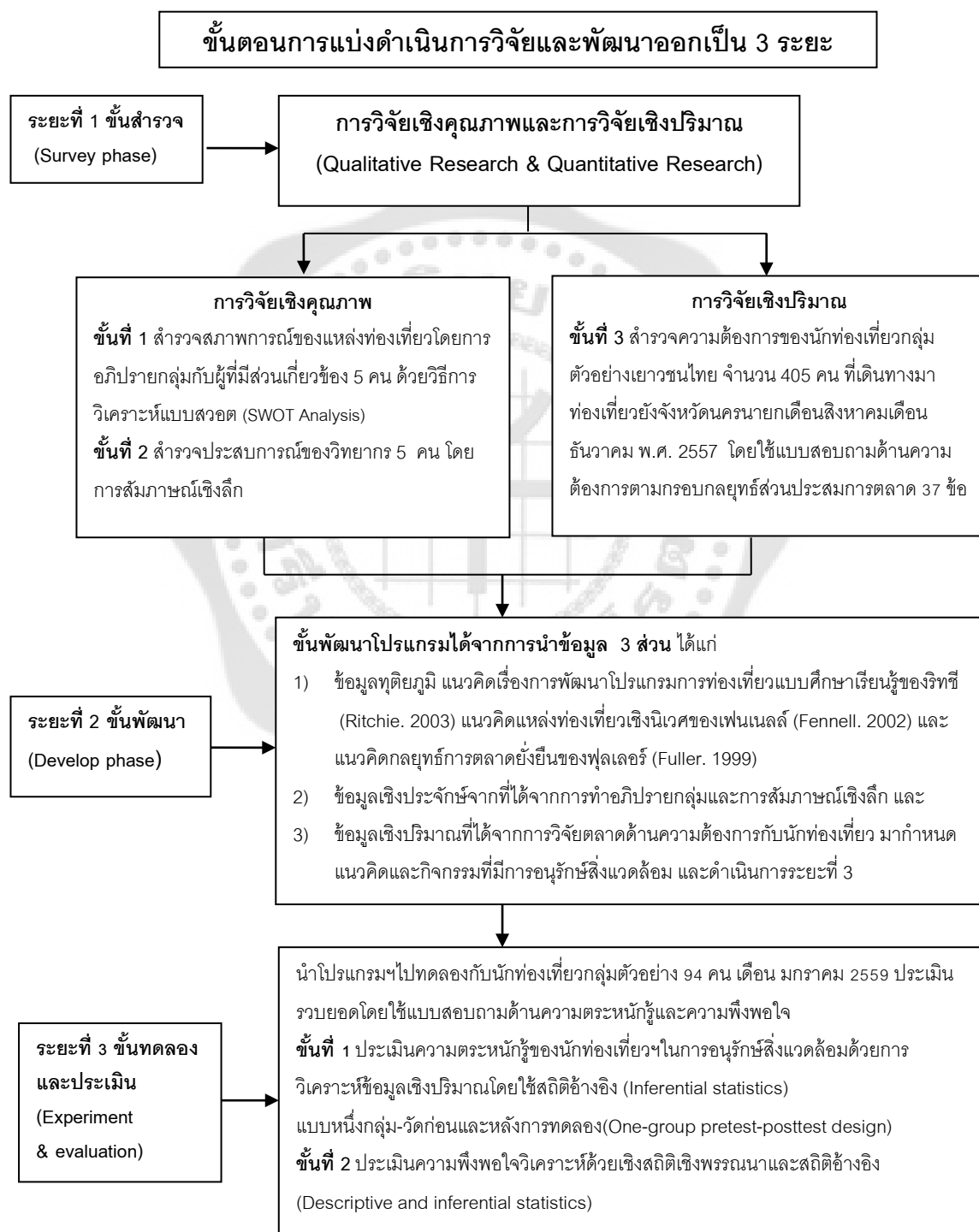
ระยะที่ 2 ขั้นพัฒนาโปรแกรม

พัฒนาโปรแกรม การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เชื่อมขนานด้านการวิชาการและศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการวิจัยตลาดนักท่องเที่ยว

ระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมินโปรแกรม เป็นการเชิงปริมาณแบ่งย่อยออกเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นที่ 1 ด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชน
จำนวน 94 คน ตามความสามารถรองรับของศูนย์เรียนรู้ 100 คนต่อรอบการทำกิจกรรม ที่เดินทางมาที่
จังหวัดนครนายกในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2559

ขั้นที่ 2 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว
รายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังภาพประกอบ 12

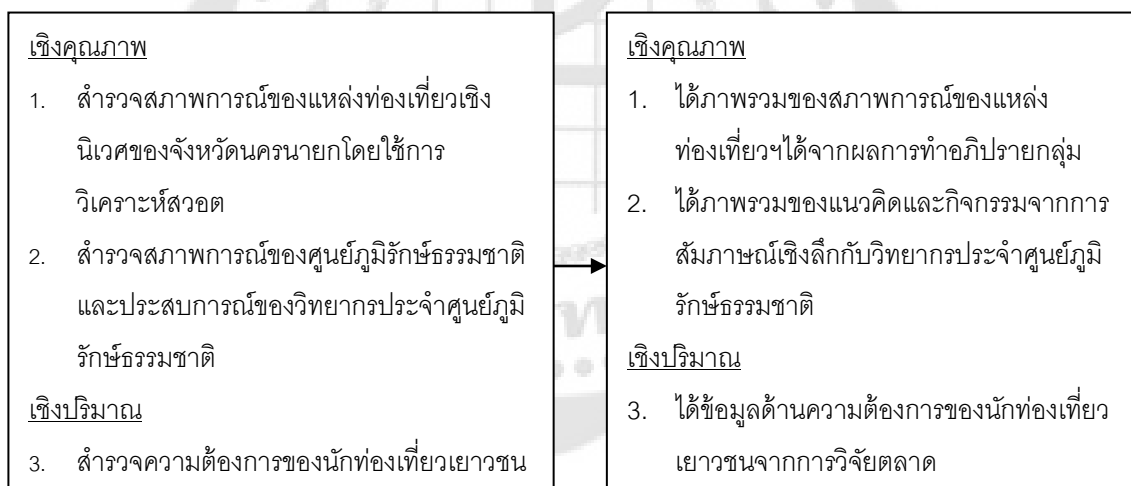


ภาพประกอบ 12 การแบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ

การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ เฉพาะระยะที่ 1 ขั้นสำรวจ ซึ่งใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ และระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมินโปรแกรมนั้น ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทั้ง 2 ระยะ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนถูกออกแบบและดำเนินการครอบคลุมตามหัวข้อหลัก ได้แก่

- 1) การกำหนดประชากรหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
- 2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 การสำรวจสภาพการณ์แหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ สำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัด นครนายก สำรวจสภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อนนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวฯ ในระยะที่ 2



ภาพประกอบ 13 การศึกษาสภาพการณ์และการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 คือ กระบวนการสนทนาระดมสมองเพื่อมุ่งหาข้อสรุปที่ลงตัว (Consensus) ในการได้มาข้อมูลที่เน้นความหมาย ความจริงของสภาพการณ์ และพัฒนาความคิดเป็นข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรม

ขั้นที่ 1 สำนวนสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก

กล่าวคือ ตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพมีการกำหนดประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกล่าวคือแต่ไม่มีกลุ่มตัวอย่าง

1) การกำหนดประชากร ประชากรใน□□□□□□□□เชิงคุณภาพหมายถึงผู้ให้ข้อมูลหลัก

เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก เข้าร่วมการในการอภิปรายกลุ่ม ให้ภาพรวมเกี่ยวกับสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ตำบลหินตั้ง จำนวน 5 คน ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐฝ่ายการตลาดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 8 ประจำจังหวัดนครนายก (2) เจ้าหน้าที่จากกรมการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครนายก (3) เจ้าหน้าที่กรมชลประทานประจำจังหวัดนครนายก (4) รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และ(5) หัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ศูนย์เรียนรู้จังหวัดนครนายก

2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แนวคำถามถึงโครงสร้างในการอภิปรายกลุ่ม

โดยยึดประเด็นตามหลักการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด(SWOT Analysis)ได้แก่ทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่เกี่ยวข้องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เกิดขึ้นในตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการอภิปรายกลุ่มในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสภาพจริงจากแบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง ใช้เป็นคำถามหลักใน ขออนุญาตใช้สถานที่ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนตามจุดมุ่งหมายการวิจัยข้อที่ 1 โดยการจดบันทึกและบันทึกเทป

4) การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

(Content analysis) การตีความ และการสร้างข้อสรุปอุปนัย โดยยึดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก และใช้โปรแกรมแอตลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS -TI Program Trial Version 7.5) ซึ่งช่วยในการวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูล

ขั้นที่ 2 สำนวนสภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติและประสบการณ์ (Lived

experiences) ของวิทยากรประจำศูนย์ฯ จำนวน 5 คน โดยใช้สถานที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติเกี่ยวกับข้อมูลด้านแนวคิดและกิจกรรมจะเป็นประโยชน์ในการเลือกกิจกรรมที่ให้ความสนุกและสร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1) การกำหนดประชากร ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ซึ่งเป็นวิทยากร

ประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติจำนวน 5 คน

2) **วิธีวิทยา** คือ ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological approach) เป็นวิธีการศึกษา

3) **การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** แนวคำถามถึงโครงสร้างเกี่ยวกับประสบการณ์ของวิทยากร

4) **การเก็บรวบรวมข้อมูล** เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสภาพจริงโดยใช้แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง และโดยใช้การจดบันทึกและบันทึกเทป

5) **การวิเคราะห์ข้อมูล** ใช้โปรแกรมแอตลาสทีไอเวอร์ชันทูลลองใช้ 7.5 (ATLAS -TI Program Trial Version 7.5) ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างรหัส(Coding) จากข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)การลดทอนข้อมูล (Data reduction) การจำแนกและรวมกลุ่มข้อมูล (Data category) ที่เป็นเรื่องเดียวกัน (Theme/Concept) สร้างข้อสรุปการเชื่อมโยง (Transferability) และนำไปสู่การตีความ (Interpretation)

ส่วนวิธีวิจัยเชิงปริมาณ คือ ขั้นที่ 3

ขั้นที่ 3 สำนวจความต้องการของนักท่องเที่ยว

สำวจความต้องการโดยการวิจัยตลาดกับกลุ่มที่เป็นเป้าหมายมีความสำคัญเป็นการได้มาข้อมูลเชิงลึก (Consumer insight) ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการอะไร เช่น กิจกรรมประเภทไหนจะถูกใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน (Youth/Generation Z) เป็นต้น โดยเฉพาะเยาวชนวัยที่มีอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี เพราะเป็นช่วงที่รับรู้ได้ มีเหตุผล และมีโอกาสใช้การเรียนรู้ไปใช้ในชีวิตได้อีกยาวนาน การสำวจความต้องการของเยาวชนที่มาท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติและเขื่อนขุนด่านมีประเด็นใดบ้าง เยาวชนชอบฐานการเรียนรู้กิจกรรมอะไร เกษตรผสมผสาน หรือด้านผลิตภัณฑ์ และชอบระดับใด เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมเพลิน ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามความต้องการมีลักษณะเป็นแบบวัดประเภทประเมินรวมค่า ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบวัดประเภทประเมินรวมค่า (Summated rating scale) แต่ละข้อประกอบด้วยมาตรประเมินรวมค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “มาก” “ค่อนข้างมาก” “ปานกลาง” “ค่อนข้างน้อย” “น้อย” โดยแบ่งตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรในการเรียนรู้ (7) ด้านกระบวนการให้บริการ และ (8) ด้านการจัดรวมรายการโปรแกรมทัวร์หรือแพ็คเกจ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวเยาวชนไทยอายุช่วง 13-15 ปีที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครนายก ได้สัมผัสบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชีวิตชนบท ที่ตำบลหินตั้ง เขื่อนขุนด่านปราการชล น้ำตกนางรอง พื้นที่สวนเกษตรผสมผสานของเกษตรกร และศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง นักท่องเที่ยวเยาวชนชนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครนายกอายุระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 405 คน ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร หรือประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite population) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 48)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่เป็นร้อยละจากการสุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

ผู้ศึกษาต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ 0.5 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(.50) (.50) (3.8416)}{.0025} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณค่าสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มอีกร้อยละ 5 จำนวน 20 คนเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 405 คน

2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว 37 ข้อ โดยใช้กรอบกลยุทธ์ ส่วนประสมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว 8 ประการ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตร 7) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 8) ด้านการจัดรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป โดยใช้แบบมาตรประเมินค่ามี 5 ระดับ

- วิเคราะห์และแปลผลระดับความต้องการกำหนดความกว้างของอันตรภาค

ชั้น = ค่าคะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

$$\text{จำนวนชั้น} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

- เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 ความสำคัญระดับความต้องการ มากที่สุด

ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 ความสำคัญระดับความต้องการ มาก

ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 ความสำคัญระดับความต้องการ ปานกลาง

ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 ความสำคัญระดับความต้องการ น้อย

ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 ความสำคัญระดับความต้องการ น้อยที่สุด

- ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถามและด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) พิจารณาค่าดัชนี ความสอดคล้องของแบบสอบถามวัดความต้องการระหว่าง 0.6 – 1.0

- ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของเครื่องมือวัด โดยใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามตาราง 2

ตาราง 2 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยกลยุทธ์
ส่วนประสมการตลาด

ความต้องการต่อปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาด	จำนวนข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	14	.16 ถึง .64	.84
2. ด้านราคา	5	.12 ถึง .75	.79
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	.70 ถึง .93	.88
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4	.67 ถึง .82	.59
5. ด้านบุคลากร	5	.69 ถึง .90	.86
6. ด้านการสร้างเครือข่ายร่วมมือ	4	.74 ถึง .86	.86
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4	.66 ถึง .80	.90
8. ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป	4	.70 ถึง .82	.81

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และเชื่อมขุนด่านปราการชลในจังหวัดนครนายก มีการเตรียมเอกสารและข้อมูลงานวิจัยเพื่อเข้าร่วมประชุมกับเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การเรียนรู้ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เชื่อมขุนด่านปราการชล และศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก เพื่อชี้แจงวิทยากรในการขอเก็บข้อมูลหลังการปฏิบัติกิจกรรม การดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามให้เยาวชนหลังจากเสร็จจากการปฏิบัติกิจกรรมฐานต่าง ๆ เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เชื่อมขุนด่านปราการชลการท่องเที่ยวเรียนรู้ใน ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และในจังหวัดนครนายก

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และสถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับความต้องการของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง 405 คน แล้วนำไปสรุปผลอ้างอิงสู่ประชากรนักท่องเที่ยวเยาวชน

ระยะที่ 2 ขั้นตอนพัฒนาโปรแกรม

ขั้นพัฒนาโปรแกรม การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก นำข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านสภาพการณ์พื้นที่และบุคลากร วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) และข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวมาบูรณาการ และพัฒนา

โปรแกรม ออกแบบโปรแกรมเพื่อสิ่งแวดล้อม (Fennell. 2002,2008) ซึ่งโปรแกรม หมายถึง แผนของการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจอย่างชัดเจน โดยมีรายละเอียดการทำงานในสิ่งที่จะต้องทำโดยใคร เมื่อไร หรือทรัพยากรจะถูกนำมาใช้ด้วยวิธีการแบบไหน โครงสร้างของโปรแกรม (Program structure) การเลือกพื้นที่และบุคลากร (Natural & human resources) พื้นที่ธรรมชาติที่มีความสงบเงียบ (Wilderness) เป็นพื้นที่สีเขียว มีสวนเกษตรผสมผสาน (Integrated farming) ปลูกโดยเกษตรกรในพื้นที่ ซึ่งกลายเป็นปราชญ์ท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในชุมชน เช่น ร่วมสาธิตการปลูกข้าว การเกี่ยวข้าว เป็นกิจกรรมภาคปฏิบัติด้านเกษตรกรรม ควบคู่ไปกับกิจกรรมภาคบรรยาย แนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยวิทยากรตามศูนย์เรียนรู้ที่ผ่านการอบรมมาและสามารถถ่ายทอดความรู้ได้วิถีวิทยาเชิงคุณภาพ

1. แนวคิดของโปรแกรม (Program concept) คือ การจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิด เพลิน (Plearn=play+learn) ของชัยอนันต์ สมุทวณิชกับโปรแกรมเพลิน (ชัยอนันต์ สมุทวณิช. 2541) เพื่อการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้เป็นโปรแกรมที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติใช้ในการจัดกิจกรรมหลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุข ความสนุก ความเพลิดเพลิน ได้รับประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ภาคบรรยายและปฏิบัติทำให้เกิดความตระหนัก และใส่ใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญได้ทักษะจากภาคปฏิบัติฐานเกษตรกรรม และฐานผลิตภัณฑ์ โดยยึดหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ไปปรับและประยุกต์ใช้ชีวิตประจำวัน

2. วัตถุประสงค์ของโปรแกรม (Program objectives) มี 2 ประการ คือ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเยาวชน

3. กระบวนการการสร้างโปรแกรม (Program categories) ตามหลักแนวคิดการพัฒนาโปรแกรมของเฟนเนล (Fennell. 2002. 111-133) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) เริ่มศึกษาสภาพพื้นที่และความต้องการของเยาวชน 2) วางโครงสร้างโปรแกรม การเลือกพื้นที่ในเขตชนบท 3) สัมภาษณ์วิทยากรและภาคีเครือข่าย 4) ได้รูปแบบกิจกรรมตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเยาวชน 5) นำโปรแกรมไปปฏิบัติใช้กับเยาวชน และ 6) ประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาตามหลักแนวคิดการพัฒนาโปรแกรมของเฟนเนล (Fennell. 2002. 111-133) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างการท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (7 Green concepts) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ให้การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นร่วมการสร้างความตระหนักแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม แบ่งกิจกรรมออกเป็นฐานเกษตรกรรมและฐานผลิตภัณฑ์ ที่มีกระบวนการสอดคล้องกับระบบนิเวศ

4. การกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยว หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความพึงพอใจต่อโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเยาวชน จึงสรุปออกมาเป็นโปรแกรมต่าง ๆ

4.1 โปรแกรมแนวทางการให้ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้คิด และรู้สึกถึงความรับผิดชอบต่อการใช้ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรดิน และทรัพยากรป่าไม้

4.2 โปรแกรมกิจกรรมการเรียนรู้ภาคปฏิบัติเพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ด้านความตระหนักรู้ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจต่อโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของเยาวชน ภายใต้หัวข้อ ได้แก่ 1) ประเด็นการเรียนรู้เพื่อความตระหนักรู้ (Program learning concept for awareness) 2) แนวคิดกิจกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Program green activities) 3) รูปแบบของกิจกรรม (Program format) 4) แหล่งท่องเที่ยว(Program setting) และ 5) ระยะเวลา (Duration)

ระยะที่ 3 ขั้นตอนทดลองและประเมินโปรแกรม

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนทดลองและประเมินโปรแกรมฯ ด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวเยาวชนไม่เกิน 100 คน จำนวนที่ศูนย์ภูมิรักษ์จะรองรับได้ในแต่ละรอบที่เดินทางมาที่จังหวัดนครนายกในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวเยาวชนอายุช่วง 13-15 ปี ที่เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติมีความกระตือรือร้นอยู่ในกระแสการตลาดสีเขียว (Drifters) (Ottman 1992; & Dahlstrom. 2011) สอดคล้องกับการแบ่งกลุ่มนักเรียนในช่วงชั้นที่ 3 มีอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี ของวิทธิและคณะ ว่า นักท่องเที่ยววัยนี้จะเข้าใจประเด็นด้านวิชาการ เช่น การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและแก้ปัญหาได้ โดยเฉพาะมีวิจรรย์ญาณในการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวเยาวชนไทยอายุช่วง 13-15 ปีที่เดินทางมายังจังหวัดนครนายกเพื่อท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง นักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เพื่อท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ จังหวัดนครนายกอายุระหว่าง 13-15 ปี ไม่เกิน 100 คน

2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูลแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยนักท่องเที่ยวฯ

จำนวน 23 ข้อคำถาม โดยผ่านการ

- ตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือวัด ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

(Content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถามและด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) พิจารณาค่าดัชนี ความสอดคล้องของแบบสอบวัดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ระหว่าง 0.6 – 1.0

- การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของเครื่องมือวัด โดยใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควรอยู่ระหว่าง 0.7 – 1 ตามตาราง 3

ตาราง 3 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	จำนวนข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1. เชื้อขนด้านประชากร	11	.42 ถึง .73	.89
2. ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษัรธรรมชาติ	12	.45 ถึง .75	.90

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

- ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ชลประทานที่เชื้อขนด้านประชากรและศูนย์ภูมิรักษัรธรรมชาติ และเจ้าหน้าที่หัวหน้ากลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง
- เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตอบโดยนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เชื้อขนด้านประชากรและศูนย์ภูมิรักษัรธรรมชาติในจังหวัดนครนายก มีการเตรียมเอกสารและข้อมูลงานวิจัยเพื่อเข้าร่วมประชุมกับเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การเรียนรู้ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เชื้อขนด้านประชากร และศูนย์ภูมิรักษัรธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก เพื่อชี้แจงวิทยากรในการขอเก็บข้อมูลก่อนและหลังการปฏิบัติการ การดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง
- ดำเนินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาให้กับนักท่องเที่ยวเยาวชนไทยอายุช่วง 13-15 ปีที่เดินทางมาจังหวัดนครนายกเพื่อท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เชื้อขนด้านประชากร และศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษัรธรรมชาติ จำนวน 94 คน
- ดำเนินการประเมินความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกครั้ง เป็นการประเมินหลังการทดลอง โดยการประเมินผลการทดลอง สามารถสรุปได้ ดังตาราง 4

ตาราง 4 แผนผังการทดสอบวัดผลการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวน

แบบแผนการทดลอง			
กลุ่ม	ก่อนทดลอง (T1)	การให้โปรแกรม (Treatment)	หลังทดลอง (T2)
กลุ่มทดลอง	A1	X	A2

- โดย A1 = การวัดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนการทดลอง
 A2 = การวัดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหลังการทดลอง

4) **การวิเคราะห์ข้อมูล** ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับความต้องการของเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติอ้างอิงหรืออนุมาน (Inferential statistics) แบบหนึ่งกลุ่ม-วัดก่อนและหลังการทดลอง (One-group pretest-posttest design) ในทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเยาวชน กลุ่มตัวอย่าง 94 คน ในการอ้างอิงไปสู่ประชากรนักท่องเที่ยวเยาวชน

- วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความต้องการของนักท่องเที่ยว ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- วิเคราะห์และแปลผลระดับความตระหนักรู้

$$\begin{aligned} \text{กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

- เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	ความสำคัญระดับความตระหนักรู้ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	ความสำคัญระดับความตระหนักรู้ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ความสำคัญระดับความตระหนักรู้ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	ความสำคัญระดับความตระหนักรู้ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	ความสำคัญระดับความตระหนักรู้ น้อยที่สุด

– วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนการทดลอง และหลังการทดลอง โดยใช้การวิเคราะห์ค่าที่แบบจับคู่ (Paired Sample t-test)

ขั้นที่ 2 ขั้นตอนทดลองและประเมินโปรแกรมด้านความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว

เยาวชน

1) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวเยาวชนไทยอายุช่วง 13-15 ปีที่เดินทางมายังจังหวัดนครนายกเพื่อท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์เรียนรู้ภูมิรัฐภูมิธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง นักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์เรียนรู้ภูมิรัฐภูมิธรรมชาติ จังหวัดนครนายกอายุระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 94 คน

2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูลแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 38 ข้อ ลักษณะเป็นแบบวัดประเภทประเมินรวมค่า (Summated rating scale) แต่ละข้อประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 5 ระดับ โดยแบ่งตามกรอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรในการเรียนรู้ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 8) ด้านการจัดรวมรายการโปรแกรมทัวร์หรือแพ็คเกจ

นำแบบสอบถามที่สร้างเป็นเครื่องมือวัดเพื่อหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ มีขั้นตอนการตรวจสอบ ดังนี้

– ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) ของข้อคำถามตามกรอบส่วนประสมการตลาดทั้ง 8 ด้าน พิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามวัดความพึงพอใจระหว่าง 0.6 – 1.0 และ

– ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ความพึงพอใจควรอยู่ระหว่าง 0.7 – 1.0 ตามตาราง 5

ตาราง 5 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวฯ	จำนวนข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	9	.41 ถึง .62	.80
2. ด้านราคา	2	.48 ถึง .48	.64
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	5	.53 ถึง .71	.83
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	5	.52 ถึง .72	.81
5. ด้านบุคลากร	5	.48 ถึง .64	.79
6. ด้านการสร้างเครือข่ายร่วมมือ	3	.43 ถึง .54	.68
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	5	.48 ถึง .65	.78
8. ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป	4	.48 ถึง .59	.75

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ติดต่oprะสานงานกับเจ้าหน้าที่กรมชลประทานที่เขื่อนขุนด่านปราการชลและศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และเจ้าหน้าที่ประสานงานกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อแจกและเก็บแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวเยาวชน 94 คน

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของนักท่องเที่ยวเยาวชน 94 คนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครนายกการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) สถิติทีและเอฟ (t-test และ F-test) ในการทดสอบสมมติฐาน

- วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของนักท่องเที่ยว ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- วิเคราะห์และแปลผลระดับความพึงพอใจ

$$\begin{aligned}
 \text{กำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8
 \end{aligned}$$

- เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	ความสำคัญระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	ความสำคัญระดับความพึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ความสำคัญระดับ ความพึงพอใจ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	ความสำคัญระดับความพึงพอใจ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	ความสำคัญระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

- ใช้สถิติทดสอบตามสมมติฐาน ดังนี้

- 1) วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนการทดลอง และหลังการทดลอง โดยใช้การวิเคราะห์ค่าที่แบบจับคู่ (Paired Sample t-test)
- 2) วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามลักษณะชีวิตทางสังคม ได้แก่ เพศ รายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง ต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด จำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และภูมิลำเนา โดยการใช้การวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) เมื่อพบความแตกต่าง จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffé)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาพัฒนาโปรแกรมและประเมินโปรแกรมแบ่งออกเป็น 3 ระยะตามวิธีดำเนินการวิจัย ได้แก่ ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ขั้นตอน ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 1 ขั้นตอน และระยะที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 2 ขั้นตอน รวมทั้งสิ้นมี 6 ขั้นตอน ดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการอภิปรายกลุ่ม
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณการวิจัยตลาดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว

เยาวชนจากโดยใช้แบบสอบถาม

ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ผลการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก

ระยะที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชน
2. ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ที่มาของข้อมูลจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์เป็นข้อมูล

เชิงคุณภาพ ส่วนข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลของข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ ข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม

ในการอภิปรายกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วยผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ตำบลหินตั้ง จำนวน 5 คน ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐฝ่ายการตลาดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 8 ประจำจังหวัดนครนายก (2) เจ้าหน้าที่จากกรมการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครนายก (3) เจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (4) รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้ง และ (5) หัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ดังภาพประกอบ 14



ภาพประกอบ 14 การอภิปรายกลุ่ม

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

ศึกษาสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ (1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ด้านบุคลากรเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น (3) ด้านกิจกรรม (4) นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และ (5) ด้านการบริหารจัดการโดยยึดหลักการวิเคราะห์จุดแข็งหรือจุดเด่น จุดอ่อนหรือจุดด้อย โอกาส และข้อจำกัดที่เป็นปัญหา และใช้โปรแกรมแอตลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS-TI TRIAL VERSION 7.5) ในการ

ช่วยสังเคราะห์ข้อมูล รวบรวม และนำมาวิเคราะห์ตามประเด็น ในแต่ละประเด็นจะแยกย่อยเป็นจุดแข็งหรือจุดเด่น จุดอ่อนหรือจุดด้อย โอกาส และข้อจำกัดที่เป็นปัญหา

แนวคำถามในการอภิปรายกลุ่มมีหัวข้อดังนี้

1.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ตามโครงการในพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9

1.2 ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนจัดกิจกรรมและเครือข่ายความร่วมมือกันในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

1.3 ด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านผจญภัย ด้านศาสนา ด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณี และด้านการประชุมจัดสัมมนาในราคาถูก

1.4 ด้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.5 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์

สภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม ดังนี้

1.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดที่เป็นปัญหาในด้านแหล่งท่องเที่ยว

จุดแข็ง คือ จังหวัดนครนายกมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น น้ำตก ภูเขา ป่า ฯลฯ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โครงการพระราชดำริหลายแห่ง เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจคน จุดแข็งอีกประการ คือ มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งมีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 105 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถประมาณ 1.30- 2 ชั่วโมง ดังคำขวัญที่ว่า “เมืองในฝันใกล้กรุง น้ำตกสวย วิวธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ” ทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯและจังหวัดใกล้เคียงสามารถมาเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือค้างคืนช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ได้

ส่วนเรื่องจุดแข็งด้านราคา จังหวัดนครนายกจัดได้ว่าเป็นแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก (Low cost seminar) และมีห้องพักหลายประเภทไว้พร้อมบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

เมื่อเปรียบเทียบด้านด้านโอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก กับบุคคล เปรียบได้กับเป็นเพศชายบุคลิกชอบท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ มองไปข้างหน้าและมีการเติบโตได้อีก

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อบกพร่องซึ่งเป็น จุดอ่อนที่ยังต้องติดตามและปรับปรุง เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมขนด้านปรากฏารชล บนสันเขื่อนที่นักท่องเที่ยวเดินชมวิวทิวทัศน์มีต้นไม้น้อยมาก ควรปลูกต้นไม้ใหญ่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ร่มเงาแก่นักท่องเที่ยว จะช่วยบรรเทาอากาศที่ร้อนในช่วงเที่ยงวันได้

ส่วนข้อจำกัดจะเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งต้องการการแก้ไขระดับนโยบายจาก ภาครัฐ เช่น นโยบายการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับที่คลอง 15 อำเภอ อองครักษ์ ยังไม่ค่อยมีความชัดเจน ที่สำคัญคือ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่ต้องอาศัยหน่วยงานจาก ภาครัฐ ควรควบคุมการใช้เสียงจากการร้องเพลงคาราโอเกะของนักท่องเที่ยวเยาวชนตามเส้นทาง อยุธยา-สาริกา

1.2 ด้านบุคลากร ภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชน และชุมชน

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดด้านบุคลากร

แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมจะต้องมีบุคลากรที่เป็นส่วนของบริบททำให้แหล่ง ท่องเที่ยวโดดเด่นขึ้นมา เริ่มจากผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น จุดแข็ง คือ คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและมี เครือข่ายในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเรือหางยาว มีสมาคมแม่บ้านหินตั้ง จัด นึ่งเรือชมเขื่อน ล่องแก่ง ดูนก ปีนหน้าผา เจ้าของการผจญภัยล่องแก่ง มีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดกิจกรรมในกลุ่มผู้ประกอบการเอทีวี (ATV) และล่องแก่ง จุดแข็งของผู้ประกอบการ เอกชนเป็นเจ้าของที่พัก มีหลายระดับ โรงแรมสี่ดาว รีสอร์ท และโฮมสเตย์ในมาตรฐานของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยและในรูปแบบของชุมชนท้องถิ่นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้า มีตลาดของชุมชนตรงข้ามวังตะไคร้ มีสินค้าพื้นเมืองจากผลิตภัณฑ์ทำจากไม้ไผ่ เช่น เหย้า ไม้ไผ่แกะสลัก

จุดอ่อนภายใต้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งมีการแข่งขันในด้าน ราคา ทำให้กตราคากันเองและส่งผลให้คุณภาพลดลง ส่วนรายได้จากสินค้าเกษตรหลายชนิดไม่ใช่ ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครนายก มีผลไม้หลากหลายชนิดจำหน่าย สินค้าบางส่วนมาจากจังหวัด ใกล้เคียง เช่น จังหวัดปราจีนบุรี ทำให้เกษตรกรจังหวัดนครนายกเสียโอกาสด้านรายได้จาก นักท่องเที่ยวราย

1.3 ด้านความหลากหลายของกิจกรรม

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดในความหลากหลายด้านกิจกรรม

จังหวัดนครนายกมีความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย กีฬาล่องแก่งในช่วง ฤดูฝนสร้างความนิยมให้กับจังหวัดนครนายก มีการท่องเที่ยว น้ำตกสาริกาในอุทยานวังตะไคร้ น้ำตก นางรองใกล้เคียง ๆ กับเขื่อนขนด้านปรากฏารชล ให้แนวคิดและกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องทรัพยากรน้ำ ทาง เขื่อนฯจะแจกแผ่นพับให้นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คนที่มาเที่ยวชอบถ่ายรูป นั่งรถรางฟังคำบรรยาย

บนสันเขื่อนประโยชน์ของเขื่อนช่วยแก้ดินเปรี้ยว ป้องกันน้ำท่วม เป็นอ่างเก็บน้ำ ดันน้ำของเขื่อนมาจากน้ำตกเหวนรกบนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนวัฒนธรรมและประเพณีและการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จุดแข็งกิจกรรมการเรียนรู้อย่างสนุกสนานแบบเพลินที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ กิจกรรมที่ให้ความรู้แบบองค์รวม ช่วงเช้าบรรยาย บ่ายปฏิบัติ แวนไทม์มาครั้งแรกเดินดู 2 ชั่วโมง ต่อมาเพิ่มเป็น 1 วัน จะมีหลายชุดความรู้ ถึงแม้ศูนย์ภูมิรักษ์จะมีพื้นที่เล็ก แต่จัดให้มีการจัดการให้มีการจัดการดิน น้ำ และป่า

ส่วนจุดแข็งด้านสร้างสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างความศรัทธาความเชื่อ ได้แก่ การทำบุญที่วัดหลวงพ่อบ้างและทำบุญที่อุทยานพระพิฆเนศ

จุดแข็งของโปรแกรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมาได้ทุกวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ไม่ต้องลงงาน วันแรก เข้าขึ้นเขื่อนขุนด่านปราการชลดูพระอาทิตย์ และผจญภัยล่องแก่งครึ่งวัน เข้าที่พัก วันรุ่งขึ้น ไปพระพิฆเนศ หลวงพ่อบ้าง การจัดรวมรายการ (Package) ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมาอิสระ ไม่เป็นกลุ่มใหญ่

อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นเรื่องรายได้ จุดอ่อน คือ ยังไม่ค่อยมีการอนุรักษ์เรื่องสิ่งแวดล้อม

1.4 ด้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวในปี 2558 มีจำนวนมากถึง 2.5 ล้านคนต่อปี ส่วนใหญ่เป็นคนกรุงเทพฯ หรือจังหวัดรอบๆ นครนายก เดินทางไม่เกิน 200 กิโลเมตร ตามสถิติของกรมชลประทานของจังหวัดนครนายก มีคนมาเที่ยวที่เขื่อนขุนด่านปราการชล ปีละประมาณ 30,000 คน คนส่วนใหญ่ร้อยละ 60 มาจากกรุงเทพฯ ร้อยละ 30 มาจากจังหวัดอื่น และร้อยละ 10 มาจากทั้งประเทศรัสเซียและเยอรมนี ส่วนตามสถิติของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ มีคนมาเฉลี่ยปีละ 60,000 คน เป็นกลุ่มข้าราชการ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มจากสถาบันการศึกษา ร้อยละ 60 มาจากภาคกลาง และร้อยละ 40 มาจากทั่วประเทศ

จุดแข็ง พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวทั้งเข้าไปเย็นกลับหรือพักค้างคืนได้ ซึ่งกลายเป็นจุดอ่อนด้านรายได้ นักท่องเที่ยวจะไม่ได้พักค้างคืน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมขาดรายได้ด้านที่พัก

1.5 การบริหารจัดการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดในการบริหารจัดการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกครอบคลุมระดับชุมชน เอกชน และระดับนโยบายภาครัฐ

จุดแข็งด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกของทททเขต.8 มีหนังสือ มีเว็บไซต์ เฟสบุค มีการจัดรายการวิทยุคลื่น 102 ยังมีจุดอ่อน ไม่มีช่องทางตรง ในการ ร้องเรียน เช่น ราคาที่พักที่สูงขึ้น หรือไม่รับรองการจองที่พักว่ามีห้องพัก ร้านอาหารบางร้านราคาแพง กว่าที่เป็นจริง และอาหารไม่มีคุณภาพ

การจัดการให้จังหวัดนครนายกแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก (Low cost seminar) นั้น ต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการ ของเสีย ขยะ น้ำเสีย และให้ความรู้กับผู้มาเข้าสัมมนาด้วย

จุดอ่อนการสร้างบรรยากาศเรื่องความปลอดภัยยังต้องปรับปรุง เช่น กรณีเกิด อุบัติเหตุทางน้ำ ถ้าเจ้าหน้าที่บรรเทาสาธารณภัยไม่อยู่ในพื้นที่ จะไม่สามารถช่วยชีวิตนักท่องเที่ยวรอด ชีวิตได้

จุดอ่อนนิติการบังคับใช้กฎหมาย นักท่องเที่ยวกลางคืน ส่งเสียงดัง ทำลาย บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติที่มีความสงบ ส่วนเส้นทางผ่าน (bypass) สาวิกาเกิดอุบัติเหตุ รถบ่อย

ข้อจำกัดในนิติการบริหารงานภาครัฐ นโยบายการปกครองเปลี่ยนผู้บริหารบ่อย อาจทำให้การดำเนินนโยบายไม่ต่อเนื่อง การสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีแผนแม่บทในการบริหารจัดการน้ำของเจ้าของกิจการรีสอร์ท ที่พัก และร้านอาหาร การใช้ กฎหมายผังเมืองอย่างเคร่งครัดและการวางแผนที่ดี จะทำให้ไม่เกิดปัญหาน้ำท่วมขังในอนาคต ข้อจำกัด

ผลการวิเคราะห์สภาพการณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดนครนายก มีจุดแข็งหลายประการ ในด้านพื้นที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีนิเวศมิตที่สมบูรณ์ผสมผสาน กับแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ละปีมีคนมาท่องเที่ยวประมาณ 2.5 ล้านคน เฉลี่ยร้อยละ 60 มาจากกรุงเทพฯ เพราะการเดินทางจากกรุงเทพฯ มีเส้นทางคมนาคมสะดวก ใช้เวลาประมาณ 1.30-2 ชั่วโมง ส่วนที่เหลือมาจากจังหวัดรอบๆ จังหวัดนครนายก ส่วนจุดแข็งด้าน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบ คือ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น ล่องแก่ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแบบชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวตามสถาบันการศึกษาหรือศูนย์เรียนรู้ และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี เช่น พิธีกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสิริมงคลแก่ชีวิตและ พิธีทำบุญต่ออายุที่วัดหลวงพ่อบาแดง และการทำบุญที่อุทยานพระพิฆเนศ กิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จัดขึ้นโดยผู้ประกอบการในท้องถิ่น มีสมาคมแม่บ้านหินตั้ง จัดนั่งเรือชมเขื่อน ล่องแก่ง ดูนก ปีนหน้าผาและมีชุมชนจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เช่น สินค้าทำจากหญ้าไม้ไผ่ เป็นต้น นักท่องเที่ยว สามารถเลือกท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับหรือพักค้างคืนได้ จุดแข็งด้านที่พัก มีทั้งขนาดใหญ่ รีสอร์ท

และขนาดเล็ก ๆ แบบโฮมสเตย์ที่เข้าเกณฑ์มาตรฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือรูปแบบของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ จังหวัดนครนายกยังมีจุดแข็งด้านการบริหารจัดการให้เป็นแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก (Low cost seminar) อย่างไรก็ดีตาม ประเด็นนี้อาจเป็นจุดอ่อนก็ได้ เพราะถ้าผู้ประกอบการเสนอราคาตัวเองจะเป็นผู้เสียประโยชน์ ที่ถูกต้องต้องเป็นราคาที่สะท้อนต้นทุนและแข่งขันในด้านการให้บริการที่ดี มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารจัดการการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของททท.เขต 8 ได้จัดทำหนังสือ มีเว็บไซต์ และมีการจัดรายการวิทยุคลื่น 102 ถือว่าจุดแข็งที่ได้สื่อสารถึงชุมชนในท้องถิ่น แต่ยังมีจุดอ่อน เช่น ช่องทางการรับความคิดเห็นจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพการบริการ ร้านอาหารบางร้านคิดราคาแพงกว่าที่เป็นจริงขณะที่อาหารไม่มีคุณภาพ ส่วนบรรยากาศสร้างความปลอดภัยยังไม่ดีพอ เช่น อุบัติเหตุทางน้ำไม่มีหน่วยกู้ภัยประจำพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดที่เป็นปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย นักท่องเที่ยวกลางคืนส่งเสียงดัง ทำลายบรรยากาศความสงบของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ส่วนข้อจำกัดที่เป็นความห่วงใย การวางแผนที่ดีสำหรับอนาคต ได้แก่ การใช้กฎหมายผังเมืองอย่างเคร่งครัดกับผู้ประกอบการเจ้าของที่พักและร้านอาหาร จะทำให้ไม่เกิดปัญหาน้ำท่วมขังในอนาคต ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีแผนแม่บท สุดท้าย เมื่อเปรียบเทียบด้านโอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกกับบุคคล เปรียบได้กับเป็นเพศชายบุคลิกชอบท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ มองไปข้างหน้า และมีการเติบโตได้อีก

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นขั้นตอนที่สองของข้อมูลเชิงคุณภาพ ครอบคลุมประเด็น ด้านสภาพพื้นที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ด้านบุคลากร ด้านแนวคิดและกิจกรรม ด้านนักท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นประกอบไปด้วยบุคลากร 5 คน ประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ผู้ให้ข้อมูลคนแรกเป็นหัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติและอีก 4 คนเป็นวิทยากรประจำศูนย์ฯ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการเลือกกิจกรรมซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาโปรแกรมฯ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้จากคำถามต่อไปนี้เป็นคำถามหลักที่ใช้เป็นแนวทางสำหรับการสัมภาษณ์ (Guideline interview) ในการสัมภาษณ์ปรับเปลี่ยนตามภูมิหลังของผู้ให้ข้อมูลและประสบการณ์ การตั้งคำถามถามมีลักษณะอย่างไม่เป็นทางการ และเป็นในรูปแบบของการพูดคุยธรรมดาอย่างเป็นกันเอง หลังจากสร้างสัมพันธภาพระดับหนึ่ง จึงนำไปสู่การเข้าประเด็นให้ได้ คำตอบที่ผู้วิจัยวางเป้าหมายเพื่อนำไปเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเพื่อการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักมีหัวข้อดังนี้

2.1 ข้อมูลสภาพพื้นที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

2.2 วิทยาการประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติมีวิธีการถ่ายทอดความรู้ให้แก่
นักท่องเที่ยว ตลอดจนประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดการให้ความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้าง
การรับรู้ ความเชื่อมโยงของแนวคิดต่าง ๆ การให้ความรู้สู่กิจกรรมภาคปฏิบัติ

2.4 นักท่องเที่ยวได้รู้และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.5 ด้านการบริหารจัดการ

สภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีดังนี้

2.1 ข้อมูลสภาพพื้นที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

หัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เป็นผู้ร่วมเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2548-2549 ได้ให้ข้อมูล
เปรียบเทียบพื้นที่ในอดีตและปัจจุบันว่า “เดิมพื้นที่ศูนย์ฯ มีความแห้งแล้ง ไม่สามารถปลูกพืชได้ ต้องมี
การฟื้นฟูปรับสภาพดินให้มีแร่ธาตุ ระบบนิเวศ โดยให้ภูมิปัญญาผ้าทอช้าง ขุดหลุมลึก 50 เซนติเมตร
เป็นรูปตัววี (V-shape) แล้วเอาขยะเปียกใส่ลงไป เพื่อช่วยดินเบรียวกกลับมามีจุลินทรีย์และสารอาหาร จึง
เริ่มปลูกต้นไม้ได้ ส่วนด้านการจัดการน้ำ มีการบำบัดน้ำเสียโดยการปล่อยน้ำลงบ่อ ใช้กังหันน้ำชัยพัฒนา
เพิ่มออกซิเจนจากล่างขึ้นบนและจากบนลงล่าง ระบบวิดดูอากาศ และใช้น้ำจากเขื่อนขุนด่านปราการ
ชลไธน้ำเสียอีกที่หนึ่ง ทำให้ปัจจุบันพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูก มีต้นไม้ มีความหลากหลาย มีนกนานา
ชนิด มีธนาคารต้นไม้ ชุ่มไม้ไผ่ กล้วย และสมุนไพรร”



ภาพประกอบ 15 สถานที่และหัวหน้าศูนย์ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

ที่มา: ถ่ายสถานที่จริงที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

2.2 วิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติมีวิธีการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ นักท่องเที่ยว

แรงบันดาลใจของการเข้ามาปฏิบัติหน้าที่เป็นวิทยากรทุกคนจะคล้ายกัน คือ ศรัทธาในแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรดิน น้ำ ป่า และ คนวิทยากรที่ทำการบรรยายให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ นั้นมีความรู้ระดับปริญญาตรี ยกเว้นหัวหน้าศูนย์จบชั้นปริญญาโท

วิทยากรคนที่ 1 เป็นหัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคลากรทำหน้าที่วิทยากรทั้ง 4 คน และสนับสนุนให้หาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง หัวหน้าศูนย์ฯรอบรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูทรัพยากร

“กระบวนการเรียนรู้สร้างความเพลิดเพลิน เพลิน เล่น + เรียน”

“การบรรยายทั้ง 22 จุดเพื่อนำไปใช้ได้ทั้งหมด”

วิทยากรคนที่ 2 ทำหน้าที่ธุรการ ประสานงาน และวิทยากรสาธิตกิจกรรมฐานผลิตภัณฑ์ ได้เริ่มงานที่ศูนย์เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2551 มีประสบการณ์ประมาณ 9 ปี มีความเข้าใจถึงระบบการทำงานและการแก้ปัญหา ประเด็นการรองรับของพื้นที่ศูนย์ประมาณ 100 คนต่อช่วงการบรรยาย “วันหนึ่งรับได้ 100 คน ทั้งเช้าและบ่าย ถ้าคณะนักท่องเที่ยวมาสายกว่าเวลาที่กำหนดจะก่อให้เกิดปัญหาว่า 2 คณะมาในเวลาเดียวกัน ต้องหากิจกรรมให้อีกคณะหนึ่งทำโดยไม่ให้รอนาน” นอกจากนี้ ยังสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ เช่น “การเตรียมทำกิจกรรมบรรยายกลางแจ้งในช่วงฤดูฝน ต้องเตรียมความพร้อมทั้งกรณีฝนตกและฝนไม่ตก” และให้ความเห็นในการบรรยายให้เด็ก/เยาวชนว่า “เด็ก/เยาวชนนั้นเปรียบเสมือนกล่องเปล่าพร้อมรับข้อมูลที่บรรยายได้เร็ว”



ภาพประกอบ 16 สัมภาษณ์วิทยากร ประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

ที่มา: ภาพถ่ายจากสำนักงานที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

วิทยากรคนที่ 3 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี วิชาเอกพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี สาเหตุที่มาทำหน้าที่เป็นวิทยากร เริ่มจากการเป็นนักศึกษาฝึกงาน ชอบพบปะผู้คน หลังจากได้รับการถ่ายทอดความรู้จากหัวหน้าศูนย์ฯ แล้ว “ชอบทำหน้าที่วิทยากรบรรยายให้ความรู้ระหว่างเดินศึกษาธรรมชาติรอบโครงการ เรียนรู้พิพิธภัณฑสถานชาติมีชีวิต และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแสงสีเสียง แสงดิน น้ำ ป่า และคน นอกจากนี้ แนวคิดการอนุรักษ์ป่า ทำอย่างไรให้มีป่าต้นน้ำ”

ส่วนภาคปฏิบัติลงฐานเกษตรกรรม ทำทั้งปุ๋ยและน้ำหมักชีวภาพ “ทำแล้วนำเอาความรู้และประสบการณ์ไปใช้ที่บ้านได้ เนื่องจากที่บ้านพ่อแม่มีอาชีพเป็นเกษตรกรปลูกข้าวและเกษตรอินทรีย์”

วิทยากรคนที่ 4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ วิชาเอกพัฒนาชุมชนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ทำหน้าที่วิทยากรบรรยาย พาเดินชมกิจกรรมกลางแจ้ง ให้เกิดความรู้ เรื่อง น้ำ พืชไร่ พืชสวน บ่อน้ำ สมุนไพรซึ่งเป็นห้องยาประจำบ้าน มีความสามารถและประสบการณ์ มีข้อสังเกตว่าเยาวชนที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความสนใจต่างกัน

“เยาวชนที่มาจากกรุงเทพฯ เน้นกิจกรรมเล่นและได้ความรู้เป็นจุด ๆ ทั้งเล่นและเรียน เช่น กระบวนการสีข้าวความรู้เป็นเป้าหมายของวิทยากร ส่วนเด็กต่างจังหวัดสนใจภาพรวม”

วิทยากรคนที่ 5 เป็นคนจังหวัดนครราชสีมา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปฏิบัติหน้าที่วิทยากรและมีหน้าที่ทำปุ๋ยและบ้านดิน จึงมีความถนัดและประสบการณ์ตรงมาถ่ายทอด โดยเฉพาะใส่ใจเรื่องการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น หลังการชุดบ่อเลี้ยงปลาแล้วเอาดินไปสร้างบ้านดิน “เยาวชนชอบบ้านดิน ได้เห็นภาพจริง ได้ย่ำดิน เห็นขั้นตอนการทำอิฐดิน และเห็นบ้านดินที่เสร็จแล้ว” ส่วนการสอนทำปุ๋ยให้เข้าใจง่ายจากประสบการณ์ คือ “กลุ่มเด็กและเยาวชนกินข้าวคำใหญ่ไม่ได้ ต้องย่อยวิธีการและให้เห็นของจริง โดยการพาไปดูไส้เดือนอยู่ใต้ต้นไม้ที่มีการหมักดิน ถ้าใช้สารเคมีจะไม่มีไส้เดือน เด็กและเยาวชนจะเข้าใจดี”

2.3 แนวคิดการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการรับรู้

การเดินทางเพื่อศึกษาธรรมชาติในพิพิธภัณฑสถานชาติมีชีวิตของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้เยาวชนได้มีการเรียนรู้เรื่องทรัพยากรธรรมชาติทุกภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ และให้เรียนรู้การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างประหยัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น ทางศูนย์ฯ ได้จำลองธรรมชาติทั้ง 4 ภาค เรียกว่าพิพิธภัณฑสถานชาติมีชีวิตไว้บนเนื้อที่ 14 ไร่ โดยการเดินศึกษาธรรมชาติ 22 จุด แต่ละจุดมีการบรรยายและมีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูล เช่น จุดสมุนไพรรูปคน ให้ภาพรวมของการปลูกสมุนไพรตามจุดต่าง ๆ ของร่างกาย เป็นการอธิบายสรรพคุณของสมุนไพรแต่ละตัว เช่น อัญชันมีประโยชน์กับเส้นผม เป็นต้น ใช้

เวลาเดินศึกษาประมาณ 1.30 ชั่วโมง การเดินเพื่อศึกษาธรรมชาติโดยใช้แนวคิดเพลินของโรงเรียน
 วิชาวุฒิชัย PLEARN มาจาก Play+Learn เป็นแนวคิดแฝงด้วยเทคนิค มีกระบวนการจัดการ
 ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ให้เกิดความเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น การเรียนรู้การ
 ห่มดิน การใช้จุลินทรีย์บำบัดน้ำเสีย ฐานเรียนรู้เลี้ยงดินให้ดินเลี้ยงพืช ธนาคารต้นไม้ เป็นต้น วิทยากร
 คนที่ 1 ยืนยันว่า “การบรรยายทั้ง 22 จุดเพื่อนำไปใช้ได้ทั้งหมด” 22 จุดมีรายละเอียดดังนี้

- จุดที่ 1 เยี่ยมชมและซื้อศูนย์รวมผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค สอนให้คนรู้จักการพอ
 อยู่พอใช้ และพึ่งพาตนเอง
- จุดที่ 2 น้ำแดดเดียว แดดช่วยจัดเรียงโมเลกุลเพื่อดูดซึมและขับถ่ายของเสียออก
 จากร่างกาย
- จุดที่ 3 หญ้าแฝก เป็นวัสดุธรรมชาติช่วยยึดไม่ให้ดินพังทลาย
- จุดที่ 4 การห่มดินและการทำให้ดินดี ให้ความชุ่มชื้นแก่ดิน เหมาะแก่การปลูก
 ต้นไม้
- จุดที่ 5 การบำบัดสิ่งปฏิกูลกระบวนการหมักของเสียจากตัวคนหมักกลืนใน 15
 วัน
- จุดที่ 6 โชนไม้ไผ่ เป็นวัสดุธรรมชาติ หาง่ายในป่า สอดคล้องกับแนวคิดพออยู่พอ
 กิน พอใช้
- จุดที่ 7 ป่าเปียกป้องกันไฟ เช่น การปลูกต้นกล้วยเป็นแนวห่างกัน 2 เมตรรอบ
 พื้นที่
- จุดที่ 8 ตะบันน้ำ คือ การเพิ่มแรงดันน้ำในการเอาน้ำไปใช้ในการเพาะปลูก
- จุดที่ 9 ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง ได้แก่ ป่าพอกอยู่ ป่าพอกิน ป่าพอใช้ และ
 ป่าพอร่มเย็น
- จุดที่ 10 ฝ่ายชะลอความชุ่มชื้น ทำให้ป่าชุ่มชื้นในฤดูแล้งและดักตะกอนไม่ทำให้
 แหล่งน้ำตื้นเขิน
- จุดที่ 11 ภาคกลาง เกษตรทฤษฎีใหม่ คือ การออกแบบโดยจัดสรรพื้นที่ทั้งหมด
 เป็นประมาณ 4 ส่วน ส่วนที่ 1- 3 คิดรวมเป็นร้อยละ 90 และส่วนที่ 4 ที่
 เหลือคิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนที่ 1 ขุดสระเพื่อการบริโภคน้ำ ทำประมง
 ส่วนที่ 2 ใช้เป็นพื้นที่ปลูกข้าว ส่วนที่ 3 ปลูกพืชไร่ และทำเกษตร
 ผสมผสาน และส่วนที่ 4 ปลูกบ้าน เกษตรทฤษฎีใหม่เป็นแนวคิดเพื่อให้
 เกษตรกรในพื้นที่ภาคกลางพึ่งตนเองได้บนความพอเพียง

- จุดที่ 12** การปลูกต้นไม้ในใจคน สร้างจิตสำนึกให้คนก่อนแล้วเขาจึงจะปลูกต้นไม้บนแผ่นดิน
- จุดที่ 13** ภาคอีสาน การส่งเสริมอาชีพเสริม ปลูกพืชผสมผสานที่ใช้น้ำน้อยกว่าการปลูกข้าว และยามเกิดภัยแล้ง ฝนไม่ตกตามฤดูกาล
- จุดที่ 14** ธนาคารข้าว ใช้ประโยชน์เช่นเดียวกับการฝากเงิน มีมากก็ฝากมาก ปีไหนมีภัยแล้งก็ไปเบิกออกมา
- จุดที่ 15** การเลี้ยงปศุสัตว์ นอกจากใช้เนื้อและนมจากโคแล้ว ยังมีการใช้มูลสัตว์มาทำปุ๋ยชีวภาพได้
- จุดที่ 16** สายลมแสงแดด การทำให้น้ำเสียกลายเป็นน้ำดี
- จุดที่ 17** การทำปุ๋ยใช้เอง ปุ๋ยแห้งหรือปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยน้ำหรือน้ำหมักชีวภาพ
- จุดที่ 18** ภาคใต้ การเผาถ่าน จะได้น้ำส้มควันไม้ไว้กำจัดแมลง
- จุดที่ 19** การทำน้ำมันไบโอดีเซล ด้วยน้ำมันปาล์มซึ่งเป็นผลผลิตของภาคใต้ เพื่อลดการนำเข้า
- จุดที่ 20** ทฤษฎีแก้มลิง การเก็บน้ำไว้ตามห้วยคลองหนองบึงและนำมาใช้ในเวลาจำเป็น
- จุดที่ 21** โครงการแก้มลิง การทำให้ดินแห้งและเปียกเหมือนมีมากกว่า 2 ฤดูและให้ฤดูฝนเหมือนสั้นลงในจังหวัดนราธิวาสภาคใต้ จนดินเปรี้ยวที่สุดจึงระบายน้ำเข้านาแล้วระบายน้ำให้ความเปรี้ยวจางลง
- จุดที่ 22** การบำบัดน้ำเสีย ธรรมชาติบำบัด และกังหันน้ำชัยพัฒนา ผักตบชวาและน้ำเสียเป็นธรรมชาติ ทุก 42 วันให้ลอกผักตบชวาใน 3 ออกจากบึงและให้ส่วนที่เกิดขึ้นใหม่ดูดซับของเสียออก ส่วนกังหันน้ำชัยพัฒนาจะช่วยการแก้ไขน้ำเน่าเสียโดยการใช้เครื่องเติมอากาศ และได้รับน้ำเชื่อมขุนด่านปราการชลช่วยส่งและผลักดันน้ำในสระน้ำของศูนย์เรียนรู้ลงสู่แม่น้ำนครนายก

ความเชื่อมโยงของแนวคิดต่างๆ การให้ความรู้สู่กิจกรรมภาคปฏิบัติ

เมื่อเดินครบ 22 จุดแล้ว วิทยากรชี้ให้นักท่องเที่ยวจะสรุปได้ว่า แนวคิดหลักจะมีความเชื่อมโยงกัน ยกตัวอย่าง เช่น **จุดที่ 1** ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเชื่อมโยงกับเรื่องสมุนไพร ซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์เรียนรู้จะใช้สมุนไพรที่ปลูกในศูนย์ฯ **ส่วนจุดที่ 4** แนวคิดการท่อมดิน

ทำให้ดินดี ดินเป็นองค์ประกอบของป่า ต้นไม้ ต้นกล้วย และส่วนประกอบของป่า คือ น้ำ เกี่ยวข้องกับการเก็บกักน้ำด้วยฝ่ายชะลอความชุ่มชื้น มองภาพรวมของดิน น้ำ ต้นไม้ จะเห็นภาพของป่า ซึ่งเป็นเกษตรตามธรรมชาติผลิตไม้ใช้ปลูกบ้าน ใช้บริโภค สมุนไพรเป็นยารักษาโรค ดังนั้น คนต้องรู้คุณค่าของป่า ดิน และ น้ำ ที่สำคัญคือคนและป่าต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน

2.4 นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ รับรู้และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อม

ประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว "ประสบการณ์ที่ดีประทับใจเขาโทรกลับมาบอก ว่าเขาไปทดลองทำและต่อยอด" (วิทยากรคนที่ 3)

"การปลูกสมุนไพรคน คือ การปลูกตามจุดต่าง ๆ ของร่างกาย ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าสมุนไพรชนิดนี้ เหมาะใช้แบบไหน เช่น อัญชัญดีกับเส้นผม เป็นต้น การทำผลิตภัณฑ์ใช้เองสร้างความตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ในห้องตลาดที่ใช้สารเคมีทำลายสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นในการทำสมุนไพรเป็นรูปหัวใจ หรือที่ชอบให้แก่คนพิเศษในโอกาสต่าง ๆ ทำนองเดียวกัน การทำน้ำยาอเนกประสงค์ใช้ล้างแชมหรือทำความสะอาดให้ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สารเคมีมากจะทำให้น้ำในแม่น้ำลำคลองปนเปื้อนและเน่าเสีย" (วิทยากรคนที่ 2)

การแสดงความเชื่อมโยงรายละเอียดระหว่างภายในแนวคิดให้ความรู้ด้านทรัพยากร ถ้าดินดีเหมาะแก่การปลูกต้นไม้ ต้นกล้วย ส่วนดินและต้นไม้เป็นองค์ประกอบของป่า ความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดให้ความรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแนวคิดกิจกรรม **จุดที่ 4 ห่มดิน** ซึ่งความเชื่อมโยงกับ**จุดที่ 6 ซ่อมไม้ไผ่** กับ**จุดที่ 7 ป่าเปียกกันไฟ** และ**จุดที่ 9 ป่า 3 อย่างประโยชน์ 4 อย่าง**

2.5 ด้านการบริหารจัดการศูนย์ฯ ที่เป็นแนวทางในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เช่น กลยุทธ์ 3R คือ แนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม เป็นกระบวนทัศน์ (Paradigm shift) ทางการตลาดที่พยายามอนุรักษ์ทรัพยากร มีความโปร่งใส ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค สามารถการป้องกันมลภาวะได้ (Pollution protection) และการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ (Resource recovery) การลดใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Re-use) และนำมาใช้ใหม่ (Recycle) ตัวอย่างเช่นการจัดการของเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ขยะเปียกเกิดจากเศษอาหารย่อยสลายได้นำไปทำเป็นปุ๋ยหมักได้ ควรพยายามลดใช้ขยะที่ย่อยสลายหรือแตกสลายยาก เช่น โฟมใส่อาหาร ขวดน้ำพลาสติก เป็นต้น โดยใช้จานชามและ "ใช้น้ำ 4 กะละมัง เพื่อล้างแชมสำหรับผู้เข้าอบรม 100 คน" "ปล่อยน้ำลงบ่อ กักน้ำช้ำพัฒนา

จากล่างขึ้นบน และจากบนลงล่าง แบบอาร์เอ็กซ์ 5 (RX5) ระบบวิดุดอากาศ ใช้น้ำจากเขื่อนฯ ไล่น้ำเสีย” โดยเฉพาะด้านการจัดการของเสีย “การจัดการของเสียและขยะ แปรสภาพและหมุนเวียน ได้ร้อยละ 50 และฝังกลบร้อยละ 50” (วิทยากรคนที่ 1)

หลังจากได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการณ์จากการการอภิปรายกลุ่มและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของวิทยากรประจำศูนย์เรียนรู้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นข้อมูลด้านอุปทานของการท่องเที่ยวนครนายก เป็นภาพรวมของสภาพพื้นที่ บุคลากร กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นพื้นฐานผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการวิจัยตลาดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มอายุ 13-15 ปี ที่ได้จากแบบสอบถาม

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณการวิจัยตลาดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนจากโดยใช้แบบสอบถาม

ส่วนของข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยตลาดได้จากแบบสอบถามด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 13-15 ปี

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=405)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	184	45.4
หญิง	221	54.6
รายรับต่อเดือนได้รับจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง		
ต่ำกว่าและเท่ากับ 5,000 บาท	343	84.7
มากกว่า 5,000 บาท	62	15.3
ต้องการท่องเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด		
พ่อแม่/ผู้ปกครอง	92	22.7
ญาติพี่น้อง	221	54.6
เพื่อน	281	69.4
ครู/อาจารย์	10	2.5

ตาราง 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=405)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่มาเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		
มาครั้งแรก	232	57.3
ครั้งที่ 2	137	33.8
ครั้งที่ 3	19	4.7
มากกว่า 3 ครั้ง	17	4.2
ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ	12	3.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21	5.2
ภาคตะวันออก	11	2.7
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)	124	30.6
ภาคใต้	11	2.7
กรุงเทพฯ	228	55.8

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.60 มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 84.7 และต้องการท่องเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.40 รองลงมาคือ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนจำนวนครั้งที่มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครนายกนั้น เป็นครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.6

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวชน

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้านที่ใช้ พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว			
1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครนายกมีสิ่งดึงดูดใจ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา เขื่อน และ สวนเกษตร	4.47	0.74	มากที่สุด

- 2) พื้นที่เหมาะแก่การเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
สิ่งแวดล้อมควรมีศูนย์เรียนรู้

ตาราง 7 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้านที่ใช้ พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยว		ระดับความต้องการ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3)	ความสะดวกของเส้นทางเดินทางเข้าสู่พื้นที่	4.05	0.87	มาก
4)	กิจกรรมการเรียนรู้การจัดสรรทรัพยากรน้ำที่เขื่อนขุนด่าน ปราการชล	4.23	0.75	มากที่สุด
5)	กิจกรรมการเรียนรู้ทรัพยากรทุกภาคของประเทศไทย จำลองไว้ในศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ	4.11	0.83	มาก
6)	กิจกรรมการเรียนรู้พึ่งพาตนเองโดยการฝึกทำผลิตภัณฑ์ แชมพูมะกรูดจากสมุนไพร เป็นต้น	4.10	0.79	มาก
7)	กิจกรรมการเรียนรู้ระบบนิเวศดิน เช่น การหมักดิน เป็นต้น	4.10	0.80	มาก
8)	กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อสาธิตการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ชาติและสิ่งแวดล้อม	4.27	0.77	มากที่สุด
9)	กิจกรรมผสมผสานด้านเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์	4.13	0.83	มาก
	รวม	4.18	0.56	มาก
2. ความต้องการด้านราคา				
1)	ราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ และ ค่าอาหารรวมเป็น 300 บาท/ต่อ 1 วัน/ต่อคน	3.87	0.94	มาก
2)	ราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 600 บาท/ต่อ 1½ วัน/ต่อคน	3.86	0.94	มาก
3)	ราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในตำบลท่าด่าน จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 800 บาท/ ต่อ 2 วัน/ต่อคน	3.77	0.99	มาก
4)	ราคารวมค่ากำจัดของเสียและขยะคนละ 10 บาท/คน	3.77	0.93	มาก
	รวม	3.81	0.70	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้านที่ใช้ พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยว		ระดับความต้องการ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3 ความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1)	สามารถซื้อขายทัวร์ผ่านผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว	3.78	0.94	มาก
2)	สามารถซื้อขายทัวร์โดยตรงกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว	4.04	0.91	มาก
3)	สามารถจ่ายเฉพาะค่ามัดจำ และจ่ายส่วนที่เหลือในวันที่มาเที่ยวจริงได้	3.59	1.04	มาก
4)	มีการโอนเงินเข้าบัญชีเต็มจำนวนหลังที่ได้รับการยืนยันโปรแกรมทัวร์	3.59	1.01	มาก
รวม		3.75	0.77	มาก
4. ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด				
1)	มีการโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์/เน็ต	4.13	0.96	มาก
2)	มีการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านโดยการใช้ป้ายบอกทางและแผ่นพับของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก	3.89	0.95	มาก
3)	มอบผลิตภัณฑ์ที่ฝึกทำแต่ละฐานให้นักกลับบ้านได้	4.15	1.01	มาก
4)	มีการเผยแพร่บอกต่อแบบปากต่อปากระหว่างนักท่องเที่ยวเรื่อง	3.77	1.07	มาก
ทัวร์แบบทัศนศึกษา		4.03	0.84	มาก
4. ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด(ต่อ)				
5)	สามารถซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคเพิ่มเติมในราคาถูกกว่าภายนอก เช่น สบู่ แชมพูสมุนไพรที่ฝึกทำ	4.23	0.98	มากที่สุด
รวม		4.03	0.84	มาก
5. ความต้องการด้านบุคลากร				
1)	วิทยากร มัคคุเทศก์ได้รับการอบรมและมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจและนำไปปฏิบัติได้	4.40	0.76	มากที่สุด
2)	วิทยากรมีอัตราค่าจ้างมีระหว่างบรรยายแนวคิดและฝึกปฏิบัติกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อม	4.34	0.74	มากที่สุด
3)	มัคคุเทศก์มีการอธิบายและพาเดินชมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ดิน ป่า น้ำ บนเนื้อที่ 14 ไร่	4.16	0.81	มาก

4)	การแต่งกายของมัคคุเทศก์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.19	0.82	มาก
----	---	------	------	-----

ตาราง 7 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้านที่ใช้ พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยว		ระดับความต้องการ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5)	ปราชญ์ชุมชนมีส่วนร่วมสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การสีข้าว และกะทายข้าว เป็นต้น	4.24	0.81	มากที่สุด
รวม		4.26	0.64	มากที่สุด
6. ความต้องการด้านการมีเครือข่ายพันธมิตร				
1)	มีการประสานงานความร่วมมือกับศูนย์เรียนรู้อื่นๆ ในท้องถิ่น	4.30	0.82	มากที่สุด
2)	มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในแหล่งต่างๆ	4.26	0.79	มากที่สุด
3)	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เกิดจากความร่วมมือจาก คนในชุมชน	4.31	0.82	มากที่สุด
รวม		4.29	0.81	มากที่สุด
7. ความต้องการด้านกระบวนการให้บริการ				
1)	มีกระบวนการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.23	0.85	มากที่สุด
2)	การจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่าง รวดเร็ว	4.20	0.87	มาก
3)	ช่องทางที่นักท่องเที่ยวต้องการแสดงความคิดเห็น ความต้องการ ในรูปแบบต่างๆ เช่น แบบประเมินความพึงพอใจ	4.08	0.90	มาก
4)	การรีบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมืออาชีพ	4.24	0.86	มากที่สุด
รวม		4.19	0.75	มาก
8. ความต้องการด้านการจัดโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป				
1)	มีการจัดรวมรายการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว มากกว่าการแยกรายการ	4.19	0.90	มาก
2)	การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน กลุ่มละประมาณ 30 คน	3.88	1.08	มาก
3)	การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับตามความต้องการของลูกค้า	4.05	0.94	มาก
4)	การเตรียมผลิตภัณฑ์ที่มีวิธีการทำหลายขั้นตอนไว้ 2 ชุด ชุดแรก ใช้สำหรับสาธิตและปฏิบัติ และชุดที่สองเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จ แล้ว เช่น การทำปุ๋ยหมัก	4.23	0.83	มากที่สุด
รวม		4.09	0.71	มาก

จากตาราง 7 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการโปรแกรมฯ โดยใช้กรอบปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมาพิจารณาทั้ง 8 ด้าน ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า หัวข้อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครนายกมีสิ่งดึงดูดใจ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา เขื่อน และ สวนเกษตร มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.47$) รองลงมา คือ พื้นที่เหมาะแก่การเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมควรมีสวนเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อสาธิตการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการเรียนรู้การจัดสรรทรัพยากรน้ำที่เชื่อมขนานด้านปรากฏการณ์ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.28, 4.27 และ 4.23 ตามลำดับ ส่วนหัวข้อความสะดวกของเส้นทางเดินทางเข้าสู่พื้นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}=4.05$)

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ และค่าอาหารรวมเป็น 300 บาท/1 วัน/คน มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.87$) รองลงมา คือ ราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 600 บาท/ต่อ 1½ วัน/คน ($\bar{X}=3.86$) ส่วนราคาทัวร์รวมค่าเดินทางภายในตำบลท่าด่าน จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 800 บาท/ต่อ 2 วัน/คน และราคารวมค่ากำจัดขยะ 10 บาท/คน ($\bar{X}=3.77$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าสามารถซื้อขายทัวร์โดยตรงกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.04$) รองลงมา คือ สามารถซื้อขายทัวร์ผ่านผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ($\bar{X}=3.78$) และสามารถจ่ายเฉพาะค่ามัดจำและจ่ายส่วนที่เหลือในวันที่มาเที่ยวจริงได้ ($\bar{X}=3.59$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าระดับความต้องการมากที่สุดมี 1 รายการ คือ สามารถซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคเพิ่มเติมได้ในราคาถูกลงกว่าภายนอก เช่น สบู่ แชมพู สบู่สมุนไพรที่ฝึกทำ ($\bar{X}=4.23$) ส่วนความต้องการที่อยู่ในระดับมากมี 4 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ คือ มอบผลิตภัณฑ์ที่ฝึกทำแต่ละฐานให้น่ากลับบ้านได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) การโฆษณาโปรแกรมหอท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=4.13$) มีการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านการใช้ป้ายบอกทางและแผ่นพับของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ($\bar{X}=3.89$)

ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุดมี 3 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ วิทยากร และ

ภาคนี้ได้รับการยอมรับและมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจและนำไปปฏิบัติได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.40$) รองลงมาคือ วิทยากรมีอรรถาธิบายดีมีรอยยิ้มระหว่างบรรยายแนวคิดและฝึกปฏิบัติกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$) และปราชญ์ชุมชนมีส่วนร่วมสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การสีข้าวและกระพ่ายข้าว เป็นต้น ($\bar{X}=4.24$)

ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุดมี 4 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เกิดความร่วมมือต่างๆ ในพื้นที่ และมีเครือข่ายให้บริการรถเช่าระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีค่าเท่ากัน ($\bar{X}=4.31$) รองลงมา คือ มีการประสานงานความร่วมมือกับศูนย์เรียนรู้อื่นๆ ในท้องถิ่น ($\bar{X}=4.30$) และมีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในแหล่งต่างๆ ($\bar{X}=4.26$)

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุดมี 2 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ การรับมือปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) และมีกระบวนการรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$) ส่วนความต้องการที่อยู่ในระดับมากมี 2 รายการ ได้แก่ การจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=4.20$)

ด้านการจัดทัวร์รวมรายการโปรแกรมสำเร็จรูป โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุด โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ การเตรียมผลิตภัณฑ์ที่มีวิธีการทำหลายขั้นตอนไว้ 2 ชุด ชุดแรกใช้สำหรับสาธิตและปฏิบัติและชุดที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ทำเสร็จแล้ว เช่น การทำปุ๋ยหมัก ($\bar{X}=4.23$) รองลงมาคือ มีการจัดรวมรายการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว มากกว่าการแยกรายการ ($\bar{X}=4.19$) ส่วนความต้องการที่อยู่ในระดับมากมี 2 รายการ ได้แก่ การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}=4.05$)

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพรวมกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้พิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	4.18	0.56	มาก
2. ด้านราคา	3.81	0.70	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	0.77	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03	0.84	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.26	0.64	มากที่สุด
6. ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วม	4.29	0.72	มากที่สุด
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.19	0.75	มาก

8. ด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป	4.09	0.71	มาก
รวม	4.08	0.54	มาก

จากตาราง 8 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการส่วนประสมการตลาด 8 ทั้งด้านโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุด มี 2 รายการ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.26$) ส่วนความต้องการระดับมากรายการแรก คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=4.19$)

หลังจากได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 ขั้นตอน ทั้งในระยะที่ 1 ข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งจากการวิจัยเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผสมผสานกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม จึงนำมาพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะที่ 2

ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก ได้จากการนำข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและข้อมูลเชิงปริมาณมาพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกแบ่งออกเป็น 3 โปรแกรม ดังนี้

2.1 โปรแกรมที่ 1 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การเรียนรู้เรื่องหน้าที่ ประโยชน์ การจัดการทรัพยากรน้ำของเขื่อน



ภาพประกอบ 17 การบรรยายของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงเขื่อนขุนด่านปราการชล

2.2 โปรแกรมที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิง

นิเวศ: การเรียนรู้แนวคิดและกิจกรรมภาคปฏิบัติ โดยรวมรายการ ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ช่วงสายการเรียนรู้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมดิน น้ำ ป่า และสมุนไพร ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ การเดินศึกษาธรรมชาติและชมพิพิธภัณฑ์มีชีวิตบนเนื้อที่ 14 ไร่ สามารถเลือกเรียนรู้ที่จะเชื่อมโยงไปการทำกิจกรรมภาคปฏิบัติช่วงบ่าย ให้ความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องสมุนไพรรูปคน ซึ่งสมุนไพรเป็นสมาชิกของป่า เป็นต้น



ภาพประกอบ 18 นักท่องเที่ยวเดินเรียนรู้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 22 จุด

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

กิจกรรมที่ 2 ช่วงเที่ยงเรียนรู้เรื่องกลยุทธ์ 3R ระหว่างการรับประทานอาหาร เช่น การไม่ใช้โฟมย่อยสลายยากเป็นภาชนะใส่อาหารเป็นการลดขยะ การแยกเศษอาหารที่ย่อยสลายได้เพื่อนำไปนำไปหมักเพื่อฟื้นฟูสภาพดิน การใช้น้ำ 4 กระละมังล้างจานซาม 100 ใบ เป็นการลดการใช้น้ำ และน้ำที่ใช้แล้วเอาไปรดต้นไม้ได้ ส่วนที่เหลือเทลงสระใช้กักหน่น้ำช่วยพัฒนาบำบัดและนำกลับมาใช้ใหม่ได้

กิจกรรมที่ 3 ช่วงบ่ายการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อุปโภคด้วยตัวเอง เป็นการพึ่งพาตนเอง เช่น การทำสบู่ และแชมพูจากสมุนไพร



ภาพประกอบ 19 เยาวชนทำสบู่และแชมพูสมุนไพร

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

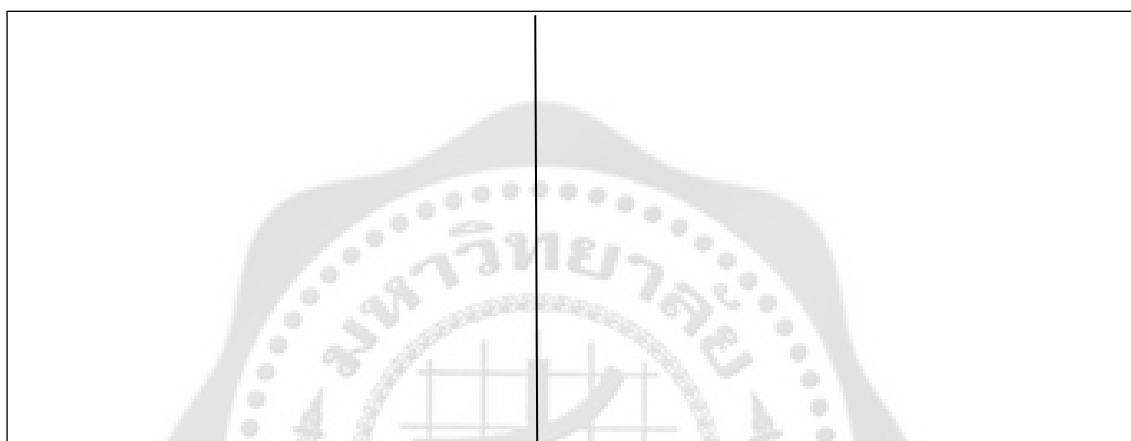
หรือเลือกโปรแกรมที่ 3 เป็นเรื่องที่เกษตรกรสนใจ

2.3 โปรแกรมที่ 3 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การเรียนรู้แนวคิดและกิจกรรมภาคปฏิบัติฐานเกษตรกรรม โดยรวมรายการ ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ช่วงสายการเรียนรู้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมดิน น้ำ ป่า และสมุนไพร ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ การเดินศึกษาธรรมชาติและชมพิพิธภัณฑ์มีชีวิตบนเนื้อที่ 14 ไร่ เช่น การจัดการทรัพยากรดินและการฟื้นฟูทรัพยากรดิน การหมักดิน การทำบ้านดิน การทำปุ๋ยคอก เป็นต้น

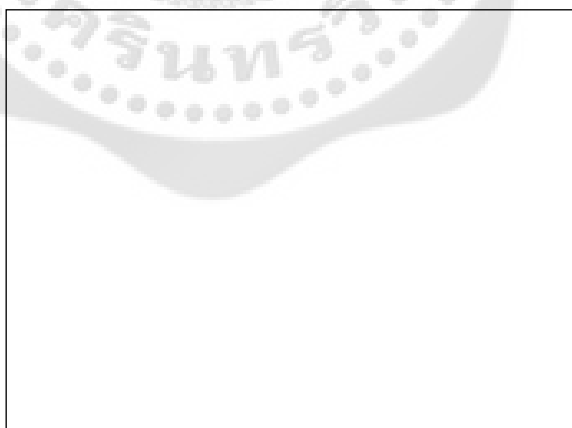
กิจกรรมที่ 2 ช่วงเที่ยงเรียนรู้เรื่องกลยุทธ์ 3R ระหว่างการรับประทานอาหาร เช่น การไม่ใช้โฟมย่อยสลายยากเป็นภาชนะใส่อาหารเป็นการลดขยะ การแยกเศษอาหารที่ย่อยสลายได้เพื่อนำไปทำปุ๋ยหมักเพื่อฟื้นฟูสภาพดิน การใช้น้ำ 4 กระละมังล้างจานชาม 100 ใบ เป็นการลดการใช้น้ำ และน้ำที่ใช้แล้วเอาไปรดต้นไม้ได้ ส่วนที่เหลือเทลงสระใช้กักหน้ำช่วยพัฒนาบำบัดและนำกลับมาใช้ใหม่ได้

กิจกรรมที่ 3 ช่วงปลายการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ ลงฐานเกษตรกรรม เช่น การใช้ฟางห่มดิน การทำอิฐจากดินเพื่อเตรียมทำบ้านดิน การทำปุ๋ยชีวภาพ การสีข้าวด้วยมือ การปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น



ภาพประกอบ 20 เยาวชนฝึกฝัดข้าวและสีข้าว

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ



ภาพประกอบ 21 การห่มดินเป็นแนวคิดของในหลวงรัชกาลที่ 9

ที่มา: ถ่ายจากสถานที่จริงศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

หมายเหตุ: กิจกรรมฐานเกษตรกรรมเป็นไปตามฤดูกาล เช่น ถูหนาวสีข้าวและปลูกผัก ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมการเรียนรู้การใช้พลังงานทดแทน ได้แก่ การทำไบโอดีเซล การใช้พลังงานทางเลือก เช่น การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar cell) เป็นต้น

ในแต่ละโปรแกรมประกอบด้วย 5 หัวข้อ ได้แก่

- (1) แนวคิดการเรียนรู้ (Learning concepts)
- (2) กิจกรรม (Activities)
- (3) รูปแบบ (Format)
- (4) แหล่งท่องเที่ยว (Setting)
- (5) ระยะเวลา (Duration)

ตาราง 9 โปรแกรมที่ 1 การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การเรียนรู้เรื่องการจัดการทรัพยากรน้ำของเขื่อน

โปรแกรมที่ 1 เรียนรู้เรื่องเขื่อน	รายละเอียด
ช่วงเช้า 08:00 – 09:30	
1. แนวคิดการเรียนรู้ (Learning concepts)	ระบบนิเวศน้ำ การกักเก็บน้ำ หน้าที่และประโยชน์ของเขื่อน การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และระบบนิเวศ
2. กิจกรรม (Activities)	เพื่อให้เยาวชนได้มีความเข้าใจการบริหารจัดการน้ำของเขื่อนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นพื้นที่เก็บน้ำในช่วงปลายฤดูฝน ช่วยบรรเทาอุทกภัย และช่วยแก้ดินที่มีความเป็นกรดสูงหรือดินเปรี้ยว โดยให้ความชุ่มชื้นแก่ดินในดินให้กลับมาเพาะปลูกได้ และที่สำคัญกิจกรรมนันทนาการชมความงามตามธรรมชาติของเขื่อน
3. รูปแบบ (Format)	- ชมทัศนียภาพอันงดงาม เที้ยวและ/หรือนั่งรถชมสันเขื่อนชมทิวทัศน์พร้อมบรรยาย - เข้าอบรมในห้องสัมมนา ฟังบรรยายโดยวิทยากรเจ้าหน้าที่จากกรมชลประทาน

โปรแกรมที่ 1 เรียนรู้เรื่องเขื่อน	รายละเอียด
4. แหล่งท่องเที่ยว (Setting)	เขื่อนขุนด่านปราการชลและพื้นที่บ้านท่าด่าน ในตำบล หินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
5. ระยะเวลา (Duration)	1.30 ชั่วโมง

ตาราง 10 โปรแกรมที่ 2 การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: โปรแกรมรวม
รายการแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและกิจกรรมฐานผลิตภัณฑ์

โปรแกรมที่ 2 เรียนรู้เรื่อง แนวคิดและกิจกรรมฯ	รายละเอียด
ช่วงสาย 10:00-12:00	2 ชั่วโมง
1. แนวคิดการเรียนรู้ (Learning concepts)	เรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า และคน การบำบัดน้ำเสียด้วยกังหันน้ำชัยพัฒนาและการรดน้ำต้นไม้อย่าง ประหยัดโดยใช้ไม้ฝัดเจาะรู และทำฝายชะลอความชุ่มชื้น
2. กิจกรรม (Activities)	ลงฐานผลิตภัณฑ์ เรียนรู้การประดิษฐ์ของใช้ด้วยตนเอง ได้แก่ สบู่ และแชมพูจากสมุนไพร
3. รูปแบบ (Format)	เดินภายในสวนพื้นที่ 14 ไร่ จำลอง 4 ภาคของไทย เรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่
4. แหล่งท่องเที่ยว (Setting)	ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ พื้นที่สีเขียวเชิงบึงสงบ (wilderness) ในสระน้ำมีปลา บนดินมีต้นไม้ 3,800 ต้น และมีนก 22 ชนิด บอกถึง มีความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นพื้นที่จำลองป่า
ช่วงพักเที่ยง 12:00 – 13:00	1 ชั่วโมง เรียนรู้เรื่องกลยุทธ์ 3R ระหว่างการรับประทานอาหาร
ช่วงบ่าย 13:00 – 15:00	2 ชั่วโมง เรียนรู้ภาคปฏิบัติ การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อุปโภคด้วย ตัวเอง เป็นการพึ่งพาตนเอง เช่น การทำสบู่ และแชมพูจากสมุนไพร
5. ระยะเวลา (Duration)	5 ชั่วโมง

ตาราง 11 โปรแกรมที่ 3 การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: โปรแกรมรวม
รายการแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมฐานเกษตรกรรม

โปรแกรมที่ 3 เรียนรู้เรื่องแนวคิด และกิจกรรมฯ		รายละเอียด
ช่วงสาย 10:00-12:00		
1. แนวคิดการเรียนรู้ (Learning concepts)		การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อุปโภคด้วยตัวเอง การเรียนรู้ ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของคนไทยทั้ง 4 ภาค
2. กิจกรรม (Activities)		กิจกรรมลงฐานปฏิบัติฐานผลิตภัณฑ์ เช่น ทำสบู่ ทำแชมพูจาก สมุนไพร น้ำยาล้างจาน ยากันยุง หรือลงฐานเกษตรกรรม เช่น สีส้ม ทำปุ๋ยหมัก ปลูกผักปลอดสารพิษ เพื่อให้เยาวชนได้รู้จักลักษณะภูมิประเทศทุกภาค และทรัพยากร ของชาติ เหมาะแก่การประกอบอาชีพของประชาชนแต่ละพื้นที่
3. รูปแบบ (Format)		การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
4. แหล่งท่องเที่ยว (Setting)		ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษวัฒนธรรมชาติ พื้นที่สีเขียวเงียบสงบ (wilderness) ในสระน้ำมีปลา บนดินมีต้นไม้ 3,800 ต้น และมีนก 22 ชนิด บอกถึง มีความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นพื้นที่จำลองป่า
ช่วงพักเที่ยง 12:00 – 13:00		1 ชั่วโมง เรียนรู้เรื่องกลยุทธ์ 3R ระหว่างการรับประทานอาหาร
ช่วงบ่าย 13:00 – 15:00		2 ชั่วโมง กิจกรรมฐานเกษตรกรรม การใช้ฟางหมักดิน การทำปุ๋ย หมัก การทำอิฐจากดินเพื่อสร้างบ้านดิน เป็นต้น
5. ระยะเวลา (Duration)		5 ชั่วโมง

เมื่อได้ทำการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่ามีแนวคิดและกิจกรรมใดบ้างที่ช่วยพัฒนาให้เกิดการตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงนำมาสู่การทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการวิจัยระยะที่ 3

ระยะที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้

3.1 ผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชน

ผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเยาวชนอายุระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 94 คน

ตาราง 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (n=94)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	31	33.0
	หญิง	63	67.0
รายรับต่อเดือนที่ได้รับจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง			
	น้อยกว่าและเท่ากับ 5,000 บาท	65	73.0
	สูงกว่า 5,000 บาท	36	27.0
ต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด			
	พ่อแม่	34	36.6
	เพื่อน	49	52.7
	ครู	10	10.8
จำนวนครั้งที่ไปเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			
	มาครั้งแรก	60	63.8

ครั้งที่ 2	13	13.8
มากกว่า 2 ครั้ง	21	22.3
ภูมิลาเนา		
ภาคเหนือ	3	3.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15	16.0
ภาคตะวันออก	55	58.5
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ)	16	17.0
ภาคใต้	3	3.2
กรุงเทพฯ	2	2.1

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.00) มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 73.00) โดยส่วนใหญ่ตอบว่าอยากไปเที่ยวเพื่อการเรียนรู้กับเพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 52.70) รองลงมา คือ พ่อแม่ (ร้อยละ 36.60) นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเคยมาเที่ยวจังหวัดนครนายกเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 63.80) และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก (ร้อยละ 58.5) รองลงมา คือ ภาคกลาง (ร้อยละ 17.00)

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโปรแกรมที่ 1 ที่เชื่อมขุนด่านปราการชล

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ระดับความตระหนักรู้				t	p-value
	ก่อน		หลัง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. โปรแกรมที่ 1 เชื่อมขุนด่านปราการชล						
1) การดูทีวีทัศน์ ฟังบรรยาย และตอบคำถามของเจ้าหน้าที่กรมชลประทานในห้องสัมมนาของเขื่อนฯ สร้างการเรียนรู้เรื่องความสำคัญ หน้าที่ และประโยชน์ของเขื่อนฯ	4.30	0.84	4.69	0.55	4.053	.000
2) ก่อนการสร้างเขื่อนมีการสำรวจผลกระทบและมีการติดตามผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.18	0.84	4.55	0.71	3.799	.000
3) แผนการควบคุมน้ำ คือ หัวใจหลักของการสร้างเขื่อน	4.48	0.62	3.94	0.97	4.990	.000

4)	เชื่อนะเป็นเสมือนปรากฏการณ์เก็บกักน้ำที่ไหลมาจากเทือกเขาใหญ่ ช่วยป้องกันไม่ให้น้ำท่วมพื้นที่ลุ่มน้ำนครนายก	4.50	0.64	4.65	0.58	1.896	.061
5)	ลุ่มน้ำนครนายกมีลักษณะภูมิประเทศแบบผสมผสานระหว่างพื้นที่สูงชันตามหุบเขา พื้นที่ลาดเท และพื้นที่ราบกว้างใหญ่ จึงทำให้เกิดน้ำไหลบ่าอย่างรุนแรงในฤดูฝนและท่วมพื้นที่ราบใช้ทำเกษตรกรรมและอยู่อาศัย	4.43	0.70	4.52	0.67	1.174	.243
6)	การจัดลำดับความสำคัญของเชื่อนะ คือ การใช้น้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค รองลงมา คือ เพื่อการเกษตร เพื่อการท่องเที่ยว เพื่ออุตสาหกรรมและเพื่อผลักดันน้ำเค็มตามลำดับ	4.41	0.67	4.38	0.82	.476	.635

ตาราง 13 (ต่อ)

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม		ระดับความตระหนักรู้				t	p-value
		ก่อน		หลัง			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
7)	เชื่อนะถูกสร้าง ณ บริเวณจุดที่ต่ำจากเขวนรถลงมาในฤดูแล้ง น้ำจากเชื่อนะจะถูกระบายเพื่อชะล้างดินเปรี้ยวในจังหวัดนครนายก	4.55	0.67	4.70	0.55	1.924	.057
8)	เชื่อนะช่วยรักษาระบบสมดุลของน้ำจืดและน้ำเค็มเพื่อป้องกันความเสียหายแก่พื้นที่เกษตรกรรมของชุมชน	4.41	0.71	4.35	0.81	.776	.440
เชื่อนขุนด้านปรากฏการชล							
9)	เชื่อนะช่วยขจัดปัญหาภัยแล้งซึ่งเกิดจากภาวะฝนแล้งอย่างรุนแรง และปัญหาที่แม่น้ำนครนายกไม่สามารถเก็บกักน้ำไว้จัดสรรในพื้นที่ชลประทาน	4.51	0.64	4.59	0.63	1.217	.227
10)	การใช้เวลาเดินบนสันเชื่อนเพื่อชมทิวทัศน์และเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่เป็นป่า เขา และน้ำ	4.42	0.81	4.58	0.62	1.319	.191
รวม		4.43	0.49	4.51	0.39		

จากตาราง 13 พบว่า ในเชื่อนขุนด้านปรากฏการชล นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังเข้าร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้า

ร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นรายชื่อนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ 1) การดูทีวีทัศน์ ฟังบรรยาย และตอบคำถามของเจ้าหน้าที่กรมชลประทานในห้องสัมมนาของเขื่อนฯ สร้างการเรียนรู้เรื่องความสำคัญ หน้าที่ และประโยชน์ของเขื่อนฯ และ 2) ก่อนการสร้างเขื่อนมีการสำรวจผลกระทบและมีการติดตามผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นรายชื่อนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ 1) แผนการควบคุมน้ำ คือ หัวใจหลักของการสร้างเขื่อน

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรายชื่อของโปรแกรมที่ 2 ที่ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษธรรมชาติ

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม		ระดับความตระหนักรู้				t	p-value
		ก่อน		หลัง			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
2. โปรแกรมที่ 2 ที่ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษธรรมชาติ							
1)	ศูนย์เรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ภาพรวมของการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ดิน พืช และสวนสมุนไพรในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนของป่าอย่างเป็นรูปธรรม	4.55	0.64	4.73	0.51	2.142	.035
2)	การห้ามดินด้วยฟางหรือเศษใบไม้ คือ วิธีง่ายๆ ที่ช่วยให้จุลินทรีย์ในดินมีความอุดมสมบูรณ์	4.49	0.58	4.61	0.55	1.619	.109
3)	กักน้ำช่วยพัฒนาช่วยบำบัดน้ำให้สะอาดมากขึ้นและนำกลับมาใช้ใหม่ได้	4.53	0.64	4.57	0.63	.345	.731
4)	การสร้างฝายชะลอน้ำจากไม้ไผ่ เศษไม้ เศษอิฐ เก็บกักน้ำ เป็นการกระจายความชุ่มชื้นให้แก่พื้นดิน	4.45	0.65	4.53	0.69	.881	.381
5)	ส่วนต่างๆ ของไม้ไผ่นำมาใช้เป็นอาหาร ลำไม้ไผ่เจาะรูใช้รดน้ำต้นไม้ และยังสร้างที่พักอาศัยได้	4.48	0.71	4.62	0.55	1.649	.103
6)	จุดต่างๆ ของมูสมุนไพรูปลูกสร้างความสนุกสนานในการเรียนรู้และช่วยให้เข้าใจง่ายในการใช้สมุนไพรรักษาส่วนต่างๆ ของร่างกายได้	4.49	0.62	4.66	0.58	2.143	.035
7)	การปลูกต้นกล้วยเป็นแนวช่วยป้องกันไฟได้	4.55	0.59	4.38	0.70	1.742	.085

8)	การให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	4.62	0.59	4.63	0.57	.145	.885
9)	กิจกรรมเรียนรู้การทำปุ๋ยหมักจากเศษอาหารและสามารถช่วยกำจัดขยะให้มีจำนวนลดน้อยลงได้	4.51	0.59	4.54	0.67	.139	.890
10)	กิจกรรมการทำปุ๋ย สบู่ และน้ำยาเอนกประสงค์ใช้เอง เป็นการประหยัดเงินและพึ่งพาตนเอง	4.54	0.62	4.67	0.58	1.319	.191
11)	กิจกรรมฝึกผลิตสบู่และแชมพูสมุนไพรเหมาะสมสำหรับการนำไปตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน	4.56	0.58	4.68	0.51	1.656	.101
12)	การผลิตสินค้าอุปโภคใช้เองในชีวิตประจำวันทำเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	4.40	0.77	4.71	0.50	3.443	.001
รวม		4.52	0.43	4.61	0.37		

จากตาราง 14 พบว่า ในศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังเข้าร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นรายช้อยมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ 1) ศูนย์เรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ภาพรวมของการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ดิน ปืช และสวนสมุนไพรในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนของป่าอย่างเป็นรูปธรรม 2) จุดต่าง ๆ ของมูสมุนไพรูปลูกคนสร้างความสนุกสนานในการเรียนรู้และช่วยให้เข้าใจง่ายในการใช้สมุนไพรรักษาส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นรายช้อยมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) การผลิตสินค้าอุปโภคใช้เองในชีวิตประจำวันทำเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชน

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยรวมของนักท่องเที่ยวเยาวชน จำนวน 94 คน

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม		n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
เชื่อนขุนด่านปราการชล	ก่อน	94	48.17	5.95	1.59	.116
	หลัง	94	49.07	4.91		
ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษัธรรมชาติ	ก่อน	94	51.68	9.53	3.17	.002
	หลัง	94	54.81	4.98		
รวม	ก่อน	94	99.85	12.81	3.15	.002
	หลัง	94	103.88	9.18		

จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนคนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนคนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษัธรรมชาติก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์ภูมิรักษัธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเขื่อนขุนด่านปราการชลก่อนและหลังการเข้าร่วมไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล

1. ด้านผลิตภัณฑ์				
1)	สถานที่ต่าง ๆ ในโปรแกรมมีความเป็นธรรมชาติและสวยงาม	4.83	0.38	มากที่สุด
2)	กิจกรรมในโปรแกรมมีความน่าสนใจ	4.50	0.60	มากที่สุด
3)	โปรแกรมมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ	4.37	0.66	มากที่สุด
4)	การได้รับประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวฯ	4.62	0.55	มากที่สุด
5)	ความสนุกและความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมโปรแกรมท่องเที่ยวฯ	4.65	0.54	มากที่สุด
6)	ความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมเหมาะกับการท่องเที่ยวเรียนรู้ (ต่างจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย)	4.53	0.63	มากที่สุด
7)	ความรู้ที่ได้รับนำไปปรับใช้ได้จริงกับชีวิตประจำวันได้	4.55	0.54	มากที่สุด
8)	กิจกรรมสามารถสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.62	0.59	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
9)	โปรแกรมมีการจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	4.51	0.60	มากที่สุด
รวม		4.58	0.36	มากที่สุด
2. ด้านราคา				
10)	ราคายุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของโปรแกรม มีการแจกแจงราคาในโปรแกรมต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.33	0.78	มากที่สุด
11)	ราคาคู่มาค่ากับเวลา ความรู้และความสนุกที่ได้รับ	4.45	0.63	มากที่สุด
รวม		4.39	0.61	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว				
12)	มีหลายช่องทางจำหน่ายให้เลือก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และโทรสาร	4.34	0.76	มากที่สุด
13)	สถานที่ทำเลที่ตั้ง สะดวกแก่การให้บริการ	4.59	0.61	มากที่สุด
14)	การติดต่อซื้อโปรแกรมทัวร์มีความสะดวกและรวดเร็ว	4.43	0.68	มากที่สุด
15)	สามารถส่งจองโปรแกรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	4.40	0.63	มากที่สุด
16)	สามารถเลือกซื้อโปรแกรมผ่านโทรศัพท์ได้	4.38	0.71	มากที่สุด
รวม		4.43	0.53	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				

17) ข้อมูลของโปรแกรมมีการปรับปรุงให้ทันสมัย	4.49	0.67	มากที่สุด
18) มีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย	4.50	0.65	มากที่สุด
19) มีการส่งเสริมการขายนอกฤดูการท่องเที่ยว เช่น การลดราคา หรือ แคมเปญกิจกรรมเพิ่มในโปรแกรมฯ	4.52	0.67	มากที่สุด
20) ให้ข้อมูลของโปรแกรมเพียงพอต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	4.49	0.62	มากที่สุด
21) มีการแนะนำโปรแกรมจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ	4.49	0.70	มากที่สุด
รวม	4.50	0.50	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5.	ด้านบุคลากร			
22)	เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี และเอาใจใส่ในการบริการต่อ นักท่องเที่ยว	4.68	0.51	มากที่สุด
23)	วิทยากรให้ความรู้ในแต่ละกิจกรรมของโปรแกรมได้ อย่างละเอียดทำให้เข้าใจง่าย	4.52	0.67	มากที่สุด
24)	วิทยากรสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพตอบข้อซักถาม ได้ชัดเจนและถูกต้อง	4.53	0.62	มากที่สุด
25)	วิทยากรมีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ที่สนุก และกระตุ้น ความสนใจของนักท่องเที่ยว	4.49	0.67	มากที่สุด
26)	วิทยากรเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ นักท่องเที่ยว	4.54	0.63	มากที่สุด
	รวม	4.55	0.62	มากที่สุด
6.	ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ			
27)	การประสานงานของผู้จัดและแหล่งท่องเที่ยวอย่างราบรื่นทำ ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก	4.46	0.62	มากที่สุด

28) มีการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงการมีเครือข่ายในการจัดการ ท่องเที่ยว	4.50	0.56	มากที่สุด
29) มีการขยายฐานนักท่องเที่ยวให้กับสถานที่และศูนย์การเรียนรู้ ท้องถิ่น	4.47	0.63	มากที่สุด
รวม	4.78	0.47	มากที่สุด
7. ด้านกระบวนการให้บริการ			
30) ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมได้อย่างชัดเจนและ รวดเร็ว	4.55	0.62	มากที่สุด
31) ให้ข้อมูลขั้นตอนในการจองโปรแกรมและค่าใช้จ่าย ได้อย่างละเอียด	4.46	0.62	มากที่สุด
32) การจองโปรแกรมทัวร์ไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย	4.46	0.63	มากที่สุด
33) กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปตามตารางโปรแกรมทัวร์อย่าง ต่อเนื่องและเป็นไปตามกำหนดเวลา	4.46	0.70	มากที่สุด
34) บริการประทับใจและให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม	4.46	0.76	มากที่สุด
รวม	4.48	0.49	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

กรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
8.	ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป			
35)	โปรแกรมทัวร์น่าสนใจ และเหมาะสมต่อกิจกรรม ต่าง ๆ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชน	4.57	0.63	มากที่สุด
36)	โปรแกรมช่วยประหยัดเวลา พร้อมกับได้รับประสบการณ์ ความรู้ครบถ้วน	4.49	0.60	มากที่สุด
37)	โปรแกรมมีการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของ เยาวชนที่มีความชอบและความสนใจคล้ายกัน	4.51	0.65	มากที่สุด
38)	โปรแกรมเพิ่มความตระหนักรู้ในการดูแลและ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	4.65	0.63	มากที่สุด
	รวม	4.56	0.48	มากที่สุด

จากตาราง 16 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมฯ โดยใช้กรอบปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมาพิจารณาทั้ง 8 ด้าน ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.58$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดมี 9 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ต่าง ๆ ในโปรแกรมมีความเป็นธรรมชาติและสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} =4.83$) รองลงมาคือความสนุกและความรู้ที่ได้รับจากเข้าร่วมกิจกรรมโปรแกรมท่องเที่ยวฯอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65$) การได้รับประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวฯ และกิจกรรมสามารถสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.62$) ความรู้ที่ได้รับนำไปปรับใช้ได้จริงกับชีวิตประจำวันได้ ($\bar{X}=4.55$) ความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมเหมาะกับการท่องเที่ยวเรียนรู้ (ต่างจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย) ($\bar{X}=4.53$) โปรแกรมมีการจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=4.51$) กิจกรรมในโปรแกรมมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.50$) และโปรแกรมมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ ($\bar{X}=4.37$)

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดมี 2 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ ราคาคุ้มค่ากับเวลา ความรู้และความสนุกที่ได้รับอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} =4.45$) รองลงมาคือราคายุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของโปรแกรมมีการแจกแจงราคาในโปรแกรมต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเข้าใจง่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.33$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.43$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดมี 5 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ ทำเล ที่ตั้ง สะดวกแก่การให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} =4.59$) รองลงมาคือการตลาดโปรแกรมห่วงมีความสะดวกและรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.43$) สามารถสั่งจองโปรแกรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ($\bar{X}=4.40$) สามารถเลือกซื้อโปรแกรมผ่านโทรศัพท์ได้ ($\bar{X}=4.38$) และมีหลายช่องทางจำหน่ายให้เลือก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และโทรสาร ($\bar{X}=4.34$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดมี 5 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ มีการส่งเสริมการขายนอกฤดูการท่องเที่ยว เช่น การลดราคา หรือแถมกิจกรรมเพิ่มในโปรแกรมฯ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} =4.52$) รองลงมาคือมีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$) ข้อมูลของโปรแกรมมีการปรับปรุงให้ทันสมัย ให้ข้อมูลของโปรแกรมเพียงพอต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และมีการแนะนำโปรแกรมจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ ($\bar{X}=4.49$)

ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดมี 5 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ เจ้าหน้าที่มี

อรรถาศัยดี และเอาใจใส่ในการบริการต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.68$) รองลงมาคือ วิทยากรเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$) วิทยากรสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพตอบข้อซักถามได้ชัดเจนและถูกต้อง ($\bar{X}=4.53$) วิทยากรให้ความรู้ในแต่ละกิจกรรมของโปรแกรมได้อย่างละเอียดทำให้เข้าใจง่าย ($\bar{X}=4.52$) และวิทยากรมีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ที่สนุก และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.49$)

ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมี 3 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ มีการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงการมีเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$) รองลงมาคือมีการขยายฐานนักท่องเที่ยวให้กับสถานที่และศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47$) และการประสานงานของผู้จัดและแหล่งท่องเที่ยวอย่างราบรื่นทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ($\bar{X}=4.46$)

ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมี 5 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมได้อย่างชัดเจนและรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$) รองลงมาคือให้ข้อมูลขั้นตอนในการจองโปรแกรมและค่าใช้จ่ายได้อย่างละเอียด การจองโปรแกรมทัวร์ไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปตามตารางโปรแกรมทัวร์อย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามกำหนดเวลา และบริการประทับใจและให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.46$)

ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมี 4 รายการ โดยเรียงจากค่าสูงสุดและรองลงไปตามลำดับ ได้แก่ โปรแกรมเพิ่มความตระหนักรู้ในการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65$) รองลงมาคือโปรแกรมทัวร์น่าสนใจ และเหมาะสมต่อกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$) โปรแกรมมีการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของเยาวชนที่มีความชอบและความสนใจคล้ายกัน ($\bar{X}=4.51$) และโปรแกรมช่วยประหยัดเวลา พร้อมกับได้รับประสบการณ์ความรู้ครบถ้วน ($\bar{X}=4.49$)

สรุปภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.58$) ด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป ($\bar{X}=4.56$) ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.55$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=4.50$)

ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=4.48$) ด้านราคาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.43$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.39$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชน โดยแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

1.เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามเพศ

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	32	42.06	2.27	2.22	.029
	หญิง	62	40.73	3.53		
2. ด้านราคา	ชาย	32	9.06	0.95	1.83	.071
	หญิง	62	8.63	1.32		
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ชาย	32	22.34	2.48	0.53	.588
	หญิง	62	22.03	2.71		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	32	22.72	1.65	0.75	.456
	หญิง	62	22.37	2.85		
5. ด้านบุคลากร	ชาย	32	23.03	2.15	0.81	.422
	หญิง	62	22.63	2.36		
6. ด้านการสร้างความร่วมมือ	ชาย	32	13.56	1.11	0.75	.457
	หญิง	62	13.35	1.56		
7. ด้านการให้บริการ	ชาย	32	22.78	1.86	1.14	.257

	หญิง	62	22.18	2.68		
8. ด้านการรวมรายการ	ชาย	32	18.69	1.62	1.71	.090
โปรแกรมทัวร์	หญิง	62	17.98	2.01		
รวม	ชาย	32	174.25	8.93	1.68	.097
	หญิง	62	169.90	16.17		

จากตาราง 17 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีเพียงความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน โดยมีนักท่องเที่ยวชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวหญิง

2.เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามรายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามรายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	80.575	26.858	2.644	.054
	ภายในกลุ่ม	85	863.470	10.158		
	รวม	88	944.045			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	8.610	2.870	1.931	.131
	ภายในกลุ่ม	85	126.333	1.486		
	รวม	88	134.944			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	6.666	2.222	.300	.825
	ภายในกลุ่ม	85	629.424	7.405		
	รวม	88	636.090			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	26.065	8.688	1.352	.263
	ภายในกลุ่ม	85	546.182	6.426		
	รวม	88	572.247			

5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	15.805	5.268	1.001	.396
	ภายในกลุ่ม	85	447.318	5.263		
	รวม	88	463.124			
6. ด้านการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ	ระหว่างกลุ่ม	3	15.371	5.124	2.613	.056
	ภายในกลุ่ม	85	166.652	1.961		
	รวม	88	182.022			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	42.919	14.306	2.424	.071
	ภายในกลุ่ม	85	501.576	5.901		
	รวม	88	544.494			
8. ด้านการรวมรายการ โปรแกรมทัวร์	ระหว่างกลุ่ม	3	6.772	2.257	.597	.619
	ภายในกลุ่ม	85	321.273	3.780		
	รวม	88	328.045			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1051.816	350.605	1.686	.176
	ภายในกลุ่ม	85	17680.409	208.005		
	รวม	88	18732.225			

จากตาราง 18 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีรายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง ต่างกันมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมกับบุคคลใด

ความพึงพอใจ	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.828	.914	.087	.917
	ภายในกลุ่ม	90	946.065	10.512		
	รวม	92	947.892			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	.974	.487	.319	.727
	ภายในกลุ่ม	90	137.284	1.525		
	รวม	92	138.258			
3.	ระหว่างกลุ่ม	2	10.123	5.062	.722	.489

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ภายในกลุ่ม	90	631.060	7.012		
	รวม	92	641.183			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.754	.877	.136	.873
	ภายในกลุ่ม	90	579.471	6.439		
	รวม	92	581.226			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	.284	.142	.027	.974
	ภายในกลุ่ม	90	481.522	5.350		
	รวม	92	481.806			
6. ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.323	2.161	1.080	.344
	ภายในกลุ่ม	90	180.151	2.002		
	รวม	92	184.473			

ตาราง 19 (ต่อ)

□ ความพึงพอใจ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	5.257	2.629	.435	.649
	ภายในกลุ่ม	90	544.312	6.048		
	รวม	92	549.570			
8. ด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป	ระหว่างกลุ่ม	2	1.396	.698	.188	.829
	ภายในกลุ่ม	90	333.722	3.708		
	รวม	92	335.118			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	38.491	19.246	.093	.912
	ภายในกลุ่ม	90	18675.788	207.509		
	รวม	92	18714.280	19.246		

จากตาราง 19 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมกับบุคคลใดต่างกันมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนต๋อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนต๋อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความพึงพอใจ	แหล่งของ	df	SS	MS	F	P-value
ความแปรปรวน						
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	12.030	6.015	.580	.562
	ภายในกลุ่ม	91	943.896	10.372		
	รวม	93	955.926			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.135	.568	.377	.687
	ภายในกลุ่ม	91	137.173	1.507		
	รวม	93	138.309			

ตาราง 20 (ต๋อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งของ	df	SS	MS	F	P-value
ความแปรปรวน						
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	41.909	20.954	3.182	.046
	ภายในกลุ่ม	91	599.293	6.586		
	รวม	93	641.202			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	5.929	2.965	.469	.627
	ภายในกลุ่ม	91	575.560	6.325		
	รวม	93	581.489			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	7.310	3.655	.694	.502
	ภายในกลุ่ม	91	479.541	5.270		
	รวม	93	486.851			
6. ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	ระหว่างกลุ่ม	2	10.417	5.209	2.685	.074
	ภายในกลุ่ม	91	176.562	1.940		
	รวม	93	186.979			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.924	4.962	.833	.438
	ภายในกลุ่ม	91	542.289	5.959		

	รวม	93	552.213			
8. ด้านการรวมรายการ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.292	4.646	1.285	.282
โปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป	ภายในกลุ่ม	91	329.016	3.616		
	รวม	93	338.309			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	494.025	247.013	1.226	.298
	ภายในกลุ่ม	91	18334.187	201.475		
	รวม	93	18828.213			

จากตาราง 20 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวชนที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกันมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเฉพาะความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นั่นคือ นักท่องเที่ยวชาวชนที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน จากนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffé) ดังตาราง 21

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ในความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จำนวนครั้งที่เดินทาง มาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า 2 ครั้ง	ครั้งแรก
		22.81	21.62
2 ครั้ง	23.20	0.39	1.58*
มากกว่า 2 ครั้ง	22.81	-	1.19
ครั้งแรก	21.62		-

* $P \leq .05$

จากตาราง 21 สรุปได้ว่า พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ นักท่องเที่ยวชาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2 ครั้ง มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นครั้งแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนตอโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามภูมิลาเนา

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนตอโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามภูมิลาเนา

ความพึงพอใจ	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5	18.731	3.746	.352	.880
	ภายในกลุ่ม	88	937.195	10.650		
	รวม	93	955.926			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5	8.111	1.622	1.096	.368
	ภายในกลุ่ม	88	130.198	1.480		
	รวม	93	138.309			

ตาราง 22 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5	33.570	6.714	.972	.439
	ภายในกลุ่ม	88	607.632	6.905		
	รวม	93	641.202			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5	20.536	4.107	.644	.667
	ภายในกลุ่ม	88	560.954	6.374		
	รวม	93	581.489			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5	16.723	3.345	.626	.680
	ภายในกลุ่ม	88	470.128	5.342		
	รวม	93	486.851			
6. ด้านการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.783	.957	.462	.803
	ภายในกลุ่ม	88	182.195	2.070		
	รวม	93	186.979			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	18.654	3.731	.615	.688
	ภายในกลุ่ม	88	533.558	6.063		

	รวม	93	552.213			
8. ด้านการรวมรายการ	ระหว่างกลุ่ม	5	64.989	12.998	4.185	.002
โปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป	ภายในกลุ่ม	88	273.320	3.106		
	รวม	93	338.309			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	910.294	182.059	.894	.489
	ภายในกลุ่ม	88	17917.918	203.613		
	รวม	93	18828.213			

จากตาราง 22 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเฉพาะความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป นั่นคือนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูปต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน จากนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffé) ดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ในความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูปต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	กลาง	ตะวันออก	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพฯ	เหนือ
		18.81	18.23	18.13	17.50	13.00
ใต้	19.33	0.52	1.10	1.20	1.83	6.33*
กลาง	18.81	-	0.58	0.68	1.31	5.81*
ตะวันออก	18.23		-	0.10	0.73	5.30*
ตะวันออกเฉียงเหนือ	18.13			-	0.63	5.13*
กรุงเทพฯ	17.50				-	4.50*
เหนือ	13.00					-

* $P \leq .05$

จากตาราง 23 สรุปได้ว่า พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป คือ

นักท่องเที่ยวชาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก โดยประยุกต์กลยุทธ์ทางการตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน” มีความมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผู้ที่เกี่ยวข้องของจังหวัดนครนายก 2) เพื่อสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อพัฒนาและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก

ความสำคัญของการวิจัย ได้โปรแกรมการท่องเที่ยวไปใช้ได้เชิงพาณิชย์ เพราะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และจะช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เพราะนักท่องเที่ยวได้รับรู้และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในดำเนินการอภิปรายกลุ่มซึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน และชุมชน จำนวน 5 คน และ 2) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งเป็นหัวหน้าและวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ จำนวน 5 คน ส่วนประชากรที่ใช้ในเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มเยาวชนอยู่ในช่วงอายุ 13-15 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวตามโปรแกรมฯ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนตามกรอบปัจจัยส่วนประสมการตลาด 8 ประการ จำนวน 405 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง (Experiment group) จำนวน 94 คน (ตามความสามารถการรองรับไม่เกิน 100 คนของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ) เพื่อการประเมินความตระหนักรู้และความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ตัวแปรที่ใช้ในการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชน ได้แก่ ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามกรอบปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 8 ประการ และ 2) ตัวแปรขั้นทดลองและประเมิน ประกอบด้วย 2.1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเยาวชน ได้แก่ เพศ รายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง ต้องการไปเที่ยวทำกิจกรรมกับบุคคลใด จำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และภูมิลำเนา เป็นต้น และโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วน 2.2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนและหลังเข้าโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แนวคำถามถึงโครงสร้างกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก เพื่อสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายก 2) แนวคำถามถึงโครงสร้างกับหัวหน้าและวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติเพื่อทราบสภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และประสบการณ์เกี่ยวกับแนวคิดและกิจกรรมที่สร้างความสนุกในการเรียนรู้ 3) แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .59 ถึง .90 4) โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5) แบบสอบถามความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .89 ถึง .90 และ 6) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .64 ถึง .83

สมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกัน (มีระดับความตระหนักรู้หลังเข้าร่วมสูงกว่าก่อนเข้าร่วม)

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจำแนกตามเพศ รายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง ต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด จำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และภูมิำเนา

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ระยะตามวิธีดำเนินการวิจัย ได้แก่ **ระยะที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสภาพการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ขั้นตอน **ระยะที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 1 ขั้นตอน และ **ระยะที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 2 ขั้นตอน รวมทั้งสิ้นมี 6 ขั้นตอน โดยส่วนของการสำรวจสภาพการณ์ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก และประสบการณ์ของวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้โปรแกรมแอตลาสทีไอเวอร์ชั่นทดลองใช้ 7.5 (ATLAS –TI TRIAL VERSION 7.5) เป็นโปรแกรมที่ช่วยในการสังเคราะห์จำแนก ทบทวนและตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปตีความและวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดลองและประเมินโปรแกรม ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึง

พอใจที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน และใช้สถิติอ้างอิงในการทดสอบสมมติฐานด้านความตระหนักรู้และความพึงพอใจ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวิธีการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกและความต้องการของนักท่องเที่ยว

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 สรุปผลที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) การตลาดท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นหัวข้อหรือประเด็นหลัก ดังนี้

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

จุดแข็งของจังหวัดนครนายกมีเส้นทางการคมนาคมสะดวก อยู่ใกล้

กรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์ มีนิเวศภูมิทัศน์ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ภูเขา น้ำตก และป่า ฯลฯ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเฉพาะเขื่อนขุนด่านปราการชลเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศน้ำ การแก้ปัญหาดินเปรี้ยว และการฟื้นฟูสภาพดินเหมาะแก่การทำเกษตร ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเกษตรกรสอนการปลูกข้าว สีส้ม และการทำเกษตรผสมผสาน นอกจากนี้ ยังมีศูนย์เรียนรู้ที่ให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมครอบคลุมทรัพยากรน้ำ ดิน ป่า และคน **จุดอ่อน** คือ ด้านการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว โอกาส การเติบโตและขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ

2) ด้านบุคลากร ตัวแทนภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชน และชุมชนท้องถิ่น

จุดแข็ง มีผู้ประกอบการหลายระดับ ทั้งธุรกิจระดับที่พักขนาดใหญ่ กลาง

แบบรีสอร์ท และเล็ก ๆ แบบโฮมสเตย์ ที่พักขนาดใหญ่โรงแรมสี่ดาวเป็นโรงแรมขนาดใหญ่มีห้องพักมากถึง 3,000 ห้อง ส่วนธุรกิจของชุมชนเจ้ามีสมาคมแม่บ้านหินตั้ง จัดนั่งเรือชมเขื่อน ล่องแก่ง ดูนก ปีนหน้าผาและมีชุมชนจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เช่น สินค้าทำจากหญ้าไม้ไผ่ **จุดอ่อน** ความร่วมมือผู้ประกอบการยังมีน้อยทำให้ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจสาเหตุให้กดราคากันเอง

3) ด้านความหลากหลายของกิจกรรม

จุดเด่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยล่องแก่งในฤดูฝน การท่องเที่ยวแบบ

ชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในชนบท การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมการเยี่ยมชมกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสิริมงคลแก่ชีวิต การทำบุญต่ออายุที่วัดหลวงพ่อบางแดง และทำบุญที่อุทยานพระ

พัฒนาสร้างความศรัทธาความเชื่อ ขณะที่เกิดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวยังมี**จุดอ่อน** ซึ่งกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นเรื่องรายได้เป็นหลัก ยังไม่ค่อยมีการอนุรักษ์

4) ด้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

จุดแข็ง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดนครนายก ปีละ 2.5 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นคนกรุงเทพฯ หรือจังหวัดรอบๆ นครนายก มีทั้งกลุ่มที่เลือกท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับหรือพักค้างคืนได้ และเลือกกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของตน ตามสถิติของกรมชลประทานเขต 9 ประจำจังหวัดนครนายกมีคนมาเที่ยวที่เขื่อนขุนด่านปราการชลปีละประมาณ 30,000 คน และมาที่ศูนย์ภูมิรักษ์ประมาณ 60,000 คนต่อปี

5) ด้านการบริหารจัดการ

จุดเด่น จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก (Low cost seminar) ของการจัดสัมมนาหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้น ททท.เขต 8 มีการจัดทำหนังสือ เว็บไซต์ และมีการจัดรายการวิทยุคลื่น 102 ถือว่าจุดแข็งที่ได้สื่อสารถึงชุมชนในท้องถิ่น แต่ยังมี**จุดอ่อน** ได้แก่ ช่องทางการรับความคิดเห็นจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยังไม่มี ความชัดเจนหรือเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพการบริการ มีกรณีร้านอาหารบางร้านคิดราคาแพงกว่าที่เป็นจริงยิ่งไปกว่านั้น อาหารไม่มีคุณภาพ ส่วนบรรยากาศสร้างความปลอดภัยยังไม่ดีพอ เช่น อุบัติเหตุทางน้ำ นอกจากนี้ ยังมี**ข้อจำกัด**ที่เป็นปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย นักท่องเที่ยวกลางคืน ส่งเสียงดัง ทำลายบรรยากาศความสงบของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ส่วนข้อจำกัดที่เป็นความห่วงใย การวางแผนที่ดีสำหรับอนาคต ได้แก่ การใช้กฎหมายผังเมืองอย่างเคร่งครัด จะทำให้ไม่เกิดปัญหาน้ำท่วมขังในอนาคต ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีแผนแม่บทประเด็นเรื่องการจัดการน้ำของเจ้าของกิจการรีสอร์ท ที่พัก และร้านอาหาร

สุดท้าย **โอกาส**การดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ ด้านการปกครอง การบริหารจัดการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และมีทิศทางในการพัฒนาเมื่อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกกับบุคคลนั้น เปรียบเสมือนเพศชายมีบุคลิกชอบเที่ยว มีวิสัยทัศน์ มีความทะเยอทะยานที่จะเติบโตต่อไป ขึ้นอยู่กับการจัดการของภาคเอกชนและชุมชน ภายใต้การกำหนดนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับลักษณะเด่นของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

1.2 สรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หัวหน้าและวิทยากร ประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ รวม 5 คน แบ่งออกเป็นหัวข้อหรือประเด็นหลัก ดังนี้

1) **ด้านสภาพพื้นที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ**ในอดีตพื้นที่ศูนย์ฯ มีความแห้งแล้ง ไม่สามารถปลูกพืชได้ ต้องมีการฟื้นฟูปรับสภาพดินให้มีแร่ธาตุ ระบบนิเวศ โดยใช้ภูมิปัญญาผ่าท้องช้าง ขุดหลุมลึก 50 เซนติเมตร เป็นรูปตัววี (V-shape) แล้วเอาขยะเปียกใส่ลงไป เพื่อช่วยดินเปรี๊ยะ กลับมามีจุลินทรีย์และสารอาหาร จึงเริ่มปลูกต้นไม้ได้ ส่วนด้านการจัดการน้ำ มีการบำบัดน้ำเสียโดยการปล่อยน้ำลงบ่อ ใช้กังหันน้ำชัยพัฒนาเพิ่มออกซิเจนจากล่างขึ้นบนและจากบนลงล่าง ระบบวิดูตอากาศ และใช้น้ำจากเขื่อนขุนด่านปราการชลได้น้ำเสียอีกที่หนึ่ง ทำให้พื้นที่ปัจจุบันมีความสมบูรณ์ มีต้นไม้และนกมีความหลากหลายทางชีวภาพ

2) **ด้านบุคลากร คือ วิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ รวม 5 คน**

วิทยากรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ยกเว้นหัวหน้าศูนย์จบการศึกษาระดับปริญญาโท และทุกท่านมีประสบการณ์ในการทำหน้าที่วิทยากร ในเรื่องเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างถ่องแท้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุกคนมีความศรัทธาในแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เรื่องการจัดการทรัพยากรดิน น้ำ ป่าและทรัพยากรมนุษย์

วิทยากรคนที่ 1 เป็นหัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ มีความรู้และประสบการณ์ด้านการอนุรักษ์ ทำหน้าที่บรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวตามแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 โดยกล่าวว่า “การบรรยายแนวคิดทั้ง 22 จุด ของศูนย์ฯ นำไปใช้ได้ทั้งหมด” โดยใช้หลักในการสร้างการเรียนรู้แบบเพลิน (PLEARN มาจาก PLAY AND LEARN) หมายถึง การเรียนรู้และเล่นซึ่งได้ทั้งความรู้และความสนุกสนาน “กระบวนการเรียนรู้สร้างความเพลิดเพลิน เพลิน เล่น + เรียน” ด้านการจัดการของเสีย และการนำไปใช้ “การจัดการของเสียและขยะ แปรสภาพและหมุนเวียน ได้ร้อยละ 50 และฝังกลบร้อยละ 50

วิทยากรคนที่ 2 ทำหน้าที่ประสานงานและธุรการ มีประสบการณ์แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี “การเตรียมทำกิจกรรมบรรยายกลางแจ้งในช่วงฤดูฝน ต้องเตรียมความพร้อมทั้งกรณีฝนตกและฝนไม่ตก” ส่วนในด้านการทำหน้าที่วิทยากร จะเชี่ยวชาญด้านการสาธิตทำผลิตภัณฑ์อุปโภค เช่น สบู่ แชมพูทำจากสมุนไพร น้ำยาเนกประสงค์ น้ำยากันยุง ฯลฯ นอกจากนี้ ยังสามารถให้ข้อมูลในการเข้าใจถึงธรรมชาติของเด็กและเยาวชนในการฟังบรรยายแนวทางการอนุรักษ์ “เด็กและเยาวชนนั้นเปรียบเสมือนกล่องเปล่าพร้อมรับรู้ข้อมูลที่บรรยายได้เร็ว”

วิทยากรคนที่ 3 ขอบทำหน้าที่เป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ระหว่างเดินศึกษาธรรมชาติ 22 รอบโครงการ “เรียนรู้พิพิธภัณฑสถานชาติมีชีวิต และพิพิธภัณฑสถานสิ่งแวดล้อม แสงแดด น้ำ ป่า และคน และ แนวคิดการอนุรักษ์ป่า ทำอย่างไรให้มีป่าต้นน้ำ”

วิทยากรคนที่ 4 มีประสบการณ์และสามารถสังเกตได้ว่าความสนใจของเยาวชนแตกต่างกันตามภูมิภาคที่อยู่ โดยสามารถสรุปว่า “เยาวชนที่มาจากกรุงเทพฯ เน้นกิจกรรมเล่นและได้ความรู้เป็นจุด ๆ ทั้งเล่นและเรียน เช่น กระบวนการสืบหาความรู้เป็นเป้าหมายของวิทยากร ส่วนเด็กต่างจังหวัดจะสนใจภาพรวม”

วิทยากรคนที่ 5 จากประสบการณ์ ทำปุ๋ยชีวภาพ และทำบ้านดิน ทำให้ปฏิบัติหน้าที่วิทยากรได้มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ “ใช้ประสบการณ์ตรงมาถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ใช่การท่องจำ ข้อดีของการทำบ้านดิน เกิดจากการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตามแนวทางเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 หลังจากขุดดินทำบ่อเลี้ยงปลา แล้วเอาดินไปสร้างบ้านดิน” กรณีการบรรยายแนวคิดหรือสาธิตการทำปุ๋ยและบ้านดินให้แก่เด็กและเยาวชน วิทยากรต้องเข้าใจพฤติกรรมการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ต้องเตรียมย่อยวิธีการให้ง่ายและให้เห็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงจะประสบผลสำเร็จ โดยการร่วมเรียนรู้และทำกิจกรรมอย่างสนุกสนานด้วยความสนใจ “กลุ่มเด็กและเยาวชนกินข้าวคำใหญ่ไม่ได้ ต้องย่อยวิธีการและให้เห็นของจริง โดยการพาไปดูไส้เดือนอยู่ใต้ต้นไม้ที่มีการหมักดิน ถ้าใช้สารเคมีจะไม่มีไส้เดือน เด็กและเยาวชนจะเข้าใจดี”

3) ด้านแนวคิดและกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

วิทยากรคนที่ 2 การแยกแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 แนวคิดภูมิปัญญาชาวบ้าน และความรู้ทั่วไป ๆ “การหมักดินเป็นแนวคิดของพระองค์ท่าน คือ อย่าปอกเปลือกเปลือกดินการเอาฟางมาหมักดินไว้ จะช่วยเก็บความชุ่มชื้นเอาไว้ แต่ก่อนบ้านหนูกวาดทั้งหมดเลย พยายามรดน้ำให้ดินชุ่มชื้น เอาแนวคิดบางส่วนไปปรับใช้ตามวิถีชีวิตของแต่ละคน คนเมืองเราจะแนะนำและสอนให้ปลูกผักในกระถางเพราะอยู่คอนโด ส่วนการเผาถ่านเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกษตรกรเข้าใจอยู่แล้วความรู้ทั่วไป ๆ เช่น การทำน้ำแฉะเดียว เป็นความรู้ง่าย ๆ ที่ทุกคนสามารถนำกลับไปทำที่บ้านได้” () นอกจากการหมักดินแล้ว ยังแนวคิดขึ้นอยู่กับทรัพยากรในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ แนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่เป็นแนวคิดสำหรับการทำเกษตรในภาคกลาง แนวคิดการอนุรักษ์ป่า การปลูกป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง สำหรับพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและพึ่งตนเองโดยการประดิษฐ์ของใช้ด้วยตัวเองนำใช้ได้ทุกคน

4) ด้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

ตามสถิติของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ มีคนมาเฉลี่ยปีละ 60,000 คน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มจากสถาบันการศึกษา ร้อยละ 60 มาจากภาคกลาง และร้อยละ 40 มาจากทั่วประเทศ มีทั้งวัยผู้ใหญ่ร้อยละ 65 และเยาวชนร้อยละ 35

5) ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการของศูนย์ฯ ได้แก่ การจัดการของเสีย หัวหน้าศูนย์ฯ กล่าวว่า “สามารถแปรสภาพ หมุนเวียน ได้ร้อยละ 50 และฝังกลบร้อยละ 50” ส่วนการบริหารจัดการน้ำ คือ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัด เช่น “การรดต้นไม้โดยใช้น้ำหยดจากกระบอกไม้ไผ่เจาะรู” ส่วนการบำบัดน้ำเสียใช้วิธีกลยุทธ 3R การลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้อีก “ปล่อยน้ำลงในบ่อใช้กั้นหน้าชะพัฒนา จากล่างขึ้นบน และจากบนลงล่าง แบบอาร์เอ็กซ์ 5 (RX5) ระบบวิดดูอากาศ ใช้น้ำจากเขื่อนฯ ไล่น้ำเสีย” และการฟื้นฟูทรัพยากรดินโดยการห่มดินและใส่ปุ๋ยชีวภาพ ทำให้ดินมีระบบนิเวศเหมาะแก่การเพาะปลูก ด้านการอนุรักษ์ป่าสอนให้คนปลูกพืชสมุนไพร

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หัวหน้าและวิทยากรประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ รวม 5 คน มีประเด็นสรุปได้ว่า ทุกคนมีความศรัทธาในแนวความคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดคุ้มค่า โดยการใช้กลยุทธ 3R การลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้อีก ด้านการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัด เช่น การรดต้นไม้โดยใช้น้ำหยดจากกระบอกไม้ไผ่เจาะรู การบำบัดน้ำเสียด้วยกั้นหน้าชะพัฒนา ด้านการฟื้นฟูทรัพยากรดินโดยการห่มดินและใส่ปุ๋ยชีวภาพ ทำให้ดินมีระบบนิเวศเหมาะแก่การเพาะปลูก ด้านการอนุรักษ์ป่าสอนให้คนปลูกพืชสมุนไพร

สรุปผลการวิจัยเชิงประมาณ

1.3 ผลการวิจัยตลาดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 405 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม 37 ข้อ ตามกรอบกลยุทธส่วนประสมการตลาด 8 ประการ ใช้สถิติเชิงบรรยายในการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลได้ว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการตามกรอบส่วนประสมการตลาด 8 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ระดับความต้องการมากที่สุดมี 2 รายการ ได้แก่ ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วม รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ส่วนความต้องการในระดับมากมี 6 รายการ ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลพัฒนาโปรแกรมฯ แบ่งออกเป็น 2 โปรแกรม ดังนี้

โปรแกรมที่ 1 การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การเรียนรู้เรื่องระบบนิเวศน้ำ หน้าที่และประโยชน์ของเขื่อน ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล

โปรแกรมที่ 2 การรวมรายการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติจำลองพื้นที่การศึกษาแทนเส้นทางธรรมชาติในป่า ครอบคลุมการเรียนรู้เรื่องแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนี้

- การเรียนรู้เรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำ การใช้น้ำอย่างประหยัดและการบำบัดน้ำเสีย
- การเรียนรู้เรื่องทรัพยากรดิน การฟื้นฟูสภาพดินเพื่อให้มีระบบนิเวศเหมาะแก่การเพาะปลูก

- การเรียนรู้เรื่องป่า หมายรวมถึงสมุนไพร (จำลองพื้นที่การศึกษาแทนเส้นทางธรรมชาติในป่า)

- กลยุทธ์ 3R การลดใช้ ใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้
- การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ในการอุปโภคด้วยตัวเอง เช่น สบู่ แชมพู สมุนไพร

แต่ละโปรแกรมฯ ประกอบด้วย

- 1) แนวคิดการเรียนรู้ (Learning concepts)
- 2) กิจกรรม (Activities)
- 3) รูปแบบ (Format)
- 4) สถานที่ท่องเที่ยว (Setting)
- 5) ระยะเวลา (Duration)

ระยะที่ 3 การทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.1 ผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติก่อนและหลังการเข้าร่วมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเขื่อนขุนด่านปราการชลก่อนและหลังการเข้าร่วมไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมากที่สุดทุกด้าน

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเยาวชน โดยจำแนกตามเพศ รายรับต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง ต้องการไปเที่ยว/ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลใด จำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน พบว่า

1) นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน โดยมีนักท่องเที่ยวเยาวชนเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffé) พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2 ครั้ง มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นครั้งแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) นักท่องเที่ยวชาวชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูปต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากนั้น จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffé) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูปต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยตามวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 การสำรวจสภาพการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยว

การสำรวจสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สภาพการณ์ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ประสบการณ์ของวิทยากรที่มีต่อแนวคิดและกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ และความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ เช่น ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดในนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และความร่วมมือ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา และป่า และที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ เชื้อนขุนด่านปราการชล สวนเกษตร ศูนย์เรียนรู้ และสถานการศึกษา ได้แก่ โรงเรียนนายร้อย จปร. โรงเรียนเตรียมทหาร การมีทรัพยากรผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แบบ ทำให้มีกิจกรรมได้หลายหลายเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว และจากการอภิปรายกลุ่มกับตัวแทนภาครัฐ เอกชน ชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง จุดอ่อนและโอกาสเป็นไปตามแนวสรุปผลได้ว่าจังหวัดนครนายกมีจุดแข็งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา ป่า แม่น้ำนครนายก และทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เชื้อน ซึ่งนับว่าเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดนครนายก นอกจากนี้ยังมีสวนเกษตรและสวนเรียนรู้ ทำให้พื้นที่จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของททท. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542: 5/6-5/10) ที่ได้เสนอนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นั่นคือ มีการคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ จึงทำให้มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบ และกิจกรรมที่มีอยู่เดิม เนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่เดิมอยู่แล้วของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ทั้งภูเขา น้ำตก ป่าไม้ เป็นต้น ผสมผสานกับการมีแหล่งเรียนรู้ที่สร้างขึ้นมา เช่น เชื้อน สวนเกษตร ศูนย์การเรียนรู้ สถานศึกษาต่างๆ จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกนี้มีความเข้มแข็งเป็นอย่างมาก ดังนั้น สิ่งสำคัญในเรื่องทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

จึงต้องมีวิธีการในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม คือ การสงวนรักษา ฟื้นฟู ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพเดิมให้ได้มากที่สุด เพื่อจะสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวให้นานที่สุด ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆ ภาคส่วนในการอนุรักษ์ รักษา สภาพแวดล้อม ไม่ทำลายหรือสร้างความเสียหายให้แก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ด้านกิจกรรมเน้นการเรียนรู้เป็นหลัก (Primary) ส่วนการท่องเที่ยวเป็นรอง (Secondary) ได้แก่ การจัดให้ได้สัมผัสความงามของธรรมชาติ แล้วจึงให้นักท่องเที่ยวเข้าห้องสัมมนาแบบผ่อนคลายแบบสบาย ๆ ฟังบรรยายแนวความคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ บนเวทีกับวิทยากรบรรยาย นอกจากนี้ยังได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้านผลิตภัณฑ์และเกษตรกรรม เพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรง โดยการท่องเที่ยวดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวความคิดการท่องเที่ยวแบบ ศึกษาเรียนรู้ของเบรินท์ ริทชี (Ritchie; Carr; & Cooper. 2003: 18) คือ ต้องมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ให้บรรลุวัตถุประสงค์กล่าวคือ ภายใต้วัตถุประสงค์หลักคือเกิดองค์ความรู้ จากการท่องเที่ยวระยะสั้นที่ใช้เวลาดำเนินการในช่วงเวลาว่างและในช่วงวันหยุดและได้รับการเรียนรู้ จากการท่องเที่ยว โดยต้องเลือกจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับวัยด้วย จึงจะทำให้กิจกรรม เหล่านั้น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเยาวชน คงจะต้องพิจารณาแนวความคิดการท่องเที่ยวแบบ ศึกษาเรียนรู้แบบเพลิน (PLEARN) ของชัยอนันต์ สมุทวณิช (2541) โดยเป็นการเรียนควบคู่กับการเล่น จึงจะทำให้เยาวชนไม่เบื่อหน่าย ทำให้เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งได้สัมผัสกับประสบการณ์จริง ที่เกิดจากการเล่น จึงจะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อไป

ด้านความร่วมมือ มีความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ นักวิชาการและ เกษตรกรในพื้นที่ นักวิชาการประจำศูนย์เรียนรู้ทำหน้าที่บรรยายให้แนวคิดด้านการอนุรักษ์และการ ฟื้นฟูทรัพยากร ส่วนปราชญ์ชุมชนเป็นเกษตรกรรมมาสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยวเยาวชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับมุมมองผู้เชี่ยวชาญในประเทศไทย (สภานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ. 2555: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและระบบ นิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความหมาย การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน และยัง สอดคล้องกับแนวความคิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของเบรินท์ ริทชี (Ritchie; Carr; & Cooper. 2003: 18) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ นั่นคือ การมีความร่วมมือเป็นแบบ พันธมิตรกัน (Partnership) ของบุคคลและองค์กรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดท่องเที่ยว ได้แก่

ผู้ประกอบการบริษัทจัดนำเที่ยว รีสอร์ท ระหว่างสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน พิพิธภัณฑ (Education and learning providers) และสถานที่ท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และบริษัทจัดนำเที่ยว (Tour operator) จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ ในการประสานงานของบุคลากรหลายฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย ซึ่งสำคัญหมายรวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก คือ การไม่มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งอุปสรรคทางด้านการเมือง ที่ทำให้การดำเนินนโยบายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง จึงต้องดำเนินนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยได้จัดทำรายงานไว้ว่า ควรให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วม ในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแล และรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย มีการจัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และการจัดการร่วมกันในทุกระดับ

สิ่งสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาตนเองเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ร่วมพัฒนาจุดขายต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้านักเดินทาง วัฒนธรรม ศิลปะและประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ หน่วยงานรัฐหน่วยงานของรัฐจะต้องมีส่วนสนับสนุนอย่างแข็งขัน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้คงอยู่ได้มากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเยาวชนด้วย ซึ่งให้ความสำคัญกับความต้องการด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วมมากที่สุด

ดังนั้น การมีเครือข่ายและพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของทุกคน ทั้งในชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐ และผู้ประกอบการต่างๆ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเยาวชนรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่ขาดอยู่ จึงมีความต้องการเห็นการมีส่วนร่วมของบุคคลหลายๆ ฝ่าย เพราะเห็นว่าการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ในเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ จึงต้องมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ยังมีความต้องการด้านอื่นๆ ด้วย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งด้านเหล่านี้มาจากกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของพอมเมอริงก์ โนเบิล และจอห์นสัน (Pomering; Noble; & Johnson. 2011) ได้เสนองานวิจัยเรื่องแนวคิดส่วนประสมการตลาดร่วมสมัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยยืนยันว่าทางการตลาดสามารถเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาการดำเนินการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนประสบผลสำเร็จ ในทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ เริ่มต้นจากขั้นตอนของการวางแผนในแต่ละกระบวนการกระบวนการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวยึดหลักแนวคิดพัฒนารูปแบบการตลาดท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในและมีเครื่องมือที่ใช้แนวคิดในการบริหารจัดการองค์การการท่องเที่ยวของระบบนิเวศและสังคมการนำเสนอรูปแบบของเรามีส่วนช่วยในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ติดตามผลการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตรวจสอบเชิงกลยุทธ์การยืนยันด้านอุปทานและเป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคเปลี่ยนการตัดสินใจในด้านความต้องการโดยยึดหลักองค์ประกอบการตลาด ส่วนประสม 10 ประการ ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ราคา (3) สถานที่ (4) ส่งเสริมการตลาด (5) บุคลากร (6) กระบวนการ (7) หลักฐานทางกายภาพ (8) หุ่นส่วน (9) รวบรวมการทัวร์ และ (10) การโปรแกรมการท่องเที่ยว) เป็นกรอบในการตั้งข้อคำถามการสร้างรายการตรวจสอบของตัวชี้วัดสำหรับการบริหารจัดการที่ดีด้านความยั่งยืน

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับนักท่องเที่ยวเยาวชนทั้ง 94 คน มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเยาวชน โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ สามารถจัดกิจกรรมได้สอดคล้องกับหลักการของการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเฟนเนล (Fennell. 2002: 82) ได้กำหนดหลักการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาว่ากิจกรรมที่จัดขึ้นเหมาะสมกับเป้าหมาย และความต้องการของนักท่องเที่ยว ความชอบของนักท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 2) การออกแบบโปรแกรม มีการกำหนดโครงสร้างของกิจกรรมที่จัดกิจกรรมไว้ทั้งในและนอกสถานที่ที่มีรูปแบบกิจกรรมแตกต่างกันไป 3) การออกแบบโปรแกรม เน้นรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมให้เหมาะสม ทั้งในด้านอาหาร การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว และอื่นๆ เป็นต้น 4) การดำเนินกิจกรรมหรือปฏิบัติกิจกรรมต้องมีความสอดคล้องเหมาะสมกับแผนการที่กำหนดไว้ และ 6) การประเมินผลที่ต้องดูผลสำเร็จของกิจกรรมที่ได้

จากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้จัดโปรแกรม พร้อมทั้งประเมินการจัดการโปรแกรมด้วย สิ่งสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการวางแผนกิจกรรม การสั่งการ การจัดการทั้งทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การประสานงาน การควบคุม และการประเมินผลการทำงาน ซึ่งการตัดสินใจของผู้จัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึง เช่น การจัดกิจกรรมต้องวิเคราะห์ความต้องการของผู้ที่มาท่องเที่ยว การกำหนดตารางกิจกรรม ช่องว่างของกิจกรรม เป็นต้น

การพัฒนาโปรแกรมหักแบ่งออกเป็น 2 โปรแกรม ดังนี้

โปรแกรมที่ 1 การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การเรียนรู้เรื่องการจัดการทรัพยากรน้ำของเขื่อน มีแนวทางการเรียนรู้ คือ ระบบนิเวศน้ำ หน้าที่และประโยชน์ของเขื่อน การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และระบบนิเวศที่เขื่อนขุนด่านปราการชล โดยกิจกรรมจัดขึ้นเพื่อให้เยาวชนได้มีความเข้าใจการบริหารจัดการน้ำของเขื่อนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นพื้นที่เก็บน้ำในช่วงปลายฤดูฝนช่วยบรรเทาอุทกภัย และช่วยแก้ดินที่มีความเป็นกรดสูงหรือดินเปรี้ยว โดยให้ความชุ่มชื้นแก่น้ำในดินให้กลับมาเพาะปลูกได้ และที่สำคัญกิจกรรมนันทนาการชมความงามตามธรรมชาติของเขื่อน ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ของเบรินท์ริทชี (Ritchie; Carr; & Cooper. 2003: 18) ที่มีการจัดบูรณาการแนวคิดกิจกรรมเข้าด้วยกัน ทั้งการบรรยายให้ความรู้ และการไปทัศนศึกษาในสถานที่จริงที่เขื่อนขุนด่านปราการชล ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเยาวชนได้เพลิดเพลินไปกับเขื่อน และได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำควบคู่กันไป โดยโปรแกรมนี้อย่างมีความสอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของนิวัติ เรืองพานิช (2556: 150-151) ที่มองว่าทรัพยากรน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติรูปแบบหนึ่ง ถ้ามีการจัดการและการควบคุมที่ดีพอโดยการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ จะต้องพิจารณาควบคู่กับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรน้ำทุกประเภทร่วมกันให้บังเกิดผลคุ้มค่ามากที่สุด เพราะการใช้ประโยชน์จากน้ำประเภทหนึ่งอาจมีผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์อีกประเภทหนึ่งได้ และการใช้ประโยชน์จากน้ำแต่ละประเภทจะแยกออกจากกันโดยเด็ดขาดได้ยาก

โปรแกรมที่ 2 การรวมรายการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติจำลองพื้นที่การศึกษาแทนเส้นทางธรรมชาติในป่า ครอบคลุมการเรียนรู้เรื่องแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้ง 1) การเรียนรู้เรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำ การใช้น้ำอย่างประหยัดและการบำบัดน้ำเสีย 2) การเรียนรู้เรื่องทรัพยากรดิน การฟื้นฟูสภาพดินเพื่อให้มีระบบนิเวศเหมาะแก่การเพาะปลูก 3) การเรียนรู้เรื่องป่า หมายรวมถึงสมุนไพร (จำลองพื้นที่การศึกษาแทนเส้นทางธรรมชาติในป่า) 4) กลยุทธ์ 3R การลดใช้ ใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ และ 5) การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ในการอุปโภคด้วยตัวเอง เช่น สบู่ แชมพู สมุนไพร โดยกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ มีความสอดคล้องกับมุมมอง

ผู้เชี่ยวชาญในประเทศไทย (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ. 2555: ออนไลน์) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ที่มีเครื่องหมายบอกทาง มีป้ายแนะนำข้อปฏิบัติต่างๆ ทั้งยังมีกิจกรรม เช่น กลยุทธ์ 3R การลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดยั่งยืนของฟูลเลอร์ (Fuller. 1999) กล่าวว่า การสร้างความตระหนักในการตัดสินใจทางมาตรการการตลาดในกระบวนการผลิตที่มีความสอดคล้องกับระบบนิเวศ มีการใช้กลยุทธ์ ได้แก่ กระบวนการการกำจัดของเสีย มีการป้องกันการเกิดของเสียแบบบูรณาการให้น้อยที่สุดเริ่มจนจบกระบวนการผลิต และตามด้วยขั้นตอนการฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ทั้งยังมีการออกแบบกลยุทธ์ให้มีการบำบัดของเสียขยะและมลพิษก่อนปล่อยกลับสู่ธรรมชาติ เช่น การลดการใช้ (reduce) คือ ลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตโดยให้เกิดของเสียน้อยที่สุด การนำกลับมาใช้ซ้ำ (reuse) คือ นำน้ำที่เกิดจากการระเหยเข้มข้นกลับมาใช้ในการต้มสกัดใหม่ และการนำมาใช้ใหม่ (recycle) คือ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้รดต้นไม้ นอกจากนี้ มีการใช้กลยุทธ์กระบวนการการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ในทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นความท้าทายในการนำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสม เช่น การสื่อสารตลาด คือ การให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) และความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต อาจเรียกว่าการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco design) (ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. 2556: ออนไลน์) โดยโปรแกรมนี้ เป็นโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเกษม จันทรักษ์ (2553: 96) ว่ามีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การตระหนักในสิ่งแวดล้อม มีการใช้วิธีการใหม่ๆ ในการผลิต และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความตระหนักและประสบการณ์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่เยาวชนอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี เป็นการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจอห์นสัน (Johnson. 2007) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนเช่นกัน แตกต่างกันตรงที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกก่อนและหลัง การเดินทาง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาให้แก่เยาวชนของชาติ กลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนอายุ 13-14 ปี จำนวน 10 คน เดินทางจากโรงเรียนมัธยมในชนบททางภาคตะวันตกของประเทศสหรัฐอเมริกาไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมที่กรุงวอชิงตันดีซีและมหานครนิวยอร์ก ตลอดระยะเวลาของการเดินทางท่องเที่ยว 6 วัน เยาวชนต้องจดบันทึกประจำวัน สัมภาษณ์ ตรวจสอบ

ปรับและสรุปข้อมูลในรูปแบบของปรากฏการณ์วิทยาโดยวิธีการเล่าเรื่องเชิงลึก ผลปรากฏว่า เยาวชน 5 ใน 10 คน ประสบความสำเร็จ โดยสามารถจดบันทึกและสรุปเป็นหัวข้อได้ 4 หัวข้อหลัก และ 17 ข้อย่อย ซึ่งมีรายละเอียดของแผนวัฒนธรรมกับบริบททางสังคม นับว่าเป็นวิธีวิทยาของงานวิจัยที่ควรนำมาปรับใช้กับงานวิจัยและพัฒนาเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้สำหรับเยาวชนไทย

ระยะที่ 3 การทดลองและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวเยาวชนที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนก่อนเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เนื่องจากศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ มีกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ผสมผสานหลายกิจกรรมเข้าด้วยกัน ทั้งทรัพยากรดิน ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรป่าไม้ กลยุทธ์การเรียนรู้ 3R (การลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่) และการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง จึงเป็นการรับรู้และเรียนรู้ซ้ำ ๆ ของนักท่องเที่ยวเยาวชน การเกิดการเรียนรู้ดังกล่าว ได้มาจากการประสบการณ์ที่ได้จากการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวเยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมที่ยังไม่ค่อยมีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสิ่งแวดล้อม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2558: ออนไลน์) ที่กล่าวถึง การให้การศึกษาความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จะทำให้นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจในการดำรงชีวิต คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ให้มีความผสมกลมกลืนกับธรรมชาติโดยรอบ เกิดการยอมรับความเป็นจริงและปรากฏการณ์ธรรมชาติ ใช้ประโยชน์จากธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองให้น้อยที่สุด รวมทั้งมีการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวเยาวชนมองเห็นคุณค่าและมีความตระหนักรู้ในสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบจากการทำกิจกรรมที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น เมื่อมีการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เกิดการเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ในขณะที่นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเขื่อนขุนด่านปราการชลก่อนและหลังการเข้าร่วมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เขื่อนขุนด่าน

ปรากฏการณ์เป็นเชิงนันทนาการ ขึ้นชมธรรมชาติ และในส่วนของสัมมนาของกรมชลประทานได้สร้างกระบวนการรับรู้ภาพกว้างเกี่ยวกับที่มา หน้าที่ และประโยชน์ของเขื่อน ระบบนิเวศน้ำ อย่างชัดเจน แต่เป็นการยากที่จะจัดฐานกิจกรรมให้ปฏิบัติจนเกิดประสบการณ์ตรง ไม่เคยเห็นความทุกข์ยากของชุมชนในครั้งที่ทนทุกข์กับอุทกภัย และภัยแล้ง จึงทำให้ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมให้ความรู้ในรูปแบบเพลินของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติที่สร้างความตระหนักรู้หลังเข้าโปรแกรมฯ

จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเยาวชนอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ด้านการมีเครือข่ายพันธมิตรและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านการจัดการโปรแกรมสำเร็จรูป ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นั่นคือ นักท่องเที่ยวเยาวชนมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมากที่สุดทุกด้าน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิโรจน์ นาคแท้ (2557) ที่มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้ทดสอบความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเยาวชนเพศชายมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวหญิง เนื่องจากเป็นเรื่องของความถนัด (Multiple intelligence) เพศชายอาจสนใจการท่องเที่ยวทางเลือกที่ให้ความรู้ด้านชีววิทยา หรือ การเกษตร ขณะที่เพศหญิงอาจสนใจการท่องเที่ยวทางเลือกที่ให้ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2 ครั้ง มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นครั้งแรก เนื่องจากมีประสบการณ์รู้จักช่องทางในการติดต่อผู้ประกอบการและเครือข่ายแหล่งที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก และตลอดจนรถให้บริการรับส่งระหว่างจุดต่าง ๆ

นักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ มีความพึงพอใจด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูปต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เนื่องจากภาคเหนือมีภูมิประเทศที่มีธรรมชาติสมบูรณ์กว่า หรือมีความหลากหลายของรายการให้เลือกมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางที่พึงปฏิบัติ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ข้อมูลสารสนเทศในเขตพื้นที่จังหวัดนครนายกมีการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น ล่องแก่ง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีไทยพวนที่วัดฝั่งคลอง การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่วัดป่าถาวรมณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดนครนายก และการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ แต่ยังไม่ปรากฏการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดนครนายก ซึ่งให้ทั้งความรู้และความสนุก ดังนั้น โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ควรได้รับส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามอัธยาศัย 1 วัน เป็นการรวมรายการทัวร์ที่เป็นประโยชน์ สร้างความตระหนักในด้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยกลุ่มข้อมูลสารสนเทศประจำจังหวัดนครนายกควรบรรจุโปรแกรมวันเดียวเที่ยวสนุกและเรียนรู้แบบเพลิน ในสื่อประชาสัมพันธ์ คู่มือท่องเที่ยวนครนายกทั้งในรูปแบบของแผ่นพับและในเว็บไซต์ของจังหวัดนครนายก

1.2 ประเด็นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรพยายามเร่งหารายได้ที่เป็นผลิตภัณฑ์มวลรวม โดยการส่งเสริมการตลาดในด้านรายได้และปริมาณนักท่องเที่ยว ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการรณรงค์คุณภาพของนักท่องเที่ยวในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ถ้าการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้รับการสนับสนุนคู่ขนานไปกับการท่องเที่ยววิถีไทยที่กำลังมีการส่งเสริม จะเป็นประโยชน์แก่พื้นที่ในท้องถิ่น ระดับจังหวัด และขยายไปสู่ประเทศ การตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรไทยไว้ให้ลูกหลานไทยในอนาคต

1.3 ในการจัดโปรแกรม พบว่า การใช้ทรัพยากรน้ำ ดิน ป่า โดยใช้กลยุทธ์ 3R ได้แก่ ลดการใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในฤดูท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ นำเสนอภาพกองขยะขนาดใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และที่ภูทับเบิก ไม่มีใครรับผิดชอบ สร้างมลพิษทางดิน น้ำ และอากาศ ด้วยเหตุนี้ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ทั้งผู้ประกอบการมีจิตสำนึกและนักท่องเที่ยวเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ช่วยกัน ร่มมือกันลดและกำจัดขยะ เลือกใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ แดกสลายได้ และนำมาใช้ใหม่ได้ โดยไม่ทิ้งขยะกองใหญ่ไว้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการช่วยภาครัฐประหยัดงบประมาณในการกำจัดของเสีย ขยะ น้ำเน่าเสีย และมลภาวะในอากาศ

1.4 ในการจัดโปรแกรม พบว่า ถ้าภาครัฐต้องมีการกำจัดขยะโดยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ รัฐควรเรียกเก็บภาษีการกำจัดขยะจากผู้ประกอบการนำเที่ยวและนักท่องเที่ยว ในการส่งเสริมภาครัฐ ควรประกาศให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการทุกพื้นที่ในการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ โดยการลดภาษีให้แก่ผู้ประกอบการที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจัดการของเสียแบบเบ็ดเสร็จ

1.5 ด้านความร่วมมือ การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบ นิเวศ ควรมีการประชุมระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ นักวิชาการและเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อขอ ความร่วมมือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในพื้นที่ มีการทำแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตร่วมกัน รวมทั้งต้องสร้างนักวิชาการประจำศูนย์เรียนรู้และปราชญ์ ชุมชนเป็นเกษตรกรมาสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่นและให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรให้แก่ นักท่องเที่ยวเยาวชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเป็นการสะท้อนถึงวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

1.6 การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของภาครัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ ทั้งด้านที่พักอาศัย โฮมสเตย์ ร้านอาหาร วัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อให้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น จึงจะก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันในการ ดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้คงอยู่ได้มากขึ้น

1.7 เชื้อขนุนด่านปราการชลมีจุดแข็งที่เป็นศักยภาพด้านพื้นที่ มีความเป็นธรรมชาติและ อุดมสมบูรณ์ เพราะเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ มีบริเวณพื้นที่มีเชื่อมโยงกับผืนป่าของอุทยานแห่งชาติเขา ใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการหลักของจังหวัดนครนายก ต่อคำถามที่ว่าทำไมคนที่มาเที่ยว จังหวัดนครนายก จึงอยากมาเที่ยวเชื้อขนุนด่านปราการชล คำตอบที่ได้จากหลากหลายเหตุผล อาจ เป็นเพราะเชื้อขนุนเป็นสิ่งที่ก่อสร้างที่มีความน่าทึ่งและเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดฯ ถ้ามานครนายกไม่ ควรพลาดโอกาสมาเยี่ยมชมเขื่อนบดอัดที่ยาวที่สุดในโลก อีกเหตุผลหนึ่ง คือ การมาท่องเที่ยวเชิง เกษตรในฤดูผลไม้ เช่น ในช่วงเทศกาลมะม่วงมะยงชิด ฯลฯ ซึ่งเป็นผลผลิตของเกษตรกรนครนายก ได้รับประโยชน์ทางตรงจากน้ำจากเชื้อขนุนด่านฯในการเพาะปลูก เชื้อขนุนด่านฯอันเป็นโครงการใน พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ให้ความสำคัญกับทรัพยากรน้ำและการ แก้ปัญหาทรัพยากรดินเปรี้ยวและป่าแบบองค์รวม ซึ่งจากการฟังการบรรยายระหว่างนั่งรถรางชมเขื่อน ประมาณ 30 นาที นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ภาพรวมหน้าที่และประโยชน์ของเชื้อขนุนด่านฯ ส่วนข้อมูลที่ นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้และเรียนรู้อย่าง เป็นทางการได้จากการเข้าร่วมสัมมนาและชมวิถีทัศน์ที่จัดขึ้น โดยกรมชลประทานเขต 9 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความมีศักยภาพและความสมบูรณ์ของพื้นที่ เชื้อขนุนด่านฯ ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวได้อีกมาก กรณีตัวอย่าง เปรียบเทียบกับการจัดงานอีเวนท์มหกรรมสวนดอกไม้ของดาษดาแกลเลอรี่อยู่ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี

นับว่ามีการออกแบบและประดับประดาได้สวยงามประทับใจนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกก็สามารถจัดงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับที่เชื่อมขนานด้านๆได้เช่นกัน โดยการยกสวนไม้ดอกไม้ประดับบางส่วนจากคลอง 15 มาจัดสวนให้สวยงามในฤดูกาลท่องเที่ยวให้ยิ่งใหญ่ในบริเวณพื้นที่เฉพาะโซนหรือมุมใดมุมหนึ่งของเชื่อมขนานด้านๆ น่าจะสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้มาก สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและชุมชนที่ทำธุรกิจท่องเที่ยว โดยการเก็บค่าเข้าชมและจำหน่ายดอกไม้อยู่ในกระถางที่มีการออกแบบสวยงามด้วยไม้ไผ่ วัสดุหาง่ายในจังหวัดนครนายก อาจมีที่ปรึกษาผู้มีประสบการณ์แบบมืออาชีพในการจัดอีเวนต์ ภายใต้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้มาจากการทำวิจัยตลาด และการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ งานเทศกาลดอกไม้ น่าจะประสบผลดีกว่าแผนการจัดมหกรรมการไม้ดอกไม้ประดับ ซึ่งเคยจัดขึ้นในสถาบันศาสนาบริเวณคลอง 15

ส่วนในเรื่องการจัดที่พักนักท่องเที่ยวพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แยกจากที่พักของกรมชลประทานเขต 9 ร้านอาหาร ควรยึดหลักการบริหารจัดการของเสียและน้ำเสียโดยใช้การตลาดยั่งยืนหรือการตลาดสีเขียว และใช้กลยุทธ์ 3R ในการปกป้อง พื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดมลภาวะในบริเวณพื้นที่เชื่อมขนานด้านๆ อันเป็นโครงการในพระราชดำริฯ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เพิ่มตัวแปรแทรกซ้อนที่เกี่ยวข้องเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ข้อจำกัดในการทำวิจัยเกี่ยวกับเยาวชน จะติดขัดโดยตรงกับนักท่องเที่ยวเป็นเยาวชนเป็นไปได้ ต่อก่อนและหลังจากกรออกแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่สถาบันการศึกษา ครู หรือ/และบริษัทบริหารจัดการ (Event organizer) ฉะนั้น จึงควรนำเอาตัวแปรปัจจัยด้านบุคลากรที่เป็นตัวกลางที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่เยาวชน มาเป็นประชากรให้ข้อมูลทั้งด้านเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณอันได้แก่ ครู เจ้าหน้าที่ บริษัทรถ บริษัททัวร์ บริษัทบริหารจัดการ (Tour operator/Event organizer) ตลอดจนผู้ปกครองของเยาวชน ซึ่งเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเยาวชนส่วนใหญ่จะมาเที่ยวเพื่อการเรียนรู้แบบหมู่คณะกับสถาบันการศึกษา หรือองค์กรที่สนับสนุนด้านค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นผู้กำหนดกิจกรรมและตารางการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ จะทำให้งานวิจัยครบทุกมิติ

2.2 ปรับเปลี่ยนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การเรียนรู้เกิดขึ้นในระหว่างท่องเที่ยว ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอื่น ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นตอนปลายที่อายุอยู่ในช่วง 16-19 ปี และกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน ได้มีโอกาสเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหลังจากใช้พื้นที่เพื่อการสัมมนาและการพักผ่อนแล้ว จะช่วยเพิ่มจำนวนคนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.3 เลือกส่วนแบ่งตลาดและเลือกตลาดเป้าหมายในบริบทอื่น ๆ มาทำวิจัยตลาด ใช้ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม ออกแบบโปรแกรมที่เหมาะสมตลาดเป้าหมาย และการวางแผนการตลาดเหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

2.4 เปลี่ยนบรรยากาศจากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ปิดเช่นศูนย์เรียนรู้ไปสู่โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติมีความสงบเงียบ (wilderness) เป็นการผจญภัยแบบสบาย ๆ (Soft adventurous tour) ไม่ใช่การผจญภัยกระแสหลัก โดยทำหนังสือติดต่อผู้พิทักษ์ป่าของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขอความร่วมมือช่วยบรรยาย/อธิบายเรื่องเกี่ยวกับต้นไม้ในป่า ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวน่าสนใจมาก เช่น พื้นที่ป่ารอบอ่างเก็บน้ำวังบอน อยู่ห่างจากอำเภอเมืองนครนายกประมาณ 24 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ป่าไม้ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งยังคงความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจและทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอันหลากหลาย เช่น เดินป่า ดูนก หรือพา เรือคายัค ไปชมน้ำตกเล็กๆที่ไหลลงอ่างเก็บน้ำ ๆ มีประโยชน์ต่อเกษตรกรในฤดูแล้ง

2.5 พัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวโดยใช้โปรแกรมลิสเรลในการสร้างโมเดลสมการโครงสร้างของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านคุณค่าในการรับรู้ ความตระหนักรู้ ความพึงพอใจ ทักษะคติ ซึ่งเป็นผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หรือเพื่อทราบถึงการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเดิม

2.6 แสวงหาสถานที่เพื่อจัดกิจกรรมที่มีนวัตกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างจากกิจกรรมที่มีอยู่มาพัฒนาโปรแกรมให้เรียนรู้ให้มีความหลากหลายและมีมิติอื่น ๆ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและศูนย์เรียนรู้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : รายงานผลการดำเนินการ /จัดทำโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2013). สรุปผลการวิจัยโครงการศึกษาศถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว: TAT Tourism Journal 3/2013. (3):12-19. กรุงเทพฯ: กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวฯ.
- การท่องเที่ยวเขต 8. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2556, จาก <http://www.tat8.com/thai/calendar/calendar.htm>)
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (2556). สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2556, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail01.html>
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก พ.ศ.2558 สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2559, จาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25767>
- กรมป่าไม้. (2552). 113 ปี กรมป่าไม้ พิทักษ์ป่า เพื่อรักษาชีวิต. กรุงเทพฯ: ส่วนประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ กรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- กรมชลประทาน. (2549). เชื้อขนด้านปรากฏการชล: ที่ระลึกเนื่องในโอกาสเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิด เชื้อขนด้านปรากฏการชล. กรุงเทพฯ: สำนักโครงการขนาดใหญ่ กรมชลประทาน.
- เกษม จันทรแก้ว (2553). หลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ข้อมูลวิกิพีเดียนครนายก. (2556). สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.th.wikipedia.org/wiki/นครนายก>.
- ข้อมูลนครนายก. (2556). สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.nakhonnayok.go.th>
- โครงการเที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก. (2009). CMMU Marketing Publication. สืบค้นเมื่อ 06 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachment/3>
- จิระวัฒน์ อนุวิชชนนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

- จิรากรณ์ คชเสนี. (2553). *นิเวศวิทยาพื้นฐาน*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2555). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวาล แพรัตกุล. (2526). *เทคนิคการวัดผล*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. (2544). *พัฒนาชนบทยั่งยืนสำหรับสาขาเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2541). *เพลิน PLEARN*. กรุงเทพฯ: บริษัท พี เพรส จำกัด.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). *การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก. (2009). สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก www.thaitravelhealth.com/blog/archives/1234
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2015). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- นิคม วรรณประเวศ. (2553). *การขาดจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน/หมู่บ้าน ปัญหาที่ยังคงดำรงอยู่ในจังหวัดนครนายก*. กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2559, จาก <http://nakhonnayok.cdd.go.th/files/การขาดจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน/หมู่บ้าน ปัญหาที่ยังคงดำรงอยู่ในจังหวัดนครนายก>.
- นิวัติ เรืองพานิช. (2556). *การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: กองทุนจัดพิมพ์ตำราป่าไม้ มหาวิทยาลัยเกษตร.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ประเวศ วะสี. (2555). *การเปลี่ยนใหญ่ประเทศไทย หลังมหาอุทกภัย 2554*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจมีเดีย 2555.
- ปัญญา ปุณณเวทินทร์. (2558, 28 มกราคม). สัมภาษณ์โดย ศิริพร วรรณาคม. ที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก.

- ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. (Eco design). สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2556, จาก <http://businessconnectionknowledge.blogspot.com/2011/12/3-eco-design.html>
- พจนานุกรมศัพท์. (2549). *การจัดการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนแสวงหาและค้นพบความรู้ด้วยตัวเอง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟิลิป คอตเลอร์.; เฮมาววัน การตะจายา.; และ อีวาน เซเตียวาน. (2554). *การตลาด 3.0*. แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.
- ภาวณี กาญจนภา. (2011). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. (2558). *แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสิ่งแวดล้อม*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2558, จาก http://www.rmuti.ac.th/user/thanyaphak/Web%20EMR/Web%20IS%20Environment%20gr.3/page13_tem.htm
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะสังคมศาสตร์. (2556). *ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชวัดฝั่งคลอง: พิธีเปิดศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชวัดฝั่งคลอง ตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก วันพุธที่ 23 มกราคม 2556*. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2556). สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.tei.or.th/contact/index.html>
- วินัย วีระวัฒนานนท์. (2553). *รวมบทความสิ่งแวดล้อมปริทรรศน์*. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิโรจน์ นาคแท้. (2557). *การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนรัชชประภาในอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. ปรินุณานิพนธ์ ป.ร.ด. (การใช้ที่ดินและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิภารัตน์ ธานีรัตน์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้สภาวะโลกร้อนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เขตคลองสามวา สังกัดกรุงเทพมหานคร*. ปรินุณานิพนธ์ กศ.ม. (การวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์ แขนงวิชาจิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศักดิ์ศรี ปาณะกุล. (2555). *การประเมินหลักสูตร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *รายงานการวิจัยเรื่องการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม*. ภาควิชาธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา*.

กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศูนย์สารสนเทศ กรมการปกครอง. (2555). การให้บริการสถิติและข้อมูลจำนวนประชากร.

สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก http://stat.bora.dopa.go.th/xstat/pop54_1.html

ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม. (2556). *แนวทางแสดงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนนาร่อง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.

สรชัย พิศาลบุตร. (2550). *คู่มือการทำวิจัยตลาดเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2554). ขั้นตอน ขอบเขต และโครงสร้างของการประเมินโครงการ.

สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2558, จาก http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=841

สุวิมล ติรภานนท์. (2550). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาภรณ์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 9.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาภรณ์ จันทวานิช. (2552). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพร สุกสีเหลือง. (2553). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ*.

กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

สำนักงานจังหวัดนครนายก. (2555). *จังหวัดอัจฉริยะต้นแบบ (Smart Province)*. นครนายก:

กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานจังหวัดฯ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจ*

และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559). สืบค้นเมื่อ 06 กุมภาพันธ์ 2556, จาก

<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>

สำนักงานจัดการป่าไม้ที่ 4. (2556). สืบค้นเมื่อ 07 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.forest.go.th>

องค์การนานาชาติอิสระอนุรักษ์พันธุ์พืชและสัตว์ป่า WWF World Wide Fund for Nature. (2556).

สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.wwfthai.org>

- องค์การระหว่างประเทศเพื่อการสงวนทรัพยากรธรรมชาติ IUCN. สหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ The World Conservation Congress. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2556, จาก www.iucn.org/th/thailand
- องอาจ นัยพัฒน์. (2554). *การออกแบบการวิจัย: วิธีการเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพและผสมผสานวิธีการ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ออกแมน,แจคกาลี. (2554). *กรีนมาร์เก็ตติ้ง พิมพ์เขียวการตลาดวิวัฒนาการโลก*. แปลโดย วีระมานะวณิชสมบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เออาร์ไอพี.
- Atlas.ti. (2016). *ATLAS.ti Trial Version 7.5*. Berlin: Atlas.ti GmbH.
- Amstrong,Gary.; & Kotler,Philip. (2013). *Marketing: An Introduction*. 11th Ed. Essex; Pearson Education Ltd.
- Bhuiyan,Md Anowar Hossain.; & et al. (2010). Educational Tourism and Forest Conservation : Diversification for Child Education. *Procedia Social and Behaviral Science*. 7(C): 19-23.
- Broomhall,Susan.; Majocha,Elzbieta.; Mcewan,Joanne.; & Pitman,Tim. (2010). Adult learning in education tourism. *Australian Journal of Adult Learning*. 50(2): 213-219.
- Candela,Guido., & Figini, Paolo. (2012). *The Economics of Tourism Destinations*. Heidelberg: Springer.
- Cernata,Lucian.;& Gourdon, Julien. (2012, October). Paths to success: Benchmarking cross- country sustainable tourism. *Tourism Management*. 33(5);1044-1056
- Chien, Chun-Chu. (2012). WHY PEOPLE TRAVEL? EXAMINING PERCEIVED BENEFITS OF TOURISM. Dissertation, Ph.D. Recreation, Park, and Tourism Sciences. Texas A & M University. USA.
- Cini,Francesca.; Leone,Luigi.; & Passafaro,Paola. (2012, January). Promoting Ecotourism Among Young People: A Segmentation Strategy. *Sage Journal Environment and Behavior*. 44(1): 87-106.
- Creswell, J.W.; & Plano Clark,V.L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dahlstrom,Robert. (2011). *Green Marketing Management*. Singapore: South-Western Cengage Learning.
- Dolnicar,Sara.;& Leisch,Friedrich. (2008, August). Selective marketing for

- environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*. 29(4):672-680.
- Dudensing, Rebekka M.; Hughes, David W. ; & Shields, Martin (2011, December). Perceptions of tourism promotion and business challenges: A survey-based comparison of tourism businesses and promotion organizations. *Tourism Management*. 32(6): 1453–1462.
- Evans,Vaughan. (2013). *Key Strategy Tools: The 80+ tools for every manager to build a winning strategy*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Fennell,David A. (2002). *Ecotourism Programme Planning*. Oxon: CABI International.
- Fennell,David A. (2008). *Ecotourism*. 3rd ed. New York : Routledge.
- Fennell,David A.; & Butler,R.W. (2003). A human ecological approach to tourism interactions. *International Journal of Tourism Research*. 5(3):197-210
- Fitzpatrick,Jody L.; Sanders,James.;& Worthen,Blaine R. (2004). *Program Evaluation: Alternative Approaches and Practical Guidelines*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Freeman,Edward R. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Fuller,Donald A. (1999). *Sustainable Marketing: Managerial-Ecological Issues*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Fuller,Donald A.; & Ottman,Jacquelyn. (2004). Moderating unintended pollution: the role of sustainable product design. *Journal of Business Research*. 37: 1231-1238.
- Goeldner,Charles R.; & Ritchie,J R Brent. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 9th ed. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Goessling, Stefan. (2003). Market Integration and Ecosystem Degradation: Is Sustainable Tourism Development in Rural Communities a Contradiction in Terms? *Environment, Development and Sustainability*. 5(3): 383–400.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill Co.,Inc.
- Hille,John.; & Peeters,Paul. (2011, June). Food management in tourism: Reducing tourism's carbon footprint. *Tourism Management*. 32(3): 534–543.
- Hong,Sung-kwon.; Kim,Seong-il.;& Kim,jae-hyun. (2003, 27March). Implications of potential green tourism development. *Annal of Tourism Research*. 30(2): 323-341.
- Hung, Kam.; et al. (2010, July). Knowledge Dissemination in Tourism Education: A

- Case of Tourism Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 27(5): 519-532.
- Jamroz, Ute. (2007, February). Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 1(2): 117-130.
- Jennings, Gayle. (2001). *Tourism Research*. Milton: John Wiley and Son.
- Johnson, Darren S. (2008). *Tourism as a Vehicle for Experiential Learning: A Phenomenological Study of Group Educational Travel for Rural Middle School Students*. Dissertation, Ph.D. Education. Moscow: University of Idaho. USA.
- Krippendorff, Jost. (1987, June). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*. 8(2): 174-176.
- Kotler, Philip; Bowen, J T; & Makens, JC. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. 5th Ed. New Jersey: Pearson Prentice hall.
- Kotler, Philip; & Keller, Kevin. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurtz, David.; & Boone, Gene. (2010). *Principles of Contemporary Marketing*. 14th Ed. Independence, Kentucky: South-Western Cengage Learning.
- Lumsdon, Les. (1997). *Tourism Marketing*. 1st ed. London: International Thomson Bqsiness Press.
- Maslow, Abraham. (2013). Maslow's hierarchy of needs. Retrieved September 28, 2013, from https://en.wikipedia.org/wiki/Maslow%27s_hierarchy_of_needs
- Mazzocchi, Mario. (2011). *Statistics for Marketing and Consumer Research*. London: Sage.
- Middleton, Victor T.C.; et al. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. 4th ed. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Morrison, Alastair M. (2010). *Hospitality and Travel Marketing*. 4th Ed. New York: Delmar Cengage Learning.
- Nagaraj, H.; & Pawar, Kalyani N. (2013). EDUCATIONAL TOURISM - A STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Indian Streams Research Journal*. 3(1): 1-5.
- Oppermann, Martin. (1996). Rural t tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*. 23(1): 86-102.
- Ottman, Jacquelyn A. (1992). *Green Marketing; Challenges and opportunities for the*

- new marketing age*. Chicago: NTC Publishing Group.
- Pomeroy, Alan.; & Noble, Gary.; & Johnson, Lester W. (2011, November). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 19(8): 953-969.
- Ritchie, Brent W.; Carr, Neil.; & Cooper, Chris. (2003). *Managing Educational Tourism*. Sydney: Channel View Publications.
- Schipani, Steven. (2008). *IMPACT: The Effects of Tourism on Culture and Environment in Asia and the Pacific: Alleviating Poverty and Protecting Cultural and Natural Heritage through Community-Based Ecotourism in Luang Namtha, Lao PDR*. Bangkok: UNESCO Bangkok
- Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Education Prentice Hall.
- Taylor, Shane. (2006). *Theorizing Educational Tourism: Practices, Impacts, and Regulation in Ecuador*. Dissertation, Ph.D. New York: Graduate School of Arts and Sciences. Columbia University, USA.
- The International Ecotourism Society. (2016). Principles of Ecotourism. Retrieved June 1, 2016, from <https://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>
- Tkaczynski, Aaron.; Rundle-Thiele, Sharyn R.; & Beaumont, Narelle. (2009). Segmentation: A tourism stakeholder view. *Tourism Management*. 30(2): 169-175.
- Waligo, Victoria.; Clarke, Jackie.; & Hawkins, Rebecca. (2013, June). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*. 36: 346-353.
- Wearing, Stephen; & Neil, John. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*. 4th Ed. Oxford: Elsevier.
- Wong, Ho Yin.; Radel, Kylie.; & Ramsaran-Fowdar, Roshnee. (2011). *Building a Marketing Plan: a Complete Guide*. New York: Business Expert Press.
- Wood, Megan Epler. (2016). ECOTOURISM: PRINCIPLES, PRACTICES & POLICIES FOR SUSTAINABILITY. Retrieved June 1, 2016, from <https://www.ecotourism.org/news/megan-epler-wood>





ภาคผนวก ก

บริบทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

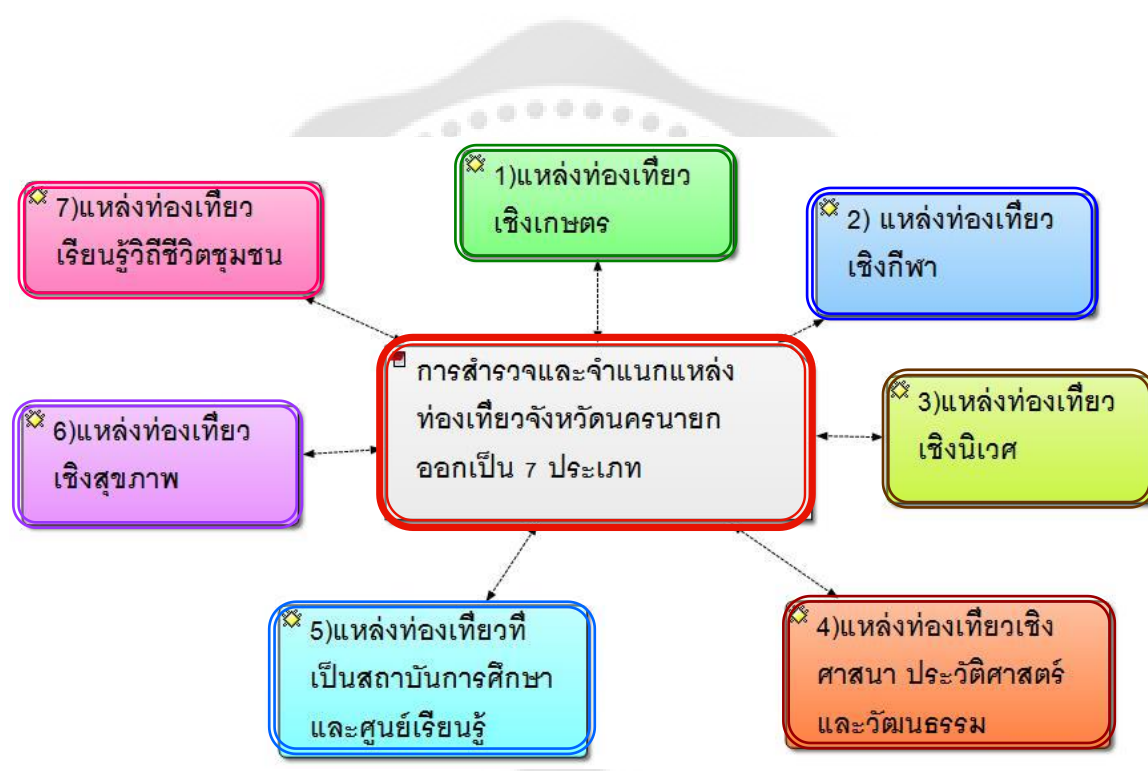
ส่วนที่ 1 : แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก



บริบทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 2 : การรวบรวม สืบค้น และจำแนกแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

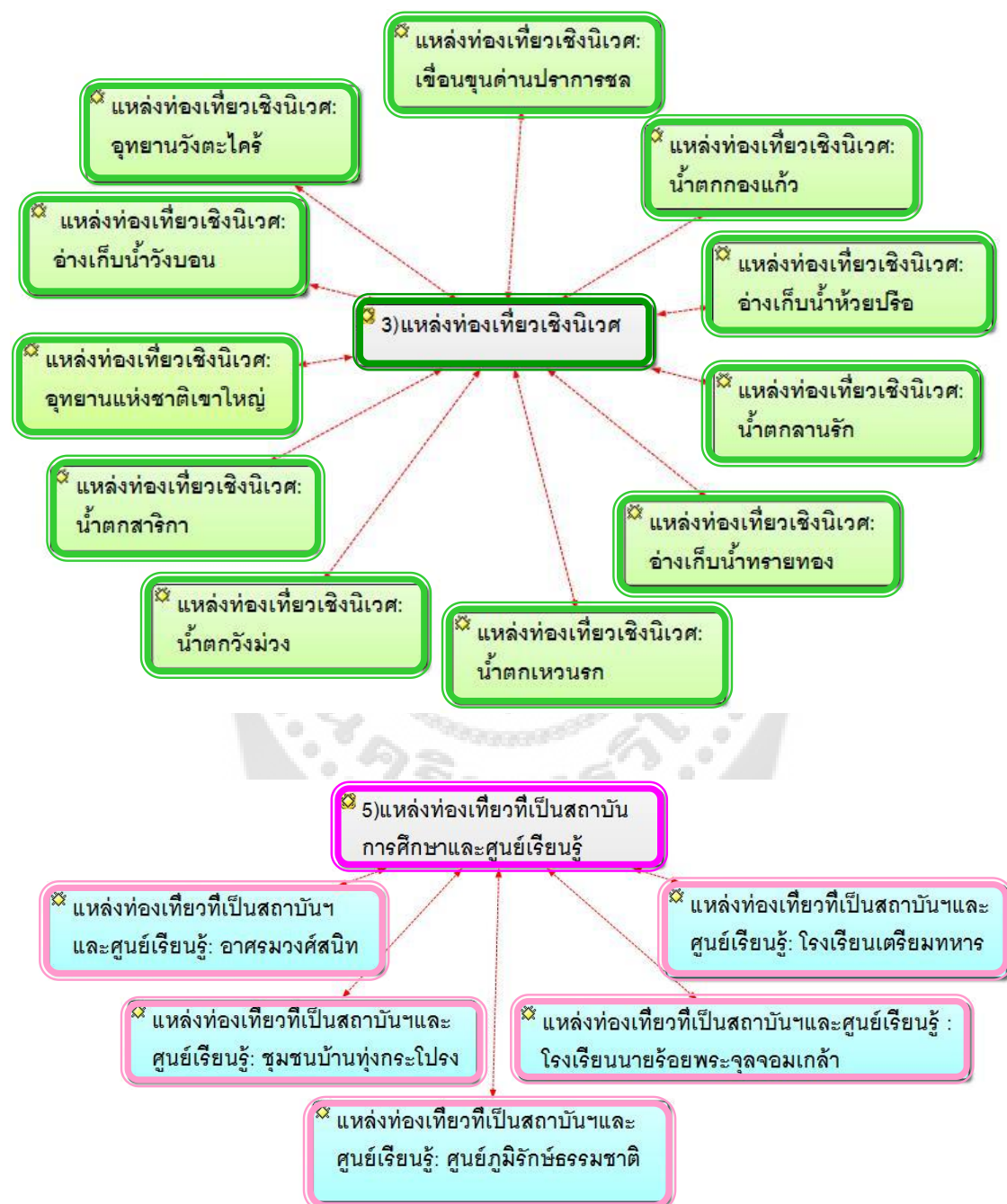
การใช้โปรแกรมแอทลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS.ti TRIAL VERSION 7.5) จัดหมวดหมู่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกซึ่งมีอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1)แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2)แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3)แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4)แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม 5) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานการศึกษาและศูนย์เรียนรู้ 6) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 7)แหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ดังนี้



ที่มา: จำแนกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมแอทลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS.ti TRIAL VERSION 7.5, Cleverbridge number 101329359)

บริบทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 3 : แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ 3)แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 5)แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานบันการศึกษาและศูนย์เรียนรู้ ตามภาพด้านล่าง ดังนี้



ที่มา: จำแนกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมแอตลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS.ti TRIAL VERSION 7.5, Cleverbridge number 101329359)

การวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน :

ส่วนที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ประกอบด้วยแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง 2 ส่วน ได้แก่

- 1.แนวคำถามกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการทำอภิปรายกลุ่ม
- 2.แนวคำถามกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. แนวคำถามกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการทำอภิปรายกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดที่เป็นปัญหาของสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีหัวข้อดังนี้

1.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

1.2 ด้านบุคลากรหมายถึงถึง เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และ ชุมชนจัดกิจกรรมและเครือข่ายความร่วมมือกันในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

1.3 ด้านความหลากหลายของกิจกรรม

1.4 ด้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.5 ด้านการบริหารจัดการด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์

2. แนวคำถามกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.1 ข้อมูลสภาพพื้นที่ของศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

2.2 วิจัยการประจำศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติมีวิธีการและประสบการณ์ถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดการให้ความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการรับรู้ความเชื่อมโยงของแนวคิดต่าง ๆ การให้ความรู้สู่กิจกรรมภาคปฏิบัติ

2.4 นักท่องเที่ยวได้รับรู้และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

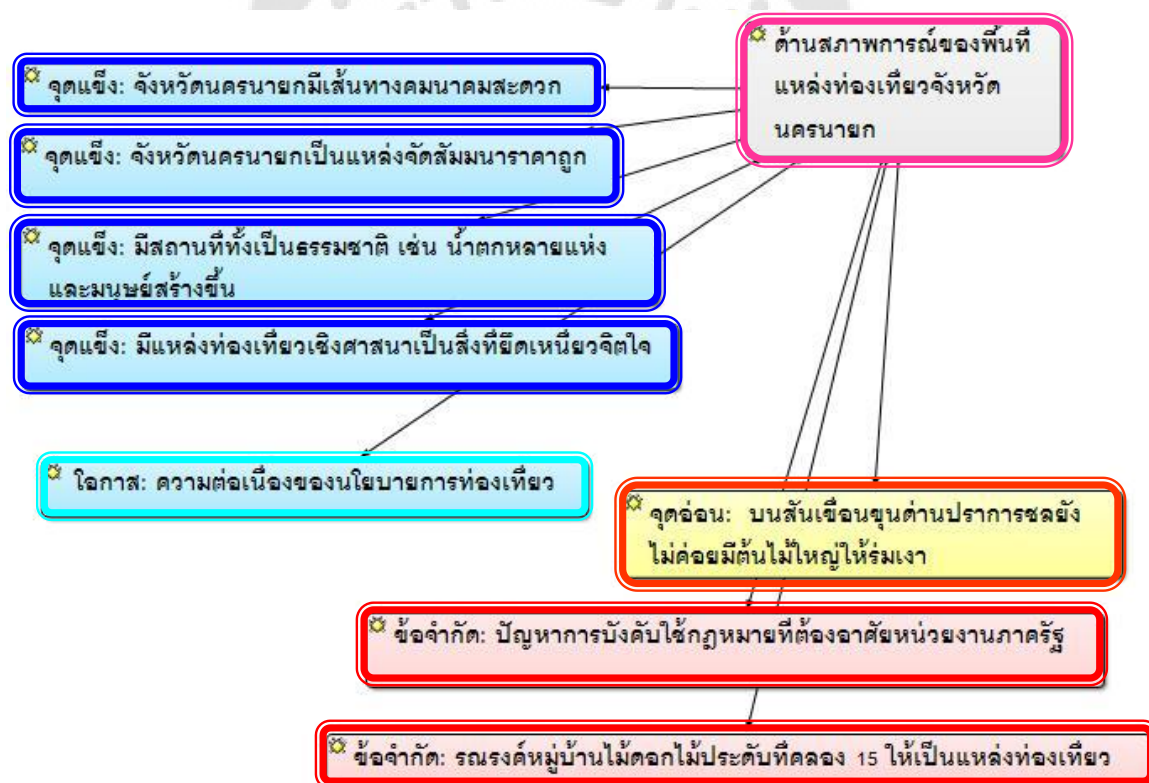
2.5 ด้านการบริหารจัดการศูนย์ฯ ที่เป็นแนวทางในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลที่ได้จากการได้จากการอภิปรายกลุ่ม

การลดทอนและจัดหมวดหมู่ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม โดยใช้โปรแกรม แอทลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS.ti TRIAL VERSION 7.5) และนำไปการวิเคราะห์ผล การวิจัย

ภาพการจำแนกประเด็นย่อยหรือองค์ประกอบของประเด็นหลัก โดยยึดหลักการวิเคราะห์ สวอต (SWOT Analysis) คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดเกี่ยวกับ **แนวคำถามข้อที่ 1** เพื่อ ทราบสภาพการณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก



ที่มา: จำแนกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมแอทลาสทีไอเวอร์ชันทดลองใช้ 7.5 (ATLAS.ti TRIAL VERSION 7.5, Cleverbridge number 101329359)

การวิจัยเชิงคุณภาพ : การอภิปรายกลุ่มที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการอภิปรายกลุ่มที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ เมื่อวันที่

23.2.2557

	การอภิปรายกลุ่มที่ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ 23.2.2557 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)	หมายเหตุ
ประเด็นที่ 1	ด้านสภาพการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก	
	คนที่ 1 กล่าวว่า จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งจัดสัมมนาราคาถูก (low cost seminar) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย (adventurous tourism)	
	คนที่ 2 ให้ความเห็นว่า เชื้อขนด้านปราคารถเป็นจุดเด่นของ จังหวัดนครนายก ทุกคนที่มานครนายกต้องมาเที่ยวที่เชื่อนะ ตามสถิติ มีคนมาเที่ยวที่เชื่อนราว 30,000 คน นอกจากเชื่อนนี้แล้วคนยังมา เที่ยวน้ำตก ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม	
	คนที่ 3 บอกว่า การท่องเที่ยวที่นครนายกจะมีความโดดเด่นทั้งทาง ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น มีสิ่งที่ดึงดูดใจและสร้างความ ศรัทธาความเชื่อ ได้แก่ อุทยานพระพิฆเนศ	
	คนที่ 4 ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกมีความ เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะนครนายกมีโครงการพระราชดำริ หลายแห่ง มีน้ำตก มีเชื่อน มีวัด มีโรงเรียนเตรียมทหาร และโรงเรียน นายร้อย จปร. แต่ถ้าขาดการวางแผนที่ดี การใช้กฎหมายผังเมือง อย่างเคร่งครัด จะไม่ทำให้เกิดปัญหาน้ำในอนาคต	
	คนที่ 5 บอกว่า มีพื้นที่สีเขียว อยู่ใกล้กรุงเทพฯ การเดินทางไปมา สะดวก ดังคำขวัญที่ว่า เมืองในฝันใกล้กรุง น้ำตกสวย รวยธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ	
หมายเหตุ	คนที่ 6 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้งช่วยจดบันทึก	
ประเด็นที่ 2	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวนครนายกเป็นคนกลุ่มใด หรือว่า กลุ่มเป้าหมาย	

	คนที่ 1 กล่าวว่า ส่วนใหญ่เป็นคนกรุงเทพฯ หรือจังหวัดรอบๆ นครนายก เดินทางไม่เกิน 200 กิโลเมตร ที่นครนายกเป็นแหล่งท่องเที่ยวครบวงจร มีเขื่อน ศูนย์ และวัด	
	คนที่ 2 กล่าวว่า คนส่วนใหญ่ 60% ก็มาจากกรุงเทพฯ 30% มาจาก จังหวัดอื่น 10% เป็นชาวต่างชาติ มีทั้งรัสเซีย เยอรมัน	
	คนที่ 4 บอกว่า ตามสถิติของศูนย์ฯ จะมีคนมาเที่ยวเฉลี่ยปีละ 60,000 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มข้าราชการจากกระทรวงต่างๆ 20,000 คน กลุ่มเกษตรกร 20,000 คน สถาบันการศึกษา 20,000 คน คนมาจากภาคกลาง 60% 40% มาจากทั่วประเทศ	
ประเด็นที่ 3	ผู้ประกอบการเป็นใคร มีเครือข่ายพันธมิตร	
	คนที่ 1 บอกว่า มีสมาคมแม่บ้านหินตั้ง จัดนั่งเรือชมเขื่อน ล่องแก่ง ดูนก ปีนหน้าผา	
	คนที่ 2 บอกว่า มีชมรมเรือหางยาว ต้องขึ้นทะเบียนกับกรมเจ้าท่า และผู้อำนวยการเขื่อนขุนด่านปราการชล ต้องบอกขนาดความกว้างของเรือ ค่าเช่าเรือประมาณ 1,500 บาทต่อลำ	
	คนที่ 3 บอกว่า โรงแรมสีดาเป็นโรงแรมใหญ่ มี 3,000 กว่าห้อง	
	คนที่ 5 ส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้าน มีจัดการ home stay ตั้งกลุ่มกันทำอาชีพ นำเที่ยวล่องเรือหางยาว โรงแรมสีดาเกิดก่อนที่จะสร้างเขื่อน	
ประเด็นที่ 4	กลุ่มเป้าหมายที่มาเที่ยวอยู่ในวัยไหน	
	คนที่ 1 ให้ข้อมูลว่า คนที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน เป็นเด็กในพื้นที่ คนนครนายกไม่ค่อยจะออกนอกพื้นที่	
	คนที่ 4 ตอบว่า กลุ่มข้าราชการวัยกลางคน กลุ่ม อบต. อบจ. เป็นผู้สูงอายุ และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา กิจกรรมแต่ละกลุ่มต่างกัน จะมาดูแลบริหารจัดการ ดิน น้ำ และป่า ช่วงเช้าบรรยาย บ่ายปฏิบัติ แนวน้อมมาครั้งแรกเดินดู 2 ชั่วโมง ต่อมาเพิ่มเป็น 1 วัน จะมีหลายชุดความรู้ ศูนย์ภูมิรักษ์แน่นอนจะมีพื้นที่เล็ก แต่ ดร.สุเมธ ตันติเวชกุล จัดให้มีการจัดการให้มีการจัดการดิน น้ำ และป่า ให้มีความรู้แบบองค์รวม	

ประเด็นที่ 5	แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับความนิยม	
	คนที่ 3 กล่าวว่า การมาเที่ยววัดหลวงพ่opakแดง จะทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิต	
	คนที่ 4 บอกว่า มาที่วัดหลวงพ่opakแดง เป็นมงคลแก่ชีวิต เสริมสิริมงคล นอนโลงต่ออายุ	
ประเด็นที่ 6	การเรียนรู้ - เชื้อน ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ - แหล่งช้อปปิ้ง ตลาดโรงเกลือ สวนผลไม้ เช่น มะปราง มะยงชิด มีงานเทศกาลปีละครั้ง - การทำพิธีกรรมที่วัด	
	คนที่ 2 บอกว่า ส่วนใหญ่คนที่มาเที่ยวชอบถ่ายรูป นั่งรถรางฟังคำบรรยายบนสันเขื่อน ประโยชน์ของเขื่อนช่วยแก้ดินเปรี้ยว ป้องกันน้ำท่วม เป็นอ่างเก็บน้ำ ดันน้ำของเขื่อนมาจากน้ำตกเหวนรก	
	คนที่ 4 พูดว่า สมาคมนักเรียนเก่าวิชาราช จัดให้มีการเรียนรู้อย่างเพลิดเพลินด้านการเกษตร เช่น การสีข้าวด้วยมือ และกิจกรรมอื่นๆ ที่มีป้ายสื่อความหมายของกิจกรรม 22 จุด	
ประเด็นที่ 7	แหล่งท่องเที่ยวกลางคืน ผู้ประกอบการเป็นคนกรุงเทพฯ ไม่ใช่คนในพื้นที่	
	คนที่ 1 เห็นว่า เด็กวัยรุ่นที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ไปเที่ยว pub ได้รับอิทธิพลจากสถาบันที่เรียนอยู่แถวคลอง 6	
	คนที่ 2 บอกว่า มีอยู่ในเมือง และเส้น bypass สารีกาเกิดอุบัติเหตุจากการแข่งรถบ่อย	
	คนที่ 3 บอกว่า ชาวนครนายกจะอยู่บ้านตอนเย็น จะไม่ไปเที่ยวกลางคืน	
	คนที่ 4 บอกว่า เส้นทางอยุธยา-สารีกา เป็นแหล่งมั่วสุม มันไม่ใช่มลภาวะทางเสียง เคยคุยกับอดีตผู้ว่านครนายกว่าการพัฒนาไว้ความควบคุม ร้องเพลงคาราโอเกะดังมาก รบกวนผู้อื่น นักท่องเที่ยวที่มานครนายก ต้องการความสงบ หนีความอึกที่ก	

	ครีกโครมจากกรุงเทพฯ	
	คนที่ 5 บอกว่า ชาวบ้านบ่นว่าเสียงดังจากคนมาเที่ยวกลางคืนดังมาก ผู้ใหญ่บ้านต้องห้ามปราม และถ้าไม่ไหวก็ใช้มาตรการทางกฎหมาย	
ประเด็นที่ 8	รูปแบบของ home stay	
	คนที่ 3 พูดว่า home stay มีการดำเนินการเป็นกลุ่ม และแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เช่น บ้านปุงเซ่ เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี	
	คนที่ 5 บอกว่า หลายกลุ่ม home stay ไม่เข้าเกณฑ์ของ ททท.	
ประเด็นที่ 9	การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	
	คนที่ 1 กล่าวว่า ไม่ค่อยมีการอนุรักษ์ แต่พยายามกำลังทำอยู่ ขึ้นอยู่กับรายได้	
	คนที่ 3 บอกว่า มีหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ ที่คลอง 15 ไม่มีการรณรงค์ให้ชัดเจน	
ประเด็นที่ 10	การสร้างความเชื่อมโยงและเป็นพันธมิตรของผู้ให้บริการท่องเที่ยว	
	คนที่ 4 บอกว่า ตามประสบการณ์กลุ่มที่มาเที่ยวที่ศูนย์ฯ ก่อนมาก็จัดโปรแกรม และจองที่พักไว้ก่อนแล้ว สิ่งที่กำลังผลักดันที่ปลูกขึ้นใหม่ไม่มีการบริหารจัดการน้ำที่ถูกต้อง เป็นเหตุให้น้ำจะท่วมตำบลหินตั้งในอนาคต ต้องมีการขุดลอกคลอง อบต. และชาวบ้านต้องร่วมมือกัน และผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ตัดสินใจ ต้องมีแผนแม่บท	
	คนที่ 5 ถามว่า ตำบลหินตั้งเจอผู้ประกอบการไม่ทำตามกรอบกฎหมายจะอย่างไร	
ประเด็นที่ 11	การสื่อสารการตลาด	
	คนที่ 1 บอกว่า ททท.มีรายการทีวี ททท.จัดทำหนังสือและทำวิดีโอขึ้น you tube มีเว็บไซต์ มีการจัดรายการวิทยุคลื่น 102 โดยคุณประวัติ และคุณกุ่ม	
	คนที่ 2 บอกว่า จะมีเว็บไซต์ของกรมชล มีการรณรงค์	
	คนที่ 4 บอกว่า ศูนย์มีเว็บไซต์ และ Face book	

ประเด็นที่ 12	ขอข้อมูลของ ททท. ศูนย์ฯ และเขื่อน	
	คนที่ 1 บอกว่า ให้ข้อมูลว่า มีคนโทร.เข้ามาที่ไหนวันละ 40-50 สาย มี fan page 100 ราย	
	คนที่ 2 บอกว่า เขื่อน ไม่มี Face book	
ประเด็นที่ 13	มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่	
	คนที่ 1 บอกว่า ตามสถิติห้องพักเพิ่มขึ้น มีการแข่งขันสูงขึ้น	
	คนที่ 2 บอกว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวน 2.5 ล้านคนต่อปี	
ประเด็นที่ 14	ของที่ระลึก	
	คนที่ 2 บอกว่า ทางเขื่อนจะมีหนังสือแจกให้แก่คนที่มาดูงาน	
	คนที่ 4 บอกว่า ตลาดตรงข้ามวังตะไคร้	
	คนที่ 5 บอกว่า มีผลไม้หลากหลายชนิด สินค้ามาจากปราจีนบุรี มีเหง้าไม้ไผ่แกะสลัก	
ประเด็นที่ 15	สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	
	คนที่ 1 บอกว่า ทำเมื่อมีโครงการ	
	คนที่ 2 บอกว่า มีมหาวิทยาลัยเก็บแบบสอบถามเอง	
	คนที่ 4 บอกว่า เข้าไปเย็นกลับ และค้างคืน	
ประเด็นที่ 16	การเปรียบเทียบนครนายกกับบุคคล	
	คนที่ 1 บอกว่า เป็นเพศชายบุคลิกชอบท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ มองไปข้างหน้า มีความทะเยอทะยาน และมีการบูรณาการ	
	คนที่ 2 บอกว่า นักท่องเที่ยวบอกว่าบนสันเขื่อนอากาศร้อนมาก อยากให้เพิ่มเติมไม้ที่ให้ความร่มรื่นแก่นักท่องเที่ยว	
	คนที่ 3 บอกว่า ผู้บริหารของหน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต้องมีการขับเคลื่อน มีแผนแม่บท มีส่วนร่วมของชุมชน สร้างจิตสำนึก	
	คนที่ 4 บอกว่า ต้องมีแผนแม่บท มีเจ้าภาพจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ ทางด้านเอกชนและท่องเที่ยว ภาครัฐ เอกชน และชุมชน	
ประเด็นที่ 17	เรื่องความต่อเนื่องของนโยบาย	
	คนที่ 1 บอกว่า ยังขาดการบูรณาการ	

	คนที่ 3 บอกว่า ความไม่ต่อเนื่องของการพัฒนามาจากนโยบายของกระทรวง มหาดไทย การแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้ลดราคากันเอง และทำให้คุณภาพลดลง	
	คนที่ 4 บอกว่า ทำอย่างไรให้การเปลี่ยนผู้บริหารแต่ดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่อง	
	คนที่ 5 บอกว่า บรรยากาศสร้างความปลอดภัยยังไม่มีพอ เจ้าหน้าที่บรรเทาสาธารณภัยไม่อยู่ในพื้นที่ ถ้าเกิดอุบัติเหตุทางน้ำไม่สามารถช่วยชีวิตนักท่องเที่ยวได้	
ประเด็นที่ 18	การเปิดช่องทางร้องเรียน	
	คนที่ 1 บอกว่า ไม่มีช่องทางตรง ในการร้องเรียน เช่น ราคาที่พักที่สูงขึ้น หรือไม่รับรองการจองที่พักว่ามีห้องพัก	
	คนที่ 3 บอกว่า บางร้านอาหารราคาแพงกว่าที่เป็นจริง อาหารไม่มีคุณภาพ ต้องร้องเรียนกับจังหวัด	
ประเด็นที่ 19	ระยะเวลาที่เหมาะสมมาเที่ยวที่นครนายก	
	คนที่ 1 บอกว่า 2 วัน 1 คืน มาได้ทุกอาทิตย์ ไม่ต้องลงงาน เข้าขึ้น เชื้อนดูพระอาทิตย์ ล่องแก่งครึ่งวัน เข้าที่พัก วันรุ่งขึ้น ไปพระพิมเณศ หลวงพ่อปากแดง การจัด package ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านบริษัททัวร์ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดกิจกรรมในกลุ่มผู้ประกอบการ ATV ล่องแก่ง	



ภาคผนวก ค

การวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเชิงปริมาณ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ฐานกาญจน์ พงษ์เขียว คณะวนศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พรหมทอง คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. อาจารย์ ดร.กัมปนาท บริบูรณ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. อาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. อาจารย์ ดร.อนันต์ มาลารัตน์ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6. ว่าที่ร้อยตรี ดร.มนัส บุญประกอบ ข้าราชการเกษียณ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม 3 ฉบับ เพื่อประเมินความต้องการ ความตระหนักรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชนไทยอายุ 13-15 ปี ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจ

1.1 แบบสอบถามความต้องการฯ 37 ข้อ (ไม่รวมข้อมูลส่วนบุคคล 7 ข้อ)

ระยะที่ 3 ขั้นทดลองและประเมิน

3.1 แบบสอบถามความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 23 ข้อ

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจฯ 38 ข้อ

(ไม่รวมข้อมูลส่วนบุคคล 6 ข้อ)

ส่วนที่ 2: ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เชื้อนาและศูนย์เรียนรู้ฯ ในตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง: ให้ท่านอ่านข้อความทางด้านซ้ายมือและพิจารณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงในคอลัมน์ตามระดับความต้องการด้านขวามือของท่าน 5 = มากที่สุด, 4 มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1= น้อยที่สุด

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อการบริการ 8 ด้านที่ใช้ในการพิจารณาความต้องการ	ระดับความต้องการ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1	ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (7 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	1) พื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ดึงดูดใจ เช่น น้ำตก ภูเขา เชื้อนา และสวนเกษตร					
	2) พื้นที่มีศูนย์เรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
	3) ความสะดวกของเส้นทางการเดินทางเข้าสู่พื้นที่					
	4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครัน					
	5) มีกิจกรรมการเรียนรู้แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจากการบรรยายระหว่างพาเดินชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติ					
	6) มีกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องระบบนิเวศน้ำและดิน					
	7) กิจกรรมการเรียนรู้พึ่งพาตนเอง เช่น ฝึกทำผลิตภัณฑ์ สบู่ แชมพูจากสมุนไพร					
2.2	ด้านราคาทัวร์ (4 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	8) ราคาทัวร์สำเร็จรูป รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 300 บาท/ต่อ 1 วัน/ต่อคน					
	9) ราคาทัวร์สำเร็จรูป รวมค่าเดินทางภายในบ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร					

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อการบริหาร 8 ด้านที่ใช้ในการพิจารณาความต้องการ	ระดับความต้องการ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านราคา (ต่อ)	5	4	3	2	1
	และค่าที่พักรวมเป็น 600 บาท/ต่อ 1½ วัน/ต่อ คน 300 บาท/ต่อ 1 วัน/ต่อคน					
	10) ราคาทัวร์สำเร็จรูปรวมค่าเดินทางภายในตำบล ท่าด่าน จังหวัดนครนายก ค่ากิจกรรมการเรียนรู้ ค่าอาหาร และค่าที่พักรวมเป็น 800 บาท/ต่อ 2 วัน/ต่อคน					
	11) มีการเก็บค่ากำจัดของเสียและขยะคนละ 10 บาท/คน					
	2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	12) สามารถซื้อขายทัวร์ผ่านทางออนไลน์ได้					
	13) สามารถซื้อขายทัวร์ผ่านผู้ประกอบการบริษัทนำ เที่ยวได้					
	14) สามารถซื้อขายทัวร์โดยตรงกับผู้ให้บริการการ ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว					
	15) สามารถจ่ายเฉพาะค่ามัดจำ และจ่ายส่วนที่ เหลือในวันที่มาเที่ยวจริงได้					
	16) มีการโอนเงินเข้าบัญชีเต็มจำนวนหลังที่ได้รับ การยืนยันโปรแกรมทัวร์ได้					
	2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (7 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	17) มีการโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านเว็บ ไซต์/อินเทอร์เน็ต					
	18) มีการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวฯ ผ่านโดยการใช้ป้ายบอกทางและแผ่นพับของ การท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก					
	19) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสถาบันการศึกษา					

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อการบริหาร 8 ด้านที่ใช้ในการพิจารณาความต้องการ	ระดับความต้องการ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4	ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)	5	4	3	2	1
	20) มีการมอบผลิตภัณฑ์ที่ฝึกทำแต่ละฐานให้น่ากลับบ้านได้					
	21) สามารถซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคเพิ่มได้ในราคาถูกกว่าภายนอก เช่น สบู่ แชมพูสมุนไพรที่ฝึกทำ					
	22) มีการเผยแพร่บอกต่อแบบปากต่อปากระหว่างนักท่องเที่ยวเรื่องทัวร์แบบทัศนศึกษา					
	23) มีการจัดทำแผ่นพับแสดงรายละเอียดข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว					
2.5	ด้านบุคลากร (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	24) วิทยากรและมัคคุเทศก์ได้รับการฝึกอบรมในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจและนำไปปฏิบัติได้					
	25) วิทยากรมีอัตราค่าจ้างดี มีรอยยิ้มระหว่างบรรยายแนวคิดและฝึกปฏิบัติกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อม					
	26) มัคคุเทศก์มีการอธิบายและพาเดินชมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ดิน ป่า น้ำ รอบศูนย์เรียนรู้บนเนื้อที่ 14 ไร่					
	27) การแต่งกายของมัคคุเทศก์สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	28) ประชาชนชุมชน/เกษตรกรมีส่วนร่วมสานิตภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเลี้ยงข้าวและกระพ่ายข้าวเป็นต้น					

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อการบริหาร 8 ด้านที่ใช้ในการพิจารณาความต้องการ	ระดับความต้องการ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.6	ด้านเครือข่ายพันธมิตร (3 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	29) มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในแหล่งต่างๆในพื้นที่					
	30) ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้					
	31) มีเครือข่ายให้บริการรถเช่าระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและปลอดภัย					
2.7	ด้านกระบวนการให้บริการ (2 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	32) จัดการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว					
	33) มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นและความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แบบประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการ					
2.8	ด้านการรวมรายการโปรแกรมทัวร์สำเร็จรูป (4 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	34) มีการจัดรวมรายการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว มากกว่าการแยกรายการ					
	35) จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก จำนวน กลุ่มละประมาณ 30 คน					
	36) จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับตามความสนใจและความต้องการของผู้ประกอบการ					
	37) มีการเตรียมอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ชุด คือ ชุดแรกสำหรับการสาธิตและฝึกปฏิบัติ ส่วนชุดที่ 2 เป็นผลงานที่ทำเสร็จแล้ว เช่น ป้ายหมึก เป็นต้น					

แบบสอบถามฉบับที่ 2 ความตระหนักรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวชนไทยอายุ 13-15 ปี

ชื่อเรื่อง: การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนครนายกโดยประยุกต์กลยุทธ์การตลาดยั่งยืนสำหรับเยาวชน

งานวิจัย: ของ ศิริพร วรรณาคม นิสิตปริญญาโทชั้นบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ขอขอบพระคุณทุกท่านในการอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงของแบบสอบถาม: แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และ 2) ความพึงพอใจ และ 3) ความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวฯ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เขื่อนขุนด่านปราการชล ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ และพื้นที่ในตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (ชื่อ ชื่อสกุล..... โทร.....)

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง และกรอกข้อมูลที่เป็นจริงลงในช่องว่างที่กำหนด

8. เพศ

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

9. อายุ ปี

10. รายรับต่อเดือน (เช่น ได้รับเงินค่าใช้จ่าจากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง)

☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,000-9,999 บาท
☐ 3) 10,000 - 14,999 บาท ☐ 4) มากกว่า 15,000 บาท

11. หากเลือกได้ท่านต้องการไปเที่ยวเพื่อการเรียนรู้กับใคร

☐ 1) พ่อแม่ ☐ 2) พี่น้อง ☐ 3) เพื่อน ☐ 4) ครู

12. เคยเดินทางมาที่จังหวัดนครนายกกี่ครั้ง

☐ 1) ครั้งแรก ☐ 2) 2 ครั้ง ☐ 3) มากกว่า 2 ครั้ง

13. มีภูมิลำเนาหรือสำมะโนครัวอยู่ใน

☐ 1) ภาคเหนือ ☐ 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ 3) ภาคตะวันออก
☐ 4) ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) ☐ 5) ภาคใต้ ☐ 6) กรุงเทพฯ

ส่วนที่ 2: ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เชื่อมขนด่าน
ปราการชลและศูนย์เรียนรู้ ในพื้นที่บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง: ให้ท่านอ่านข้อความทางด้านซ้ายมือและพิจารณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในคอลัมน์ตามระดับ
ความตระหนักรู้ด้านขวามือของท่าน ✓ ลงในคอลัมน์ตามระดับความรู้สึกเกี่ยวกับตระหนักรู้เกี่ยวกับ
สิ่งแวดล้อมของท่าน 5 = ตระหนักมากที่สุด, 4 มาก, 3 = ปานกลาง, 2 น้อย และ 1= ตระหนักน้อย
ที่สุด

	ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระดับความตระหนักรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1	เชื่อมขนด่านปราการชล (9 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	1) การดูวีดิทัศน์ ฟังบรรยาย และตอบคำถามของ เจ้าหน้าที่กรมชลประทานในห้องสัมมนาของ เขื่อนฯ สร้างการเรียนรู้เรื่องความสำคัญ หน้าที่ และประโยชน์ของเขื่อนฯ					
	2) ก่อนการสร้างเขื่อนมีการสำรวจผลกระทบและมี การติดตามผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
	3) แผนการควบคุมน้ำ คือ หัวใจหลักของการสร้าง เขื่อน					
	4) เขื่อนฯเป็นเสมือนปราการกันเก็บกักน้ำที่ไหลมา จากเทือกเขาใหญ่ ช่วยป้องกันไม่ให้น้ำท่วม พื้นที่ลุ่มน้ำนครนายก					
	5) ลุ่มน้ำนครนายกมีลักษณะภูมิประเทศแบบ ผสมผสานระหว่างพื้นที่สูงชันตามหุบเขา พื้นที่ ลาดเท และพื้นที่ราบกว้างใหญ่ จึงทำให้เกิดน้ำ ไหลบ่าอย่างรุนแรงในฤดูฝนและท่วมพื้นที่ราบ ใช้ทำเกษตรกรรมและอยู่อาศัย					
	6) การจัดลำดับความสำคัญของเขื่อนฯ คือ การใช้ น้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค รองลงมาคือเพื่อ การเกษตร เพื่อการท่องเที่ยว เพื่ออุตสาหกรรม					

	ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระดับความตระหนักรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1	เชื่อนขุนด้านปรการชล (ต่อ)	5	4	3	2	1
	และเพื่อผลักดันน้ำเค็มตามลำดับ					
	7) เชื่อนขถูกร้าง ณ บริเวณจุดที่ต่ำจากเขวนรกลมาในฤดูแล้ง น้ำจากเชื่อนจะถูกระบายเพื่อชะล้างดินเปรี้ยวในจังหวัดนครนายก					
	8) การบริหารจัดการน้ำของเชื่อนก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถแก้ปัญหาหลัก ได้แก่ น้ำท่วม น้ำแล้ง และดินเปรี้ยวได้					
	9) เชื่อนช่วยรักษาระบบสมดุลของน้ำจืดและน้ำเค็มเพื่อป้องกันความเสียหายแก่พื้นที่เกษตรกรรมของชุมชน					
	10) เชื่อนช่วยขจัดปัญหามลพิษที่เกิดจากภาวะฝนแล้งอย่างรุนแรง และปัญหาที่แม่น้ำนครนายกไม่สามารถเก็บกักน้ำไว้จัดสรรในพื้นที่ชลประทาน					
	11) การใช้เวลาเดินบนสันเชื่อนเพื่อชมทิวทัศน์และเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่เป็นป่า เขา และน้ำ					
3.2	ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษัธรรมชาติ (12 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	12) ศูนย์เรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ภาพรวมของการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ดิน พืชและสวนสมุนไพรในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนของป่าอย่างเป็นรูปธรรม					
	13) การถมดินด้วยฟางหรือเศษใบไม้ คือ วิธีง่าย ๆ ที่ช่วยให้จุลินทรีย์ในดินมีความอุดมสมบูรณ์					
	14) กังหันน้ำชัยพัฒนาช่วยบำบัดน้ำให้สะอาดมากขึ้นและนำกลับมาใช้ใหม่ได้					

	ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระดับความตระหนักรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ศูนย์เรียนรู้ภูมิรักษ์ธรรมชาติ (ต่อ)	5	4	3	2	1
	15) การสร้างฝายชะลอน้ำจากไม้ไผ่ เศษไม้ เศษอิฐ เก็บกักน้ำ เป็นการกระจายความชุ่มชื้นให้แก่พื้นดิน					
	16) ส่วนต่าง ๆ ของไม้ไผ่นำมาใช้เป็นอาหาร ถ้าไม้ไผ่เจาะรูใช้รดน้ำต้นไม้ และยังสร้างที่พักอาศัยได้					
	17) จุดต่าง ๆ ของมูสมุนไพรรูปคนสร้างความสนุกสนานในการเรียนรู้และช่วยให้เข้าใจง่ายในการใช้สมุนไพรรักษาส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้					
	18) การปลูกต้นกล้วยเป็นแนวช่วยป้องกันไฟได้					
	19) การให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
	20) กิจกรรมเรียนรู้การทำปุ๋ยหมักจากเศษอาหารและสามารถช่วยกำจัดขยะให้มีจำนวนลดน้อยลงได้					
	21) กิจกรรมการทำปุ๋ย สบู่ และน้ำยาเอนกประสงค์ใช้เองเป็นการประหยัดเงินและพึ่งพาตนเอง					
	22) กิจกรรมฝึกผลิตสบู่และแชมพูสมุนไพรเหมาะสมสำหรับการนำไปตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน					
	23) การผลิตสินค้าอุปโภคใช้เองในชีวิตประจำวันทำเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					

ส่วนที่ 3: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง: ให้ท่านอ่านข้อความทางด้านซ้ายมือและพิจารณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงในคอลัมน์ตามระดับความพึงพอใจด้านขวามือของท่าน 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1	ด้านผลิตภัณฑ์ (9 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	24) สถานที่ต่าง ๆ ในโปรแกรมมีความเป็นธรรมชาติและสวยงาม					
	25) กิจกรรมในโปรแกรมมีความน่าสนใจ					
	26) โปรแกรมมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ					
	27) การได้รับประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวฯ					
	28) ความสนุกและความรู้ที่ได้รับจากเข้าร่วมกิจกรรมโปรแกรมท่องเที่ยวฯ					
	29) ความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมเหมาะกับการท่องเที่ยวเรียนรู้ (ต่างจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย)					
	30) ความรู้ที่ได้รับนำไปปรับใช้ได้จริงกับชีวิตประจำวันได้					
	31) กิจกรรมสามารถสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
	32) โปรแกรมมีการจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง					
2.2	ด้านราคา (2 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	33) ราคายุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของโปรแกรม มีการแจกแจงราคาในโปรแกรมต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย					

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านราคา (ต่อ)	5	4	3	2	1
	34) ราคาคุ้มค่ากับเวลา ความรู้และความสนุกที่ได้รับ					
	2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	35) มีหลายช่องทางจำหน่ายให้เลือก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และโทรสาร					
	36) สถานที่ทำเลที่ตั้ง สะดวกแก่การให้บริการ					
	37) การติดต่อซื้อโปรแกรมทัวร์มีความสะดวกและรวดเร็ว					
	38) สามารถส่งจองโปรแกรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้					
	39) สามารถเลือกซื้อโปรแกรมผ่านโทรศัพท์ได้					
	2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	40) ข้อมูลของโปรแกรมมีการปรับปรุงให้ทันสมัย					
	41) มีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ให้ นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย					
	42) มีการส่งเสริมการขายนอกฤดูการท่องเที่ยว เช่น การ ลดราคา หรือ แคมเปญกิจกรรมเพิ่มในโปรแกรมฯ					
	43) ให้ข้อมูลของโปรแกรมเพียงพอต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว					
	44) มีการแนะนำโปรแกรมจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้ บริการ					
	2.5 ด้านบุคลากร (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	45) เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี และเอาใจใส่ในการบริการต่อ นักท่องเที่ยว					
	46) วิทยากรให้ความรู้ในแต่ละกิจกรรมของโปรแกรมได้ อย่างละเอียดทำให้เข้าใจง่าย					
	47) วิทยากรสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพตอบ					

	ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านบุคลากร (ต่อ)	5	4	3	2	1
	ข้อซักถามได้ชัดเจนและถูกต้อง					
	48) วิทยากรมีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ที่สนุก และ กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว					
	49) วิทยากรเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ นักท่องเที่ยว					
	2.6 ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (3 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	50) การประสานงานของผู้จัดและแหล่งท่องเที่ยวอย่าง ราบรื่นทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก					
	51) มีการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงการมีเครือข่ายในการ จัดการท่องเที่ยว					
	52) มีการขยายฐานนักท่องเที่ยวให้กับสถานที่และศูนย์ การเรียนรู้ท้องถิ่น					
	2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ (5 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	53) ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมได้อย่าง ชัดเจนและรวดเร็ว					
	54) ให้ข้อมูลขั้นตอนในการจองโปรแกรมและค่าใช้จ่าย ได้อย่างละเอียด					
	55) การจองโปรแกรมทัวร์ไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย					
	56) กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปตามตารางโปรแกรมทัวร์ อย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามกำหนดเวลา					
	57) บริการประทับใจและให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม					
	2.8 ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป (4 ข้อคำถาม)	5	4	3	2	1
	58) โปรแกรมทัวร์น่าสนใจ และเหมาะสมต่อกิจกรรม					
		ระดับความพึงพอใจ				

ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 8 ด้าน ที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจ		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ต่าง ๆ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวชน					
	59) โปรแกรมช่วยประหยัดเวลา พร้อมกับได้ รับประสบการณ์ความรู้ครบถ้วน					
2.8	.ด้านการรวมรายการทัวร์โปรแกรมแบบสำเร็จรูป (ต่อ)	5	4	3	2	1
	60) โปรแกรมมีการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการ ของเยาวชนที่มีความชอบและความสนใจคล้ายกัน					
	61) โปรแกรมเพิ่มความตระหนักรู้ในการดูแลและ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ					

ภาคผนวก ง

สร้างเว็บไซต์ http://sites.google.com/site/Educational_Tour_Program

ภาคผนวก จ

วิดิทัศน์ 5 นาที โปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน
(Educational Tour Program)

ภาคผนวก ฉ

ทำแผ่นพับ (brochure)ให้นักท่องเที่ยว

PLERN PROGRAM

การท่องเที่ยวแบบศึกษาเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัด นครนายกตลาดยั่งยืน/สีเขียวเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเยาวชนไทย	
P	Phenomenal program offers a variety of activities including โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการ
L	Learning concepts about natural resource utilization, and การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ
E	Environmental conservation activities applying 3R strategies การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโดยใช้
R	Reduce, reuse and recycle, which satisfy กลยุทธ์ลดการใช้ ใช้ซ้ำ และนำมาใช้ใหม่เพื่อสร้างความพึงพอใจและ
N	Niche target the youth who will become environmentally aware.” ความตระหนักรู้และความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย

ปกหน้า

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	ศิริพร วรรณาคม
วันเดือนปีเกิด	28 กันยายน 2491
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	132 ซอยอินทามระ 17 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2510	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสซาเวียร์ คอนแวนต์ สามเสน กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2514	ปริญญาตรีครุศาสตร์บัณฑิต คณะครุศาสตร์ จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2551	ปริญญาโทรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2559	ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการ และการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ