

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

Thai Tourist's Needs Towards Ecotourism in Suan Peung District,

Ratchaburi Province

นภัสสร คุ่มถนอม * และนิตยา เจริญประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา ด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานะภาพ โสด มีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีสิ่งจูงใจหรือเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนกับเพื่อน/ครอบครัว มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งคือ 3,001 – 4,500 บาท มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ ช่วงระยะเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เดินทางมาท่องเที่ยว โดยรถส่วนตัว และมีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยว คือ 2 วัน

ด้านความต้องการตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศตามความต้องการ 3 อันดับแรก ที่เป็นเปอร์เซ็นต์สูงที่สุด ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมา ได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ ตามลำดับ

ด้านความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการ เรื่อง การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์เป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านราคามีความต้องการเรื่อง การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ เช่น หากท่านบอกต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความต้องการเรื่อง การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่งเป็นลำดับแรก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น Social Media ต่างๆ เป็นลำดับแรก

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Thai tourist's needs towards ecotourism in Suan Peung district, Ratchaburi province. The questionnaire was used to collect data from the tourist who traveled at Suan Peung district, Ratchaburi province from 400 traveler by convenience sampling method. The collected data was analyzed by using descriptive statistics; frequency, percentage and mean score.

The general data was found that the majority of respondents were female, age 31– 40 years and the highest level of education was bachelor's degree. The majority of respondents worked for private companies and earned income average 10,001 – 20,000 baht per month, married status was single and their were born in central region.

The behavior of Thai tourist's needs towards ecotourism in Suan Peung district, Ratchaburi province showed that the majority of respondents motivated or reason for this trip was to relax with friends/families. They spend their money approximately 3,001 – 4,500 per trip. Their favorite trip was to travel with their friends. The periods that they prefer to travel is on March through June and during weekend. They usually travel by private car and have about 2 days trip.

The Ecotourism Activities of Thai Tourist's Needs Towards Ecotourism in Suan Peung District, Ratchaburi Province showed that the first 3 ranked as one is camping. second is cave/ waterfall exploring. Third is the nature trail.

The marketing mix factor affecting toward tourist's needs towards ecotourism in Suan Peung district, Ratchaburi province was found that the sub factors that the respondents paid the high level of importance were as follows. In the product factor they needed the maintenance of ecotourism quality standards, the price factor they needed the discounting from some agreement such as word of mouth for agree to ecotourism, the place factors they needed the various branched and the promotion factor they needed using the direct or digital marketing were promoted the ecotourism by Social Media

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการนำปัจจัยการผลิตในประเทศที่หลากหลายมาผลิตเป็นบริการอย่างใดอย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสะดวกรสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือน การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และ

การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ในแต่ละปี สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยในปี 2555 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 983,928.36 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2556 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,171,651.42 ล้านบาท จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราที่เติบโตขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเริ่มมีวิถีที่เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากขึ้น เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ไปเยือน โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติและพื้นที่อนุรักษ์ประเภทอื่นๆ การเปลี่ยนแปลงวิถีการท่องเที่ยวนี้ มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ที่นานาชาติให้ความสำคัญเพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ มีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งยังสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (First Hand Ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น นอกจากนี้ ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย เช่น การเดินเส้นทางธรรมชาติ การดูนก/ส่องสัตว์ การกางเต็นท์พักแรม เป็นต้น ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจึงรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยกรมอุทยานแห่งชาติได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Destination) 2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Destination) ดดยรวมแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาด้วย

จังหวัดราชบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางตะวันตกที่มีภูมิประเทศหลากหลาย เป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมลุ่มน้ำแม่กลอง และสายหมอกแห่งขุนเขาตะนาวศรี มีความเป็นมาอันยาวนาน และประกอบไปด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ จังหวัดราชบุรีในปัจจุบัน จึงเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลาย มีความผสมผสานและอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน จังหวัดราชบุรีมีสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจมากมาย อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรมต่างๆ เช่น เครื่องปั้น เครื่องหล่อ เครื่องทองดี เครื่องจักสาน นอกจากนี้ ยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม รวมทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งของประเทศไทย จากสถิติที่ผ่านมารายงานว่าในปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดราชบุรี 999,897 คน และในปี 2556 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็น 1,075,715 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556: ออนไลน์) โดยจุดเด่นที่ทำให้จังหวัดราชบุรีเป็นที่สนใจแตกต่างจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อำเภอสวนผึ้ง (อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี, 2552: ออนไลน์) เนื่องด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอำเภอสวนผึ้งเป็นพื้นที่ที่มีภูเขาสูงสลับซับซ้อน กั้นระหว่างชายแดนประเทศไทยกับประเทศพม่าซึ่งยังเต็มไปด้วยความสมบูรณ์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-เดือนกุมภาพันธ์ จะมีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็นสามารถขึ้นไปชมทะเลหมอกที่เขากระโจม หรือห้วยคอกหมูอันเป็นสถานที่สุดเขตชายแดน รวมถึงทรัพยากรป่าไม้นานาพันธุ์ อีกทั้งยังเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและเขตเพาะพันธุ์พืชสมุนไพรในสวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ รวมทั้งยังเป็นสถานที่ที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศให้กับประชาชนทั่วไป

จากพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งโบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีในการศึกษาค้นคว้า ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และเพื่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงต้องการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นให้ยั่งยืนต่อไป เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ท้องถิ่น และเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

กรมป่าไม้ (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ

สมชัย เบญจขย (2549) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและอนุรักษ์ธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจพิเศษที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้ ชื่นชมธรรมชาติ เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ ประเพณี ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และชีวิตคนในท้องถิ่นบน พื้นฐานความรู้ และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

Kotler (1997 อ้างในชนูตร ชีรวัดมนอมร, 2554) ได้จัดระดับความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. Need คือความต้องการที่เป็นการแสวงหาความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน
2. Want คือความปรารถนาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่เฉพาะเจาะจง เพื่อให้เกิดการยอมรับจากสังคม
3. Demand คือความต้องการที่ระบุเป็นตัวสินค้าชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการ(Want)

เรนัส เสริมบุญสร้าง (2555: 4) กล่าวไว้ว่า นักการตลาดจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความจำเป็น (Need) เป็นสภาวะความจำเป็นแก่การดำรงชีวิตของมนุษย์และการประกอบอาชีพ
2. ความต้องการ (Want) คือความจำเป็นของมนุษย์ที่ถูกหล่อหลอมโดยวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการยอมรับ
3. อุปสงค์ (Demand) เป็นความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยผู้ซื้อต้องมีอำนาจซื้อ และเต็มใจที่จะซื้อด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวมา ความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการตลาด กล่าวคือทำให้เกิดความคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะสนองความต้องการของบุคคลโดยการวิเคราะห์และวิจัยถึงความต้องการของบุคคลที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง แล้วจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสนองความต้องการเหล่านั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

Mcintosh and Goeldler (1986: อ้างในเสาวนีย์ มุลสุวรรณ, 2551) กล่าวว่าไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเองตามปกติ นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการตามชายหาด การพักผ่อนหย่อนใจด้วยการบันเทิง และสิ่งจูงใจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่นเช่นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับดนตรีศิลปะนาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ๆ
4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจการประชุมและการศึกษา เป็นต้น

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2553) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้
การเดินทางเส้นทางธรรมชาติ

1. การเดินทางเส้นทางธรรมชาติ (Nature Trail) เส้นทางที่กำหนดไว้ให้นักท่องเที่ยวเดินชมสภาพธรรมชาติ
2. การดูนก/ส่องสัตว์ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมของสัตว์ป่า และนกชนิดต่างๆ ในแหล่งธรรมชาติ
3. การสำรวจถ้ำ/น้ำตก เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นิยมกันมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก
4. การปีนเขา/ไต่เขา ต้องอาศัยประสบการณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ มักมีกิจกรรมตามหน้าผาบริเวณชายฝั่ง
5. การล่องแก่ง ลำน้ำที่มีแก่งหินพาดผ่านกลางลำน้ำ ทำให้น้ำไหลเชี่ยวมากเป็นพิเศษ เหมาะกับการผจญภัย
6. การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ เป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนสบาย ดูชีวิตความเป็นอยู่ของคนและธรรมชาติ
7. การพายเรือแคนู/คายัค การท่องเที่ยวตามลำน้ำ เป็นเรือพายขนาดเล็ก ชมทัศนียภาพตามชายฝั่ง ริมน้ำ
8. การขี่ม้า/นั่งช้าง เป็นรูปแบบที่สร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้น ในการชมสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
9. การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ ให้ความเพลิดเพลินในการชมธรรมชาติ และเป็นการออกกำลังกายไปในตัว
10. การกางเต็นท์นอนพักแรม เป็นกิจกรรมที่นิยม เพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะกิจกรรมกลางคืน

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Mcintosh and Goeldler (1986: อ้างใน สุวัจชัย เสมมา, 2550) ได้กล่าวถึง ตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งใช้แนวคิดการตลาด เพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ได้สินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อนเป็นอย่างมาก เนื่องจากประกอบด้วย สถานที่ (Place) ได้แก่ สถานที่พักผ่อนในวันหยุด และการบริการ (Service) ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
2. ราคา (Price) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนโยบายราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาราคาควรอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย เป็นผลรวมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าที่พัก

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่การให้บริการ ในส่วนของสถานที่การให้บริการ หมายถึง สถานที่การให้บริการ เช่นศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรม บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจและทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งประกอบด้วย สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งจะใช้ตอบคำถามในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยว จะใช้ตอบคำถามในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเมื่อมาพักผ่อน และเนื้อหาด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดซึ่งจะใช้ตอบในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 1,075,715 ราย จากข้อมูล ณ วันที่ 22 สิงหาคม 2557 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

วิธีการเลือกตัวอย่างเป็นการนำประชากรทั้งหมด 1,075,715 ราย มากำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% โดยใช้ตารางของ Saunders และคณะ (2000) จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 384 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วยสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว จำนวนเงินที่ใช้จ่าย รูปแบบการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง ช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีการวัดค่า 2 ส่วน ในส่วนแรก ด้านความต้องการตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้มาตรวัดมาตราส่วนแบบคะแนนเรียงลำดับ (Ranking Score) เพื่อวัดความสำคัญของรูปแบบการท่องเที่ยว โดยจัดอันดับความสำคัญ 3 อันดับแรก เรียงจากมากไปน้อย ในส่วนที่สอง ด้านความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้มาตรวัดมาตรา

ส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อวัดความต้องการ โดยแบ่งมาตราวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความต้องการน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็นคำถามปลายเปิด

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.77 มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.89 มีสถานะภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 63.54 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.24 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 58.85 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.11 และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.20

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสิ่งจูงใจ หรือเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คือ เพื่อพักผ่อนกับเพื่อน/ครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 3,001 – 4,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.42 มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ ท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 53.39 เลือกมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 81.51 ช่วงระยะเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 48.70 มีวิธีเดินทางมาท่องเที่ยวโดย รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 92.19 มีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยว คือ 2 วัน (2 วัน 1 คืน) คิดเป็นร้อยละ 71.61

2.1 สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามสถานภาพ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ มีสิ่งจูงใจหรือเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คือ เพื่อพักผ่อนกับเพื่อน/ครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.22 มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งคือ น้อยกว่า 1,500 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.58 มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 76.54 เลือกมาท่องเที่ยวอำเภอ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีบ่อยที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 60.70 ช่วงระยะเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 60.43 มีวิธีเดินทางมาท่องเที่ยวโดย รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 62.43 มีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยว คือ 2 วัน (2 วัน 1 คืน) คิดเป็นร้อยละ 62.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ มีสิ่งจูงใจหรือเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คือ เพื่อพักผ่อนกับเพื่อน/ครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.78 มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 3,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.42 มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ ท่องเที่ยวเป็นครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 47.80 เลือกมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีบ่อย

ที่สูงสุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 39.30 ช่วงระยะเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.57 มีวิธีเดินทางมาท่องเที่ยวโดย รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 37.54 มีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยว คือ 2 วัน (2 วัน 1 คืน) คิดเป็นร้อยละ 37.45

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

3.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การกางเต็นท์นอนพักแรมรองลงมา ได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ โดยรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศที่เลือกในอันดับที่ 1 มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรมรองลงมา ได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ รูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศเลือกเป็นอันดับที่ 2 มากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การกางเต็นท์นอนพักแรม และการนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศเลือกเป็นอันดับที่ 3 มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การเดินเส้นทางธรรมชาติ รองลงมาได้แก่ การสำรวจถ้ำ/น้ำตกและการขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศ

3.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศอายุ สถานภาพ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยวช่วงระยะเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการสำรวจถ้ำ/น้ำตก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การเดินเส้นทางธรรมชาติ รองลงมาได้แก่ การสำรวจถ้ำ/น้ำตก และการนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 – 30 ปีส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การสำรวจถ้ำ/น้ำตก รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การดูนก/ส่องสัตว์ รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการกางเต็นท์นอนพักแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การสำรวจถ้ำ/น้ำตก รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการดูนก/ส่องสัตว์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท ส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การสำรวจถ้ำ/น้ำตก และการนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการกางเต็นท์นอนพักแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อนส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัวหรือญาติส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การกางเต็นท์นอนพักแรม และการสำรวจถ้ำ/น้ำตก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการสำรวจถ้ำ/น้ำตก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมีนาคม-มิถุนายนส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การสำรวจถ้ำ/น้ำตก และการส่องแก้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดาส่วนใหญ่ มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การกางเต็นท์นอนพักแรม และการสำรวจถ้ำ/น้ำตก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการนั่งเรือ /แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/นักชดถุภษส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 1 วัน (ไปเช้า – เย็นกลับ) ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ รองลงมาได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติ และการชื้อรถจักรยานชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 2 วัน (2 วัน 1 คืน) ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมา ได้แก่ การเดินเส้นทางธรรมชาติและการเล่นเรือ/แพชมภูมิประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วัน (3 วัน 2 คืน)ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การขี่รถจักรยานชมภูมิประเทศ รองลงมา ได้แก่ การเล่นเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการกางเต็นท์นอนพักแรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตามส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อจำแนกตามส่วนประสมการตลาดเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นลำดับแรกคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ เช่นหากท่านบอกต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตามส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศอายุ สถานภาพ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยวช่วงระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวและระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

เพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ เช่นหากท่านบอกต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ วิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีหลายรูปแบบ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การเก็บค่าเข้าชม เพื่อเป็นการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในราคาเหมาะสม และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ตั้งแต่ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 - 30 ปี อายุ 31 - 40 ปี และ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 - 30 ปี และอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน

สถานภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และสมรสให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และสมรสให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือการมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่าง ๆ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และสมรส ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือการมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท และมากกว่าหรือเท่ากับ 3,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่าง ๆ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มากกว่าหรือเท่ากับ 3,001 บาทขึ้นไป คือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาทและมากกว่าหรือเท่ากับ 3,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มากกว่าหรือเท่ากับ 3,001 บาทขึ้นไปคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รูปแบบการเดินทาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบกลุ่มเพื่อน ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบครอบครัวหรือญาติ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบกลุ่มเพื่อนและครอบครัวหรือญาติ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่าง ๆ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบกลุ่มเพื่อนและครอบครัวหรือญาติ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบกลุ่มเพื่อน ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการเดินทางแบบครอบครัวหรือญาติ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ช่วงเดือนที่ขอมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ขอมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ขอมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน มีนาคม-ตุลาคม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ขอมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่าง ๆ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน มีนาคม- ตุลาคม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ และ มีนาคม-ตุลาคม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการที่หลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน มีนาคม- ตุลาคม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน

ช่วงระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์ และปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดเทศกาล/นักชดถุข ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือการมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/นักชดถุข ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การเก็บค่าเข้าชม เพื่อเป็นการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา วันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดเทศกาล/นักชดถุข ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือการมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการที่หลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา วันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดเทศกาล/นักชดถุข ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 วัน (ไปเช้า – เย็นกลับ) และ 3 วัน (2 คืน 3 วัน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 2 วัน (2 วัน 1 คืน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 วัน (ไปเช้า – เย็นกลับ) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้

และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 2 วัน (2 วัน 1 คืน) และ 3 วัน (2 คืน 3 วัน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนร่วมลดจากเงื่อนไขต่าง ๆ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 วัน (ไปเช้า – เย็นกลับ) 2 วัน (2 วัน 1 คืน) และ 3 วัน (2 คืน 3 วัน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 วัน (ไปเช้า – เย็นกลับ) และ 2 วัน (2 วัน 1 คืน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 3 วัน (2 คืน 3 วัน) ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ชัดเจน

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ราย ได้เสนอแนะว่าควรมีการจัดโปรแกรมพิเศษเพื่อรองรับกลุ่มครอบครัว และกลุ่มหน่วยงานที่เป็นองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการอบรมสัมมนา นอกจากนั้นจะต้องทำการผลักดันและส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นที่รู้จักและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบและสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การกางเต็นท์นอนพักแรม รองลงมา ได้แก่ การนั่งเรือ/ แพชมภูมิประเทศ และการเดินเส้นทางธรรมชาติซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจสูงสุด 3 ลำดับแรกนั้นได้สอดคล้องกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่เป็นจำนวนมากในพื้นที่แห่งนี้ พื้นที่ที่เป็นแหล่งธรรมชาติและอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปีเหมาะแก่การกางเต็นท์นอนพักแรม ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ และสำรวจถ้ำ/น้ำตก

ด้านความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จ.ราชบุรี ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิชา พุเจริญ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูด มีความสวยงามทางธรรมชาติ นอกจากนั้นยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกมลวรรณ นุชแสงพลี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ด้านบรรยากาศและความมีชื่อเสียงและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษรี ศรีโปฏก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติจากการไม่สอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเชิงนิเวศหลายแห่ง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการดูแลสถานที่เชิงนิเวศให้สมบูรณ์เพื่อพร้อมที่จะไปศึกษา อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ความต้องการในเรื่องของชื่อเสียง หรือการดึงดูดจากความสวยงามทางธรรมชาติจึงยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จ.ราชบุรีปัจจัยย่อยด้านราคาที่สำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ เช่นหากท่านบอกต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รองลงมา คือ การมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้ และการเก็บค่าเข้าชมเพื่อเป็นการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับผลการศึกษา ของ ชลธิชา พุเจริญ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จ.เชียงรายพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านราคา คือ ต้องการให้มีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษรี ศรีโปฏก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านราคา คือ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม นอกจากนั้นยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลวรรณ นุชแสงพลี (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านราคา คือ อัตราค่าที่พัก ค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งนี้ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นนั้น อาจมีสาเหตุมาจากอำเภอปายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ยิ่งในช่วงฤดูหนาวนักท่องเที่ยวมีความต้องการไปสถานที่นี้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นปัจจัยด้านราคาของอัตราค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจึงมีความสำคัญเพราะนักท่องเที่ยวที่มาอำเภอปายนั้นมาจากหลายจังหวัด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จ.ราชบุรีปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง รองลงมา คือ วิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีหลายรูปแบบ และการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน

ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษรี ศรีโปฏก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือแหล่งที่พักตลอดจนร้านอาหารบริการมีความสะดวกและเพียงพอ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชลธิชา พู่เจริญ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลอนนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จ. เชียงรายพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลวรรณ นุชแสงพลี (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปายจังหวัดแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือความสะดวกสบายของเส้นทางการเดินทางทั้งนี้ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นอาจเป็นเพราะในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปาย ซึ่งตอนนี้เป็นสถานที่ยอดนิยม ดังนั้นเรื่องของการเดินทางจึงเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในอันดับต้น เพราะเส้นทางการเข้าไปยังอำเภอปายยังคงเป็นเส้นทางที่ต้องใช้ความระมัดระวังในการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ความต้องการตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่น Social Mediaต่างๆรองลงมา คือ การมีเจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียดชัดเจน และการมีสารคดีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชลธิชา พู่เจริญ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลอนนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จ. เชียงรายพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นโทรทัศน์ นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษรี ศรีโปฏก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสื่อต่างๆ จากทางภาครัฐและเอกชนหรือเป็นการบอกเล่าแบบปากต่อปากแต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกมลวรรณ นุชแสงพลี (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปายจังหวัดแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น งานปีใหม่สากลงานดนตรีทั้งนี้ความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นอาจเป็นเพราะอำเภอปาย มีการจัดกิจกรรมอยู่แล้วและระยะทางไกลจากเชียงใหม่ ดังนั้นการจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอำเภอปาย จึงต้องมีการอาศัยการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรม ซึ่งต่างจากการท่องเที่ยวที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก และมีความหลากหลายของการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูล และผลที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาเพื่อสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากข้อค้นพบมีกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด เป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มคนโสดนิยมมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน ผู้ประกอบการสามารถจัดทำแพ็คเกจที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนี้ได้ ยกตัวอย่างเช่น แพ็คเกจที่ชื่อว่า “Hipster Camping” โดยรายละเอียดของแพ็คเกจจะประกอบด้วย กิจกรรมที่มีการกางเต็นท์นอนพักแรม ซึ่งบริเวณที่กางเต็นท์นั้นสามารถทำอาหาร หรือ เล่นดนตรีได้ สถานที่กางเต็นท์หากไม่อยู่ในบริเวณที่ปัก ก็อาจจะอยู่บริเวณริมน้ำ หรือสามารถนั่งเรือ/แพเพื่อไปยังสถานที่กางเต็นท์ได้ และเสริมกิจกรรมการเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติระหว่างการเดินทางหรือ ณ บริเวณที่มีการกางเต็นท์ โดยค่าใช้จ่ายสำหรับแพ็คเกจนี้จะเสนออยู่ในราคาประมาณ 3,000 – 5,000 บาท ซึ่งกำหนดจากจำนวนของสมาชิก 3 – 5 คน เมื่อดำเนินค่าใช้จ่ายต่อคนแล้วจะไม่เกินไปกว่าที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ คือ 1,500 – 3,000 บาท เนื่องด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเพื่อนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสมาชิกทุกคนจะร่วมกันรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนไม่มากนัก นอกจากนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นจะเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นระยะเวลา 2 วัน โดยเฉพาะในช่วงเดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วง High Season พื้นที่ในอำเภอสวนผึ้งจะมีลักษณะภูมิอากาศที่หนาวเย็น คล้ายกับทางภาคเหนือ จะมีนักท่องเที่ยวมาพักผ่อนเป็นจำนวนมากเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ หากผู้ประกอบการสามารถสร้างแพ็คเกจได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กิจกรรมเหล่านี้ก็จะเป็นตัวดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกมาพักและร่วมทำกิจกรรมกับท่าน

จากผลการศึกษาให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสเป็นอีกหนึ่งกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจมากับครอบครัวและเน้นการพักผ่อนเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำแพ็คเกจที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ได้ ยกตัวอย่างเช่นแพ็คเกจ ที่ชื่อว่า “Eco Family Trip” แพ็คเกจนี้ไม่รวมค่าที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่พักได้เหมาะสมกับสมาชิกในครอบครัวที่มีทั้งเด็ก และผู้สูงอายุ โดยเสนอกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือการสำรวจถ้ำ/น้ำตก การนั่งเรือ/แพชมภูมิประเทศ และการดูนก/ส่องสัตว์ เป็นต้น ซึ่งจะเน้นกิจกรรมที่มีความเพลิดเพลิน และสะดวกสบาย โดยแพ็คเกจสำหรับครอบครัวนี้จะเสนอราคาค่าใช้จ่ายรวมทั้งครอบครัวโดยประมาณ 3,500 – 6,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายสามารถจ่ายได้ทั้งครอบครัว โดยกิจกรรมนี้จะเสนอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็นวันหยุดของสมาชิกในครอบครัว มีระยะเวลา 2 วัน โดยเฉพาะในช่วงเดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วง High Season เหมาะแก่การพักผ่อนของหลาย ๆ ครอบครัว

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ ณ สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีสามารถนำปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมาใช้วิเคราะห์เพื่อจัดกิจกรรมเชิงนิเวศ (Eco Tourism) ได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจนอกเหนือจากเรื่องของการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สมบูรณ์แล้ว ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐส่งเสริมให้มีการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ และคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติอย่างยั่งยืน ยกตัวอย่างเช่น หากคุณมีรีสอร์ทที่อยู่ติดริมแม่น้ำ คุณควรที่จะดูแลรักษาไม่เพียงเฉพาะแค่พื้นที่ของคุณแต่ควรรวมไปถึงแหล่งน้ำใกล้เคียงบริเวณที่พักด้วย หรือจัดทำเข้าร่วมโครงการ CSR กับทางภาครัฐในการเข้าดูแลรักษาบริเวณที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลัก ในด้านของ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในเรื่องของบรรยากาศภายในที่พักให้มีความสะอาด สะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของที่พักรถ สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น รวมถึงการให้บริการของพนักงาน มีความเอาใจใส่ต่องานบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ในส่วนของการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นผู้ประกอบการต้องจัดเส้นทางให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น มีบริการรถรับส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นถ้ำ น้ำตก บริเวณที่เป็นเส้นทางธรรมชาติ เป็นต้น

ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาค่อนข้างสูง จึงให้ความสนใจกับเรื่องของการมีส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ ที่เสนอจากผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในช่วง High Season ผู้ประกอบการสามารถจัดทำแพ็คเกจขายล่วงหน้า โดยให้ส่วนลดแก่ลูกค้าเพื่อจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากในช่วงเทศกาลที่พักรถจะหายากหรือในช่วง Low Season หากนักท่องเที่ยวจองแพ็คเกจเที่ยวกับทางที่พักจะได้ส่วนลดค่าที่พัก ในด้านการชำระเงิน ผู้ประกอบการควรมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่นชำระผ่านบัตรเครดิต หรือบัตรเครดิตได้ ในส่วนสุดท้ายที่ลูกค้าให้ความสนใจ คือการเก็บค่าเข้าชมหรือค่าผ่านทาง เพื่อเป็นการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในราคาที่เหมาะสม เช่น ค่าผ่านทางสำหรับการเข้าพักอุทยาน เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการมีสถานที่พักให้เลือกใช้บริการหลากหลายแห่ง ผู้ประกอบการสามารถจัดสร้างที่พัก หรือเพิ่มเติมขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น หากท่านมีรีสอร์ทที่เป็นบ้านพักอยู่แล้ว ท่านสามารถเพิ่มในส่วนของการเช่าเต็นท์และเพิ่มสถานที่กางเต็นท์ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหม่มีความสนใจในกิจกรรมการเดินท่อนอนพักแรม การที่ลูกค้ามาที่รีสอร์ทที่เดียวแต่สามารถเลือกสถานที่พักได้หลากหลายรูปแบบ และราคาที่ต่างกันทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ รองลงมาในส่วนที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีหลายรูปแบบ ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกตามความพึงพอใจ เช่น การเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ การจัดรถรางชมสถานที่เชิงนิเวศหรือการล่องเรือชมสถานที่เชิงนิเวศ เป็นต้น และในส่วนสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นจัดให้สมาชิกในชุมชนเป็นผู้ให้ความรู้ หรือเป็นไกด์ในการพาชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นเอง หรือสื่อออนไลน์ที่เป็น

สาธารณะเช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เป็นต้น รวมถึงการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ไว้คอยบริการ ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางเว็บไซต์ หรือการตอบข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ อย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ถึงแม้จะไม่ได้เลือกพักในตอนนั้น แต่ความรู้สึกในความประทับใจจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักได้ในภายหลัง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญต่อการมีสารคดีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำวีดิทัศน์นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามสถานที่ท่องเที่ยวหลัก และนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆเช่นการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา หรือความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กมลวรรณ นุชแสงพลี. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- กรมการท่องเที่ยว. (2556). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว 2556*. ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2557, จาก http://www.m-society.go.th/article_attach/11259/15586.pdf.
- กรมป่าไม้. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2557, จาก <http://chmthai.onep.go.th/chm/mountain/detail/ecotourism.html>.
- กรมอุทยานแห่งชาติ. (2540). *องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2557, จาก http://www.dnp.go.th/parkreserve/Np/Html/Tour/Factor_Eco.html.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2557, จาก http://gis.mots.go.th/opsgis/tour/standard_resident.aspx.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยวจ.ราชบุรี*. ค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2557, จาก http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621.
- เกษรี ศรีโปฏก. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จังหวัดราชบุรี. *อำเภอสวนผึ้ง*. (2552). *ประวัติอำเภอสวนผึ้ง*. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2557, จาก <http://suanpeung.blogspot.com/>.
- ชนุคร ชีร์วัฒนอมร. (2554). *ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬา และการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติ*. (การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ชลธิชา พู่เจริญ. (2550). *ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใน ต. แม่สลองนอก อ. แม่ฟ้าหลวง จ. เชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง).
- ปรีดี โชติช่วง. (2555). *นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2557, จาก <http://203.151.20.203/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>.

- เรนัส เสริมบุญสร้าง. (2555). บทที่ 1 ลักษณะและขอบเขตของการตลาด. ใน วรวิญญู และนิตยา ไชยชนะ (บรรณาธิการ), *หลักการตลาด*. (น. 1-14.). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สมชัย เบญจชย. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิชาการ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16 กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช).
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิทย์พัฒน.
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. (2551). *การตลาด: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัจชัย เสมอ. (2550). *ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา).
- เสาวนีย์ มูลสุวรรณ. (2551). *ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. (การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- Saunders M., Lewis P., & Thornhill A., (2000). *Research Methods for Business Students*. Essex: Pearson Education.