



## การศึกษาอิสระ

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน  
พื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS FACTORS RELATED TO  
ECOTOURISM IN THE AREA OF KLONGPHON VILLAGE, MUANG DISTRICT,  
CHUMPHON PROVINCE

นายภาคิน นาคพี่น้อง

รหัสนักศึกษา 63205066

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS FACTORS RELATED TO  
ECOTOURISM IN THE AREA OF KLONGPHON VILLAGE, MUANG DISTRICT,  
CHUMPHON PROVINCE

PAKIN NAKPEENONG  
STUDENT ID 63205066

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT  
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS ADMINISTRATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG  
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2021**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

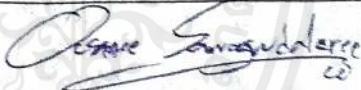


วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองการศึกษานิพนธ์

การศึกษานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมี  
ความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้าน  
คลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร  
INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS  
FACTORS RELATED TO ECOTOURISM IN THE  
AREA OF KLONGPHON VILLAGE, MUANG  
DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

ชื่อนักศึกษา  
รหัสประจำตัว  
ปริญญา  
สาขาวิชา  
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษานิพนธ์

นายภาคิน นาคพี่น้อง  
63205066  
บริหารธุรกิจบัณฑิต  
บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสาววัชร

อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษานิพนธ์	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสาววัชร	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุตินันต์ บุญนวล	
ดร. บิณิชา พุทธเกิด	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ  
สถานที่สอบ

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิระระ ศิลป์เสวตร์)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 13 เดือน ๕.๕ พ.ศ. ๖๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อการศึกษาอิสระ	ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมี ความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้าน คลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร
ชื่อ – สกุล	นายภาคิน นาคพิน้อง
รหัสประจำตัว	63205066
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร และ 2) ศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.950 นำมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติทดสอบสหสัมพันธ์ Correlation Analysis

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีสถานะโสด มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขาย โดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก มีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.12-0.28 และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.50 และด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง มีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.53-0.65 แต่ความสัมพันธ์ของแต่ละด้านนั้นมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 แสดงว่าปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการนั้น ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร โดยในด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขาย โดยพนักงานมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

**Project Title** INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS FACTORS RELATED TO ECOTOURISM  
IN THE AREA OF KLONGPHON VILLAGE, MUANG DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

**Name** Mr. Pakin Nakpeenong

**Student ID** 63205066

**Degree** Bachelor of Business Administration

**Major** Business Administration and entrepreneurship

**Academic Year** 2021

**Advisor** Assistant Professor Dr.Ousanee Sawagvudcharee

### Abstract

The objectives of this study are 1) study the levels of tourists' opinion on visiting the area of the village, and 2) study the factors of integrated marketing communication (IMC) related to ecotourism in the area of Khlong Porn village, Muang district, Chumphon province. The researcher applied Cochran formula for calculating a group of samples size with the confidence coefficient was 0.950. The data of the study were analyzed by using (1) descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and (2) inferential statistics using correlation coefficient analysis.

The study has found that most of the respondents were female, age range between 31-40 years old, have a bachelor's degree, engaged in self-employed business/entrepreneurship, single and had an income range between 30,001-40,000 Baht. When considering the hypothesis testing of the correlation between integrated marketing communications factors and the ecotourism in the area of Khlong Porn village, Mueang district, Chumphon province has found that the factors of integrated marketing communications were related to ecotourism in the area of Khlong Porn village, Muang district, Chumphon province. Moreover, in terms of advertising, public relations, sales promotion and sales by sales staff, these components had a very low correlation where the correlation value lies between 0.12 – 0.28. In terms of direct marketing, the correlation was low where the correlation value was at 0.50. The electronic communication network and special events were moderately correlated with the correlation value between 0.53-0.65. However, the correlation of each component was significantly greater than 0.05, indicating that integrated marketing communication factors affected ecotourism in Khlong Porn village, Muang district, Chumphon province. Furthermore, when considering advertising, public relations, sales promotion and sales by sales staff, the correlation was very low, direct marketing was correlated at a low level and electronic communication networks and special events were moderately correlated.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร สำเร็จได้เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือในการให้ข้อมูล คำปรึกษา จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ศึกษาขอขอบคุณอาจารย์ ดร.กิตติ แก้วเขียว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ โลวิชากรติกุล และอาจารย์ ดร.ปิณฑิชา พุทธเกิด และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาชี้แนะทางตรวจสอบรายงานติดตามความคืบหน้า รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องการศึกษาอิสระฉบับนี้มาทุกขั้นตอน และดูแลเอาใจใส่ให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษาในการทำการศึกษานี้ตลอดมา ตรวจสอบสอบถามให้คำปรึกษา แนะนำ และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนทำให้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบคุณคณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ทำให้การสอบการศึกษาอิสระเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณมารดา ขอขอบคุณพี่ ๆ และเพื่อน ที่คอยให้กำลังใจ กำลังทรัพย์ และให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านจนทำให้การศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จด้วยดี ซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการทำการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจทั่วไปในการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาต่อไปให้มีความทันสมัยและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์ จากการศึกษาอิสระเล่มนี้ ให้แต่ผู้มิคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างยิ่ง ที่ให้การศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ที่เป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นายภาคิน นาคพี่น้อง

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 พื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร.....	8
2.2 ทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ.....	8
2.3 ทฤษฎีการท่องเที่ยว.....	10
2.4 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
3.1 รูปแบบการศึกษา.....	30
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	31
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....	33

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	54
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	54
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	57
5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา.....	58
บรรณานุกรม .....	66
ภาคผนวก ก	
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ .....	70
ภาคผนวก ข	
แบบสอบถาม.....	77
ภาคผนวก ค	
ค่าคุณภาพแบบสอบถาม.....	84
ภาคผนวก ง	
ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์.....	92
ประวัติย่อผู้ศึกษา.....	124

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.1	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ.....	35
ตารางที่ 4.2	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอายุ.....	35
ตารางที่ 4.3	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	36
ตารางที่ 4.4	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอาชีพ.....	36
ตารางที่ 4.5	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามสถานะ.....	37
ตารางที่ 4.6	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเงินเดือน.....	37
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับของความคิดเห็นปัจจัยด้านการสื่อสาร ทางการตลาดแบบบูรณาการในภาพรวม.....	38
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการโฆษณา.....	38
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการประชาสัมพันธ์.....	39
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการส่งเสริมการขาย.....	41
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการขายโดยพนักงาน.....	42
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์.....	43
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านตลาดทางตรง.....	44
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ.....	45

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร.....	46
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว.....	46
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการมีส่วนร่วม.....	47
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว.....	48
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการเรียนรู้.....	49
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านสาธารณูปโภค.....	51
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	52
ตารางที่ 4.22	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	53

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรม ที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียน ต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่มียู่ และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีสภาพและการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาความสวยงาม ของแหล่งธรรมชาติที่มีอยู่มากมายในประเทศไทย เป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยวแต่การเปิดพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดการจัดการที่ดีทำให้แหล่งธรรมชาติหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรม และส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้น การวางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับหน่วยงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับ มาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตน จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ ประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบ และมีการจัดการอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และมีการกระจายรายได้ Ecotourism เป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำคำ 2 คำมารวมกัน ได้แก่ Eco และ Tourism คำว่า Eco แปลตามรูปศัพท์ว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัย ส่วน Tourism แปลว่าการท่องเที่ยว Ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ ดังตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชุมพร

ชุมพร คือ ประตูสู่ภาคใต้ เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานเมืองหนึ่ง จังหวัดเล็ก ๆ อย่างจังหวัดชุมพรนั้น หลายคนอาจคิดว่าเป็นแค่ทางผ่านเวลาลงภาคใต้ แต่ที่จริงแล้วมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้แวะชมอยู่ตลอดเส้นทางเลยทีเดียวนั้น ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน ธรรมชาติ และการผจญภัย หาดทรายรี สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมคู่มือเมืองชุมพรมาเนิ่นนาน นอกจากมีหาดทรายขาว น้ำใส ๆ ที่เหมาะกับการเล่นน้ำแล้ว ที่หาดทรายรียังเป็นที่ตั้งของศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ และเรือรบหลวงชุมพรอีกด้วย จุดชมวิวเขามัทรีอยู่ใกล้กับหาดทรายรี สามารถมองเห็นวิวกว้างไกลของทะเล และเป็นจุดชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระอาทิตย์ตกได้สวยงาม หาดทุ่งวัวแล่น จุดเด่นคือหาดทรายที่มีความยาวมาก มีรีสอร์ทเรียงรายตามแนวชายหาด รวมถึงร้านอาหารสไตล์ต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยวทุกวัน อนุสาวรีย์ยุวชนทหารครั้งสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อรำลึกถึงวีรกรรมของยุวชนทหาร ซึ่งยังเป็นเด็กนักเรียน แต่ต้องร่วมสงครามเพื่อชาติ บ้านเมือง อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน และเกาะต่าง ๆ น้ำตกกะเปาะ น้ำตกขนาดเล็ก แต่มีน้ำไหลตลอดปีบริเวณโดยรอบเป็นสวนป่าร่มรื่นเกาะพิทักษ์ชมวิถีชีวิตของชุมชนชาวประมงบนเกาะมีบริการโฮมสเตย์ พร้อมทั้งกิจกรรมที่น่าสนใจอีกมากมาย ชุมพรมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น การล่องแก่งที่แก่งบกไฟหินช้างในอำเภอพะโต๊ะ ล่องแพชมความงามที่แม่น้ำหลังสวน เดินป่าที่หน่วยจัดการต้นน้ำพะโต๊ะ เป็นต้น ความงามของโลกใต้ทะเลของชุมพรก็โดดเด่นไม่แพ้ที่ใด มีสรรพชีวิตมากมาย เช่น หอยมือเสือที่เกาะง่าม เกาะมัตตรา ปะการังสวยงามที่เกาะลังกาจิว เกาะง่าม กิจกรรมดำน้ำ ทั้งดำน้ำตื้นและดำน้ำลึกจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรพลาดเมื่อมาเที่ยวชุมพร ช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคมของทุกปี ที่ชุมพรยังเป็นแหล่งดูเหยี่ยวอพยพจากไซบีเรีย เหยี่ยวจะบินผ่านชุมพรนับหมื่นนับแสนตัวเลยทีเดียว ชุมพรยังมีท่าเรือไปเกาะเต่า ซึ่งอยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีแต่เดินทางไปจากฝั่งชุมพรจะใกล้กว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลางสามารถต่อเรือไปเกาะเต่าได้ที่ชุมพร ไม่ต้องไปถึงสุราษฎร์ธานี ชุมพรอุดมสมบูรณ์ด้วยอาหารการกินอาหารได้อย่างแกงปักษ์ใต้ ขนมจีน เป็นเมนูที่ไม่ควรพลาด อาหารเหล่านี้มีอยู่ทั่วไปทั้งในตัวเมือง และในอำเภอต่าง ๆ ทั่วชุมพร ส่วนใครที่เดินทางไปเที่ยวแถบชายทะเลต้องไม่พลาดอาหารทะเลสด ไม่ว่าจะปิ้ง กุ้ง ปู ปลา หอย โดยเน้นในเรื่องความสด ที่นี้ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการประมง จังหวัดชุมพรเป็นเมืองที่เก่าแก่ และมีความเป็นมาที่ยาวนาน ชุมพรเป็นประตูด่านแรกที่เข้าสู่ภาคใต้ มีหาดทรายทอดตัวยาวถึง 222 กิโลเมตร มีเกาะกว่า 30 เกาะ ความสวยงามของท้องทะเลสี่ครามความร่มรื่นอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติแนวปะการังดอกไม้ทะเล และฝูงปลาลากชนิด ทำให้ชุมพรเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยุคใหม่ นอกจากนั้นชุมพรยังเป็นเมืองผลไม้ที่มีผลไม้ขึ้นชื่อหลายชนิด และช่วงฤดูกาลผลไม้เดือน กรกฎาคม ถึง สิงหาคม ไม่ว่าจะปิ้งกล้วยเล็บมือ ทุเรียน ลองกอง เงาะ มังคุด เป็นต้น เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปสัมผัสถึงชีวิตของชาวสวน กิจกรรมภายในสวน รวมถึงอัมร่อยไปกับผลไม้ นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติที่สวยงามของป่า เทือกเขาหินปูน ตลอดสองข้างทางจะรายล้อมไปด้วยไปด้วยสวนผลไม้ตลอดทางบรรยากาศเต็มไปด้วยต้นไม้ ร่มรื่น เขียวชอุ่ม นอกจากนี้จังหวัดชุมพรยังมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์อีกด้วย จังหวัดชุมพร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอท่าแซะ อำเภอท่าแซะนั้นเป็นเมืองหน้าด่านของจังหวัดชุมพร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา และที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การเพาะปลูก มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านหลายสาย อำเภอปะทิว เป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดชุมพร สภาพพื้นที่เป็นภูเขาสูงสลับกับพื้นที่ราบโดยทั่วไป และมีพื้นที่ติดกับทะเลระยะทางประมาณ 80 กิโลเมตร อำเภอเมือง มีพื้นที่ประมาณเจ็ดร้อยห้าสิบลำรางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศเป็นเทือกเขา และเป็นพื้นที่ราษฎร์ เหมาะสำหรับการทำการเกษตร เทือกเขาที่เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร สำคัญสามสายของอำเภอ ที่ไหลไปทางตะวันออก เป็นเขตที่มีการเพาะปลูกต้นไม้ และผลไม้ยืนต้น พื้นที่ด้านตะวันออกเป็นพื้นที่ราบ อำเภอสวี ตั้งอยู่ฝั่งทะเลด้านตะวันออกของภาคใต้ อำเภอสวีนั้นตั้งอยู่บนที่ราบริมฝั่งทะเลด้านตะวันออกของไทยเป็นจังหวัด ที่รับลมมรสุมทั้งสองฤดูจึงมีฝนตกเกือบตลอดทั้งปีแต่อากาศเย็นสบาย อำเภอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุ่งตะโก เป็นพื้นที่ราบเชิงเขาทางตะวันตกทางตะวันออกนั้นติดกับชายฝั่ง มีชายหาดยาว 15 กิโลเมตร พื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกมาก และการทำประมงชายฝั่ง อำเภอหลังสวน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่า และเขามิที่ราบตามเชิงเขา และริมฝั่งแม่น้ำ ส่วนใหญ่เหมาะแก่การเพาะปลูกเช่นการทำสวนผลไม้หรืออาหาร และอุดมไปด้วยป่าไม้เบญจพรรณ อำเภอพะโต๊ะ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของชุมพร ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 114 กิโลเมตร ถือว่าเป็นอำเภอที่มีเนื้อที่มากเป็นอันดับสองของจังหวัดชุมพร อำเภอละแม สามารถแบ่งลักษณะทางกายภาพออกเป็นสามส่วน คือ ด้านตะวันตกเป็นป่า และเทือกเขา เป็นที่ตั้งของป่าสงวนแห่งชาติ ต่อเนื่องมาจนถึงด้านตะวันออกช่วงซึ่งเป็นที่ราบลุ่ม ไปจนถึงที่ราบชายฝั่งทะเลอ่าวไทยมีความยาวชายฝั่งประมาณ 15 กิโลเมตร

แหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีผู้เยี่ยมชมมากมายตลอดทั้งปี หรือนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ่อยมาก เนื่องจากบางที่ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ หรือบางที่อาจได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน มีการโฆษณา และการป่าวประกาศให้ผู้คนที่ตรงนี้ มีแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนนิยม และเนื่องจาก มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทำให้อาจไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทุกอย่าง เช่น แหล่งท่องเที่ยวเล็ก ๆ อย่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านคลองพรหมจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่ก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม เนื่องจาก ไม่ค่อยได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน และภาครัฐทำให้ไม่มีสื่อมาทำการโฆษณา แต่ในปัจจุบันนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการโฆษณา หรือใช้ในการสื่อสาร ไม่ได้มีเฉพาะของภาครัฐ และภาคเอกชนอีกต่อไป เนื่องจากเรามีอินเทอร์เน็ต ทำให้เราสามารถเชื่อมต่อทุกสิ่งทุกอย่าง หรือค้นหาทุกสิ่งทุกอย่างได้ เพียงปลายนิ้ว ทำให้หมู่บ้านสามารถที่จะทำการโฆษณาหรือเปล่าประกาศให้ผู้คนที่รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านได้ เนื่องจากจังหวัดชุมพรนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันขึ้นกลยุทธ์การโฆษณาต่าง ๆ อาจทำให้ไม่เห็นผลจึงจะต้องมีการใช้การตลาดหลาย ๆ รูปแบบเพื่อทำให้การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านนั้น เกิดผลสำเร็จมากที่สุด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของหมู่บ้านคลองพรหมหมู่บ้านคลองพรหมนั้น ถือเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จัก เนื่องจากไม่มีการทำพ็อร์ หรือการโฆษณาที่เหมาะสมทำให้ส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวมักจะเป็นผู้ที่เหนื่อยล้าจากการเดินทาง และแวะเข้ามาเพื่อที่จะพักผ่อน ระหว่างทางที่จะไปจังหวัดระนอง จึงทำให้ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักชุมชนบ้านคลองพรหมนั้น ยังไม่มีแผนการรองรับใด ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของกระแสหลัก และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะต้องเข้าไปทำการศึกษ และทำให้เกิดความตระหนักถึงการท่องเที่ยว ประกอบกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากหน่วยงานของรัฐทั้งองค์กรส่วนท้องถิ่น หรือแม้แต่ส่วนกลางเองก็ให้การสนับสนุน และให้ความรู้อย่างเต็มที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทำให้หมู่บ้านนั้น ๆ มีความเจริญมากขึ้นอีกทั้งความนิยมในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ในการเดินป่าหรือล่องแพ นำมาสู่ผลกระทบต่อธรรมชาติทั้งการตัดไม้หรือตัดฟันเพื่อนำมาบริการนักท่องเที่ยวการเพิ่มขึ้นของขยะ และเกิดการบุกรุกป่าเพิ่มขึ้นทำให้ที่จะต้องมีการให้ความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจังแก่ผู้นำชุมชน และชาวบ้าน เพื่อให้ธรรมชาติคงไปอยู่กับชนรุ่นหลังต่อไปไม่ใช่ใช้แล้วหมดไปจะต้องคำนึงถึงลูกหลาน ที่จะต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมร่วมกันด้วย เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางที่หลากหลายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ จะต้องมี การปรับตัว และรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ฉะนั้น การโฆษณาอย่าง เดียวจึงไม่เพียงพอในปัจจุบัน จะต้องมีการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถตอบโจทย์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) จึงเป็นตัวเลือกที่เหมาะสม ในการเผยแพร่โฆษณาหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร ต้องการที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือบุคคลภายนอกหมู่บ้าน เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจให้เข้ามาในหมู่บ้านมากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพื่อทราบถึงผลการศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

1.3.2 เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใน พื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 7 ด้าน ประกอบด้วย การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมการขาย, การขายโดยพนักงาน, เครือข่ายการ สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์, ตลาดทางตรง, การจัดกิจกรรมพิเศษ

1.5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้าน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว, ด้านการเรียนรู้, ด้าน สาธารณูปโภค, ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ขอบเขตด้านประชากร

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พื้นที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านคลองพร เป็นหมู่บ้านหมู่บ้านหนึ่งของ ตำบลวังใหม่อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นอำเภอที่อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร อยู่ทางใต้ของ ตัวเมืองชุมพร โดยประชากรที่สอบถาม คือ นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร จึงใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

### 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย

**การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ** เป็นหลักการตลาดที่จะใช้ช่องทาง การตลาดหลายรูปแบบ ร่วมกันแทนที่จะใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง เป็นการใช้องค์มือการสื่อสารทางการตลาด 4P หลากหลายรูปแบบร่วมกัน โดยที่เงื่อนไข คือ ทุกช่องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความชัดเจนในการสื่อสาร

**โฆษณา** เป็นการประกาศสินค้าหรือบริการให้ประชาชนโดยทั่วไปทราบ เป็นเครื่องมือสื่อสารทางเพื่อ บอกกล่าวให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าและความแตกต่าง รู้จักและก่อให้เกิดพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้น ในอดีตการเริ่มต้นของการโฆษณาจะเป็นลักษณะของการร้องป่าวประกาศเชิญชวน ปัจจุบันทำโดยเผยแพร่งานโฆษณา ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นต้น

**การประชาสัมพันธ์** คือการทำงานในการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณะ การประชาสัมพันธ์นั้นช่วยให้องค์กรหรือบุคคล ได้แสดงสู่ผู้ชม ผู้อ่าน โดยใช้เรื่องที่เป็นที่สนใจของสาธารณะ และใช้เป็นรายการงานข่าวโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรง กิจกรรมโดยทั่วไปเช่น การพูดในงานชุมนุม การทำงานร่วมกับแหล่งข่าว

**การส่งเสริมการขาย** กิจกรรมทางการตลาดที่อยู่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์หรือการขายสินค้าหรือบริการที่ขายโดยพนักงานขาย ซึ่งวัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายโดยปกติแล้วก็เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท โดยวิธีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายก็จะมีการเสนอสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ รวมถึงอาจมีการเสนอเงื่อนไขพิเศษที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและต้องการสินค้า ดังนั้นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับความมุ่งมั่นในการสร้างแรงจูงใจจึงเป็นกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ และไม่ว่าบริษัทคุณจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ ก็สามารถทำการส่งเสริมการขายที่มีความสร้างสรรค์และดึงดูดลูกค้าได้เช่นเดียวกัน

**การขายโดยพนักงาน** งานขายโดยใช้พนักงานขาย Personal Selling เรียกอีกอย่างว่า การขายโดยบุคคล เป็นการขายที่มีการติดต่อโดยตรงระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า ทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้มีโอกาสสนทนากัน ผู้ซื้อมีโอกาสได้รับทราบ รายละเอียดของสินค้าที่ตนเองอยากได้ซึ่งมีผลทำให้ตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ

**เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์** เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายด้วยการสื่อสารไปยังลูกค้าที่แบรนด์มีข้อมูลการติดต่อส่วนตัวอยู่แล้ว โดยข้อมูลเหล่านี้ก็มักจะมาจากการที่ลูกค้ามาติดต่อหรือให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ก่อนหน้านี้ (Personal Selling) เมื่อแบรนด์ออกสินค้าใหม่หรือมีโปรโมชั่นอะไรก็สามารถส่งข้อมูลดังกล่าวไปหาลูกค้าได้โดยตรง

**ตลาดทางตรง** การทำการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคโดยตรง โดยอาศัยสื่อใดสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายให้โอกาสในการตอบกลับ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาฐานข้อมูลของลูกค้า (customer database) ขึ้นมาด้วย

**การจัดกิจกรรมพิเศษ** งานที่จัดขึ้นมาด้วยจุดประสงค์พิเศษ บางอย่าง ทั้งแบบที่จัดขึ้นเป็นประจำ หรือไม่เป็นประจำก็ได้โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานที่หลากหลายและมีวัตถุประสงค์พิเศษเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่น่าสนใจ แปลกใหม่และแตกต่างให้กับผู้ที่เข้าร่วมงาน

**ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว** การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสมทำให้มั่นใจได้ว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจะรักษาความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนความเป็นของแท้ ทรัพยากรและเอกลักษณ์ของ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจไว้

**ด้านการมีส่วนร่วม** การที่ผู้นำเปิดโอกาสให้ผู้ตามทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงานเท่าที่ จะสามารถกระทำได้

**ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว** การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาว ชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทางด้านการเกษตร เกษตรกรรม วิธีการดำรงชีวิต วัฒนธรรมและประเพณี เป็นการนำเอาทรัพยากร หรือวัตถุดิบที่มีอยู่มาใช้ มา ทำให้เกิดการเรียนรู้ มาทำให้เกิดประโยชน์

**ด้านการเรียนรู้** การได้รับความรู้ พฤติกรรม ทักษะ คุณค่า หรือความพึงใจ ที่เป็นสิ่งแปลกใหม่หรือ ปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ และอาจเกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์สารสนเทศชนิดต่าง ๆ ผู้ประมวลทักษะของการเรียนรู้ เป็นได้ทั้งมนุษย์ สัตว์ และเครื่องจักรบางชนิด ความก้าวหน้าในการเรียนรู้เมื่อเทียบกับเวลาที่มีแนวโน้มเป็นเส้น โค้งแห่งการเรียนรู้

**ด้านสาธารณูปโภค** บริการสาธารณะที่จัดทำเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในสิ่งอุปโภคที่จำเป็น ต่อการดำเนินชีวิต เช่น การไฟฟ้า การประปา การเดินรถประจำทาง โทรศัพท์

**ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม** ธรรมชาติคือแหล่งกำเนิดและเป็นที่พักพิงของทุกชีวิตบนโลก และ ทรัพยากรธรรมชาติก็เปรียบเป็นสมบัติล้ำค่าของมนุษย์ แต่ยิ่งเกิดการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้นเท่าไร ปัญหา ทรัพยากรธรรมชาติก็ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเท่านั้น เรานำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์จนหลงลืมไป ว่ามันมีวันหมด ลดน้อย หรือเสื่อมโทรมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร” โดยผู้ศึกษาได้วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และศึกษาข้อมูลต่าง ๆ พร้อมทั้งเอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 พื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร
- 2.2 ทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ
- 2.3 ทฤษฎีการท่องเที่ยว
- 2.4 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 พื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

หมู่บ้านคลองพรนั้น เป็นหนึ่งในหมู่บ้าน ที่มีการจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านนั้น ตั้งอยู่บนถนนเพชรเกษม ซึ่งเป็นทางผ่านจากชุมพรไปที่ระนอง หมู่บ้านได้เห็นความสำคัญของธรรมชาติ การดำเนินชีวิตแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคุณจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวชุมชนท่ามกลางธรรมชาติ ชมกิจกรรมต่าง ๆ และลงมือปฏิบัติ เช่น การทำเครื่องประดับจากลูกไม้ หรือลิ้มรสผลไม้และอาหารท้องถิ่น คุณจะได้อยู่ท่ามกลางความหลากหลายของพืชสมุนไพรนานาชนิด การทำผลิตภัณฑ์ หรือปรุงยาจากสมุนไพร ที่ยังคงศิลปะและวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการทำขนมโบราณ หรือการแสดงดนตรี การทำบุญใส่บาตรพระ หรือการทำบุญที่วัด เรียนรู้วิถีดั้งเดิม ที่ยังคงไว้ได้อย่างน่าชื่นชม เช่น ก่อเจดีย์ทราย หรือการเย็บใบตอง หมู่บ้านมีประชากรประมาณ 200 คน

#### 2.2 ทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

IMC (Integrated Marketing Communication) เป็นการสื่อสารทางการตลาดไปยังช่องทางต่าง ๆ ที่ต้องมีความสอดคล้องกันของข้อมูลที่สื่อสารออกไป จนสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในประเด็นการสื่อสารเหล่านั้นกับลูกค้าได้ แทนที่จะใช้เพียงช่องทางเดียวในการสื่อสาร หรือในอีกความหมายหนึ่ง IMC ก็คือการสื่อสารทางการตลาดที่ใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่าง Promotion ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในพื้นฐานการตลาด 7Ps ให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั่นเอง จะเรียกว่าเป็นทฤษฎีการตลาดที่แยกมาจาก Promotion ใน 7Ps ก็ไม่ผิด โดยเครื่องมือการสื่อสารอย่าง Promotion จะถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือของ IMC อีกที โดยจะสามารถแบ่งช่องทางการสื่อสารได้ทั้งหมด 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) Sales Promotion เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายทางการตลาดที่เราพบเห็นกันได้บ่อยที่สุด ส่วนใหญ่แล้วจะถูกจัดเป็นกิจกรรมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการ ลด แลก แจก แถม ทดลองใช้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้า โดยประโยชน์ที่จะได้รับจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการขายประเภทนี้คือ ให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหากลูกค้ามีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ ก็จะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ หรือได้ผลถึงขั้นการบอกต่อในคุณภาพด้วย Sales Promotion เป็นเพียงกิจกรรม หรือการส่งเสริมที่มีระยะเวลาสั้น ส่วนมากแล้วมักจะจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงงานเทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ เพราะการจัด Sales Promotion บ่อยเกินไปอาจส่งผลให้กำไรต่อหน่วยลดลงอย่างมาก 2) Advertising คือการ ‘โฆษณา’ นั่นเอง เป็นอีกการส่งเสริมการขายที่นิยมเป็นอย่างมากเช่นกันกับ Sales Promotion จุดประสงค์หลักของการทำโฆษณาใน IMC ก็คือการสร้าง Brand Awareness หรือสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ ตัวอย่างการใช้งาน และผลที่ได้จากการใช้งาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของลูกค้า อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายของลูกค้านั้น ๆ อยู่โดยแบ่งเป็นประเภทช่องทางการสื่อสารใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภทก็คือ Online และ Offline เลือกสื่อสารตามข้อมูลกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์นั้น ๆ หากใครยังไม่เข้าใจความแตกต่างของการสื่อสารทั้ง 2 ช่องทางนี้ให้ลองเข้าไปอ่าน Below the line vs Above the line ที่จะกล่าวถึงช่องทางการสื่อสารทั้ง 2 ให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น 3) Personal Selling เป็นการส่งเสริมการขายทางการตลาดให้กับแบรนด์ด้วย ‘พนักงานขาย’ เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าโดยตรง ซึ่งเป็นไปได้ทั้ง 2 ทางคือ การขายหน้าร้านที่พนักงานจะมาให้บริการให้คำแนะนำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และการไปเสนอสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ หากเกิดความสนใจก็จะสามารถปิดการขายได้ตอนนั้นเลย ข้อดีของ Personal Selling ก็คือ การได้โต้ตอบกับลูกค้าได้รับรู้สิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ จากการพูดคุยต่อหน้า รวมไปถึงการรับ Feedback ที่มีต่อสินค้าได้โดยตรง ทั้งนี้การปลูกฝังทักษะในการสื่อสารที่ดีให้กับ ‘พนักงาน’ เป็นหัวใจสำคัญของข้อนี้ หากสามารถทำให้ลูกค้าพอใจได้ในเวลาอันสั้น ก็จะทำให้ลูกค้าเลือกตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น 4) Public Relation หรือที่เราเรียกติดปากกันว่า การ PR ก็คือการ ‘ประชาสัมพันธ์’ ตรงตามความหมายของมัน เป็นช่องทางที่ไม่ได้มุ่งเน้นหรือมีจุดประสงค์ที่การเสนอขายสินค้าเป็นหลัก แต่เป็นการสื่อสารที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจำเป็นที่จะต้องมิติศทางการสื่อสารเหมือนกับช่องทางอื่น ๆ ที่ได้ทำมา ยกตัวอย่างให้เห็นภาพชัด ๆ เช่น การ PR ถึงมาตรฐานของสินค้าที่ได้รับการรับรองและน่าเชื่อถือ หรือแม้แต่การเปิดเผยกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้านั่นเอง การ Public Relation หรือการ PR ที่เราเรียกกันจะไม่ค่อยส่งผลกับตัวยอดขายโดยตรงจนเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน แต่ผลจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ จวบจนมีผลต่อยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นจากภาพลักษณ์ที่ผู้คนได้เห็นและรู้สึกไปในทิศทางบวกนั่นเอง 5) Direct Marketing เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายด้วยการสื่อสารไปยังลูกค้าที่แบรนด์มีข้อมูลการติดต่อส่วนตัวอยู่แล้ว โดยข้อมูลเหล่านี้ก็มักจะมาจากการที่ลูกค้ามาติดต่อหรือให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ก่อนหน้านี้ (Personal Selling) เมื่อแบรนด์ออกสินค้าใหม่หรือมีโปรโมชั่นอะไรก็สามารถส่งข้อมูลดังกล่าวไปหาลูกค้าได้โดยตรง ยกตัวอย่าง เช่น ลูกค้าที่มีความสนใจในสไตล์เสื้อผ้าของแบรนด์หนึ่ง เมื่อมีคอลเลกชันใหม่ ๆ เข้ามา ทางแบรนด์ก็จะส่งข้อมูลคอลเลกชันใหม่ไปให้ลูกค้าที่มีความสนใจก่อนหน้านี้ได้โดยตรง ซึ่งการ Direct Marketing จะได้ผลกับลูกค้าที่มีความสนใจในแบรนด์อยู่แล้ว เมื่อมีสินค้าใหม่หรือสิ่งที่ยังไม่เคยพบเห็นเกี่ยวกับแบรนด์ เขาก็จะมีความสนใจต่อสินค้าของแบรนด์นั้นเป็นพิเศษ จนอาจส่งผลไปสู่การตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็วก็เป็นได้ นี่ก็คือ 5 ช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายที่รวมอยู่ใน IMC (Integrated Marketing Communication) โดยทั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5 ข้อนี้จะต้องมีลักษณะการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน หรือมีช่องทางใดช่องทางหนึ่งสื่อสารแตกต่างออกไปก็อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกับลูกค้าได้ว่าควรเชื่อถือช่องทางไหนกันแน่ จนนำไปสู่ผลเสียกับการสื่อสารของแบรนด์ แต่ถ้าหากว่าเพื่อน ๆ เข้าใจช่องทางทั้ง 5 อย่างเชี่ยวชาญและส่งการสื่อสารออกไปในทิศทางเดียวกันได้ ก็จะเป็นการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้หลากหลาย จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อที่จะสร้างรายได้ให้กับแบรนด์จากหลากหลายช่องทางไม่ใช่เพียงทางใดทางหนึ่งนั่นเอง

## 2.3 ทฤษฎีการท่องเที่ยว

### 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (The meaning of Tourism)

ในปี (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: W.T.O.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose” จากความหมายนี้ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงคใด ๆ ก็ได้แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ในพจนานุกรม Webster’s Third New International Dictionary (2002) ได้ให้ความหมาย ของคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหาสุขารมณ์ หรือเพื่อความรู้อาทิวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้นคำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทาง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทาง ภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ ความหมายไว้ข้างต้น สรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จาก สถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิการแข่งขันกีฬาซีเกมส์โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อประชุม สัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Components of Tourism)

บุษบา สิทธิการ และ สิริวัฒนา ใจมา (2562) ยังได้กล่าวถึงการพิจารณาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาที่สำคัญอีก 2As ได้แก่

1) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากหากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่มีความพร้อมในด้านที่พัก ย่อมส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวทางการท่องเที่ยวโดยตรงหากที่พักในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความหลากหลายและสะดวกสบาย ก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเพื่อมาพักผ่อนและท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง

- 1.1) โรงแรม
- 1.2) รีสอร์ท
- 1.3) เกสต์เฮ้าส์
- 1.4) โฮมสเตย์
- 1.5) วิลเลจเนสเตร์
- 1.6) เต็นท์ค้างคืน

2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมประเพณีและเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ทั้งกิจกรรมขนาดใหญ่และกิจกรรมขนาดเล็ก มีกำหนดการและควบคุมการจัดกิจกรรมให้มีความเหมาะสมและปลอดภัย เช่น กิจกรรมการดำน้ำ ล่องเรือแคนู เทศกาลดอกไม้ เทศกาลอาหาร และการประกวดแข่งขันต่าง ๆ เป็นต้น

- 1) ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
  - 1.1) เดินป่าเที่ยวชมธรรมชาติ
  - 1.2) ล่องแก่ง
  - 1.3) ล่องแพไม้ไผ่
  - 1.4) ล่องเรือยาง
  - 1.5) นั่งเกวียน
  - 1.6) ชี่ช้าง ชี่ม้า
- 2) ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
  - 2.1) ประเพณีชนเผ่า
  - 2.2) ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่
  - 2.3) บายสีสูชวัญ
- 3) ท่องเที่ยวจัดแสดง และการแข่งขันกีฬา
  - 3.1) การแสดงชนเผ่า
  - 3.2) โรงละครหรือการละเล่นท้องถิ่น
  - 3.3) งานแสดงดนตรีพื้นบ้านท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.4) แข่งเรือประเพณีในแม่น้ำโขง
- 3.5) เทศกาลอาหารท้องถิ่น
- 3.6) งานประกวดและแข่งขันต่าง ๆ

### 2.3.3 ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

1) การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลีในปี ค.ศ. 1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่าการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อมีเวลาว่าง เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ และเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mill 1990)

2) การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังนี้คือการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

3) การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวชนิดนี้ มีรูปแบบดังนี้

1.1) กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism)

1.2) กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short- Haul)

1.3) กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงานกีฬา การเยี่ยมญาติ การประชุม เพื่อสุขภาพ

1.4) กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนอาจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home stay) และการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก

1.5) กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

1.6) กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive travel and visits)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7) กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social tourism)

### 2.3.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

ดําเกิง โถทอง และคณะ (2560) ได้กล่าวถึง การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบ ดังนี้ ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกล่าวคือ ในการจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม หรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience)

ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 6 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงผลออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมราฟ้อน และเข้าร่วมพิธี ทางศาสนาต่าง ๆ

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตดั้งเดิมที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว กลับมาสร้างสีสันดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดอาหารงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การรำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะ และหัตถกรรมรุ่นโบราณ ๆ ไว้บริการด้วย เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourist) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์โบสถ์วิหารวังต่าง ๆ การแสดงแสง สี เสียงเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม เน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพที่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา นํ้าพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิตตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด ที่แนวต้นปาล์มไมสว สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิส ชั้นเลิศ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ทั้งนี้แล้วแต่ ความต้องการของนักท่องเที่ยว

## 2.4 ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### 2.4.1 ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้เจริญเฟื่องฟูรุดหน้ามาตามลำดับ เป็นผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนมูลค่านับแสนล้านบาท ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในด้านตรงกันข้ามการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และภาพพจน์ของการท่องเที่ยวถดถอยลง การจัดการการท่องเที่ยวโดยทั่วไปมักจะประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม ภายใต้ความต้องการของประเทศในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ และกระแสของโลกที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้านดังนี้

- 1) ด้านกระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
- 2) ด้านกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวในการศึกษา เรียนรู้สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
- 3) ด้านกระแสความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

จาก 3 กระแสนี้จึงทำให้เกิดแนวคิดของ Dowling (2021) นักวิชาการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (PATA) องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ที่ป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อรักษาระบบนิเวศของธรรมชาติ นั่นคือ Green Tourism หรือ Ecotourism อย่างยั่งยืน (All tourism should be sustainable tourism) และนักวิชาการในอุตสาหกรรมทั้งจากยุโรป สหรัฐอเมริกาต่างให้คำจำกัดความของ Ecotourism บนพื้นฐานองค์ประกอบว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible) ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural-based tourism) มีการจัดการสิ่งแวดล้อม(Environmental management) และการให้ความรู้ การศึกษาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม (Environmental education based tourism) โดยประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ (community based participation) ร่วมคิด ดำเนินการ ได้รับผลประโยชน์ และบำรุงรักษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ในปัจจุบันแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ( Ecotourism) ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการสร้างจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยว และตระหนักถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรม

ในยุคศตวรรษที่ 21 สถานการณ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ผู้คนเริ่มมีความสนใจและรู้จักคำว่า “อีโค ทัวริซึม (Eco-tourism)” กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวงการนักวิชาการ และแวดวงการท่องเที่ยว จึงเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ดังนั้นจึงมีคำกล่าวถึงการท่องเที่ยวชนิดนี้ไว้หลายคำ อาทิ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ นิเวศสัญจร นอกจากนี้ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ “Nature Tourism” หรือ “Bio-tourism” หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“Green tourism” แทน แต่มักนิยมเรียกเป็นภาษาไทยว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” หรือภาษาอังกฤษว่า Eco-tourism ซึ่งมาจากรากศัพท์คำว่า “Ecology” (นิเวศวิทยา)” ผสมกับคำว่า “Tourism (การท่องเที่ยว)”(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยป่าไม้ 2562)

#### 2.4.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน Clare A Gunn (2020) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถทำให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนของท้องถิ่น ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจด้วย

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อแวดล้อม ธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และรักษาระบบนิเวศท้องถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจรวมถึงความสามารถ และสร้างกำลังใจให้กับชุมชนชนบทได้พึ่งตนเองอีกด้วย

คณะกรรมการการท่องเที่ยวและการกีฬา (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้ และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ Ceballos - Lascurain (2020) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

#### 2.4.3 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการคือ

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆองค์ประกอบด้านพื้นที่ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based tourism)

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึง การอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม Ralf Buckley (2000) ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางธรรมชาติ และมีการจัดการอย่างยั่งยืนสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ การจัดการสิ่งแวดล้อม และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ปฏิบัติตาม ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass root) จนถึงการปกครองท้องถิ่น อาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community participation-based tourism)

#### 2.4.4 หลักการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

พยอม ธรรมบุตร เอกสารประกอบการศึกษา (2562) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ว่ามีหลักการดังนี้

1) Nature based เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ด้านสภาพภูมิศาสตร์ และด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักสำคัญที่ว่าจะต้องอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเหล่านั้นไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2) Sustainable managed การท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามจัดการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม หรือให้กระทบน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) Inclusive of social and cultural aspects การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึงการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ตลอดจนวิถีชีวิต เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และประเทศ ซึ่งเป็น จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลายเหล่านั้น

4) Environmentally educative ต้องให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมทั้งต่อนักท่องเที่ยว และประชากร ในท้องถิ่น ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เป็นการศึกษาที่ต้องการจะหยั่งรากลึกกลง ในจิตสำนึกของแต่ละคน ในอันที่จะทะนุถนอมไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเรา

5) Benefit and involvement of local people การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เน้นตรงจุดที่ว่าในการ จัดการการท่องเที่ยว ประชาชนบนพื้นที่ต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการวางแผนตัดสินใจ การลงมือ ปฏิบัติ และการประเมินผล การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนของตน และสามารถได้รับผลประโยชน์จาก กำไรของการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะเป็นกุญแจสำคัญ ไขไปสู่การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น นั้นเอง

6) Product authentic การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากมุมมองเชิงตลาด มีจุดเน้นว่าผลิตภัณฑ์ คือ ทัวร์ ต่าง ๆ นั้น จะต้องเป็นทัวร์ที่มีลักษณะครบตามเกณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว ตามข้อ 1-5 มิใช่การนำเอาชื่อ Ecotourism ไปติดบนผลิตภัณฑ์เดิมเท่านั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีลักษณะโดดเด่น เป็น ของแท้ จัดการได้

7) Tourist satisfaction ความพอใจของนักท่องเที่ยว นับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นักท่องเที่ยวที่พอใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก กิจกรรมที่เสนอต่อนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะต้องเป็นกิจกรรมที่ ตรงหรือเกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จะต้องอยู่ในกรอบของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

#### 2.4.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รายงานการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อรักษา ระบบนิเวศ (พ.ศ.2561) ได้จัดแบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกเป็น 3 หมวด รวม 19 กิจกรรม ประกอบด้วย

1) กิจกรรมเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ (9 กิจกรรม) ได้แก่ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติส่องสัตว์/ดูนก เที่ยวถ้ำ/น้ำตก พายเรือ (แคนู คายัค เรือใบ กระดานโต้ลม) ดำน้ำ ดูปะการัง (น้ำตื้น น้ำลึก) ตั้งแคมป์ ล่อง แพ/ล่องเรือยาง ซิມ่า/นั่งช้าง

2) กิจกรรมกึ่งนิเวศ (5 กิจกรรม) ได้แก่ ถ่ายรูป บันทึกภาพ/เสียง ศึกษาท้องฟ้า ชี้อภินิหารท่องเที่ยว (เสือภูเขา) ปีน/ไต่เขา ตกปลา

3) กิจกรรมส่งเสริมทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ (5 กิจกรรม) ได้แก่ ชมความเก่าแก่ ลักษณะ เฉพาะตัวของแหล่งประวัติศาสตร์, ศึกษาเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์ ศึกษาชื่นชม งานศิลปกรรมและวัฒนธรรม ร่วมกิจกรรม เรียนรู้พฤติกรรมของผู้คน การศึกษาเรียนรู้ การผลิต ของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถจำแนกองค์ประกอบหลัก ๆ ที่สำคัญได้ 4 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เอกสารงานวิจัยในประเทศ

โสวัตรี ฦ กลาง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อระบบนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนแต่ละแห่งของพื้นที่การศึกษามีการปรับตัวเพื่อตอบรับกับกระแสพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีการถ่ายทอดจากอดีตยังคงปรากฏในระดับหนึ่ง และถูกนำมาผสมเข้ากับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกนำมาเป็นจุดยืนของการสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้ แม้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคงอาศัยฐานคิด เรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน หากแต่ไม่ปรากฏวิถีคิดดังกล่าวที่เป็นรูปธรรมมากนัก การศึกษาครั้งนี้ ยังพบว่า วัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนลักษณะวิถีคิดของชุมชนท้องถิ่นก็มีแนวโน้มเป็นแบบเมืองและตอบสนองต่อสนิยม และการบริโภคของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

จุฑารัตน์ ขาวคม (2560) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวต่อประชาชนท้องถิ่นในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด สำหรับผลการศึกษาระดับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว พบว่า ประเด็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทางด้านบวกที่ปรากฏในระดับสูง คือ การสร้างงานสร้างอาชีพมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้มากขึ้น มีการขยายการลงทุน การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ โครงสร้างด้านการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงส่วนประเด็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวทางด้านลบที่ปรากฏในระดับสูง คือการเปลี่ยนแปลง การถือครองที่ดิน การอพยพแรงงานจากถิ่นอื่น การนำเข้าแรงงานจากต่างถิ่นค่าครองชีพสูงขึ้น สินค้ามีราคาสูงขึ้น สูญเสียศักยภาพด้านเศรษฐกิจชุมชน ส่วนประเด็นด้านต่าง ๆ ที่เหลือปรากฏผลกระทบระดับปานกลาง สรุปได้ว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบวกและด้านลบมีค่าเฉลี่ยผลกระทบระดับปานกลาง ส่วนระดับความพึงพอใจของประชาชนด้านเศรษฐกิจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ประชากรมีระดับความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ของภูมิหลังประชากร ได้แก่ ระยะเวลาการตั้งถิ่นฐาน รายได้จากการท่องเที่ยว อายุ และระดับการศึกษา ที่มีต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจ จากการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและลบ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบวกและลบ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบวกและลบ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบวกและลบ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว เฉพาะทางด้านบวกเท่านั้น

จรรยา ตันจาทูรนต์ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล พบว่า หน่วยงานราชการมีส่วนในการนำนโยบายดังกล่าวไปดำเนินการตามแผน แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ทราบจากสื่อมากกว่าเจ้าหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมกระตุ้น และส่งเสริมโดยประสานกับภาครัฐเอกชนและท้องถิ่น โดยที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ส่วนใหญ่ก็จะให้ความร่วมมือสำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือ หน่วยงานราชการมีปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัดส่งผลให้เกิดความล่าช้า และขาดประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม และขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

ธีรวดี จำเดิม (2560) ได้ศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ภาครัฐได้เข้ามาส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเวียงกุมกามอย่างรวดเร็วและมีลักษณะการพัฒนาที่มาจากส่วนบน (รัฐบาล) ลงสู่ส่วนล่าง (ชุมชน) เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ชุมชนจึงขาดความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยว และขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลกระทบที่เกิดขึ้นจึงเป็นด้านลบมากกว่าด้านบวก กล่าวคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจพบว่า เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ชุมชนมีทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น แต่เกิดปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ จากการท่องเที่ยว ปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึงและปัญหาที่เกิดจากฤดูกาลท่องเที่ยว ผลกระทบด้านสังคม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว สร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่กลุ่มเยาวชน ช่วยเพิ่มบทบาทและสร้างเสริมสุขภาวะให้แก่ผู้สูงอายุภายในชุมชนเนื่องมาจากการร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ในด้านลบจากปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทำให้ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนเสื่อมถอยลง เกิดปัญหาชุมชนกลัวการถูกเวนคืนที่ดิน หรือในกรณีที่ถูกเวนคืนแล้วแต่ได้รับค่าชดเชยน้อยจึงไม่คุ้มค่า ชุมชนเกิดความหวาดระแวงในความปลอดภัย เพราะชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เป็นชุมชนเปิดและมีบุคคลภายนอกเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก ส่วนผลกระทบด้านวัฒนธรรมการท่องเที่ยวช่วยฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่นเกิดศูนย์วัฒนธรรมและแหล่งเรียนรู้ทางสังคม แต่เนื่องจากความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงทำให้คนในชุมชนลดความศรัทธา และเข้าวัดน้อยลงเพราะเห็นว่า วัด เป็นแหล่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว และจากการพัฒนาเวียงกุมกามให้เป็นเมืองประวัติศาสตร์ จึงเกิดการจกฏระเบียบและข้อบังคับในการใช้ที่ดินในชุมชน การท่องเที่ยวทำให้เกิดการนำโบราณสถานทางพุทธศาสนาไปใช้ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างไม่เหมาะสม เช่น การจัดงานรื่นเริงภายในบริเวณโบราณสถาน โดยบริษัทนำเที่ยว หรือการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวและในส่วนของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยในการสร้างความตระหนักในการดูแลอนุรักษ์โบราณสถานเวียงกุมกาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กามและยังช่วยพัฒนาปรับปรุงสาธารณูปโภคให้แก่ชุมชน แต่การท่องเที่ยวก็ทำให้เกิดปัญหามลพิษทางเสียง ฝุ่น และปัญหาขยะ นอกจากนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการวางแผนและการสนับสนุนอย่างไม่ต่อเนื่องของภาครัฐ ได้สร้างภาระด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนอีกด้วย จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐส่งเสริมให้ชุมชนมีการจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยรัฐมีบทบาทในฐานะเป็นที่เลี้ยงของชุมชน และให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนให้ความรู้ และพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน กระตุ้นให้เกิดความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและชุมชนควรร่วมมือร่วมใจในการสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

อธิฏฐาน พงศ์พิศาล (2561) ได้ศึกษาผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้โครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ ผลการศึกษา การที่บริเวณพื้นที่อันเป็นที่ตั้งของบ้านไทย – จังโหลน มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว นั้น ส่งผลให้เมืองเกิดการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงสภาพจากการทำสวนยางและการค้าขายแดนไปเป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านธุรกิจบริการ (อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ ที่มีทั้งอาคารพาณิชย์ โรงแรม สถานบันเทิง ร้านค้า โดยมีจุดเน้นของชุมชนเป็นแหล่งบันเทิง ประเภท สถานเริงรมย์ ซึ่งทำให้เศรษฐกิจพื้นที่เจริญขึ้น แต่ในขณะเดียวกันพื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นแหล่งแสวงหาประโยชน์จากคนหลากหลายกลุ่ม หลากหลายอาชีพ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เองนำมาซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นชุมชนด้านบวกและด้านลบ

ธวัชชัย มานิตย์ (2562) ได้ศึกษาผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่น : กรณีศึกษาตำบลเวียงใต้ อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวได้เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ชุมชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วระบบโครงสร้างพื้นฐานได้รับการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจประชาชนมีงานทำ และทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น ด้านสังคมและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะไม่เกี่ยวข้อง กับกิจกรรมทางสังคมของชุมชนโดยตรงแต่กระแสวัฒนธรรมใหม่ que เข้ามากับการท่องเที่ยว มีส่วนทำให้สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนป่วย มีการเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นส่งผลให้ชุมชนได้รับผลกระทบทางด้านกายภาพมากที่สุด การใช้ที่ดินอาคารและสิ่งก่อสร้าง เกิดความแออัด ไม่เป็นระเบียบ ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมชุมชน โดยรวมการเพิ่มขึ้นของประชากรอย่างรวดเร็วส่งผลให้ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ ไม่สามารถรองรับได้การเพิ่มขึ้นของขยะมูลฝอย น้ำเสีย มลพิษทางอากาศ เสียงดังรบกวนส่งผลกระทบต่อทางด้านสิ่งแวดล้อมชุมชน การท่องเที่ยวส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของชุมชนดีขึ้น แต่เมื่อพิจารณาถึงการกระจายรายได้ที่ชุมชนได้รับถือว่ายังไม่ทั่วถึง มีเพียงประชาชนส่วนหนึ่งเท่านั้นที่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว ชุมชนต้องแบกรับค่าครองชีพที่สูงขึ้นจากราคาสินค้าอุปโภค บริโภคที่มีราคา การท่องเที่ยวได้กลายเป็นตัวเร่งให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อความสัมพันธ์ของชาวบ้านภายในชุมชน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การไหลบ่าเข้ามาของวัฒนธรรมต่างถิ่น ส่งผลให้ลักษณะการบริโภค การแต่งกาย ภาษา ค่านิยมและความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนเริ่มเสื่อมถอยลง เกิดปัญหาสังคม ปัญหายาเสพติด ปัญหาลักทรัพย์ และปัญหาความแตกแยกภายในชุมชนแนวทางในการลดปัญหาผลกระทบทางลบสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม การท่องเที่ยวที่ผ่านมาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของชุมชนไม่อาจแก้ไขได้ด้วยการสร้างความตระหนักของชุมชนเพียงอย่างเดียว การเรียนรู้ในแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจากชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและการรักษาความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม สร้างความตระหนักแก่สังคมในการส่งเสริมสิทธิชุมชนในการกำหนดแนวทางในการพัฒนา และการส่งเสริมให้ผู้คนในสังคมมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ท่องเที่ยวด้วยความรับผิดชอบ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนต่อไป

ศิริพงษ์ กิจดาเนิน (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวในด้านสังคมและวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนป่าตอง อำเภอกระทู้ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาที่ส่งผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชนอยู่ในระดับสูงได้แก่ปัญหาค่าครองชีพ และปัญหาโรคเอดส์และกามโรค ส่วนปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ปัญหาอุบัติเหตุ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม และวิถีการดำเนินชีวิต ปัญหาการขายบริการทางเพศ ปัญหายาเสพติด ปัญหาทัศนอุจาดและปัญหาอาชญากรรม ในการป้องกันแก้ไขปัญหาค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยรัฐจะต้องควบคุมราคาสินค้า บังคับใช้กฎหมายกับผู้เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และจัดให้มีสินค้าราคาถูก ปัญหาโรคเอดส์และกามโรค ป้องกันแก้ไขโดยสวมถุงยางอนามัยทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์ และการไม่สำส่อนทางเพศ ปัญหาอุบัติเหตุป้องกันแก้ไขโดยการปฏิบัติตามกฎจราจร สวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง เมื่อมีการขับขีรถจักรยานยนต์และเมาไม่ขับ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิต ป้องกันแก้ไขโดยให้การศึกษาแก่เยาวชนในสถานศึกษา และรณรงค์เผยแพร่ให้เยาวชนและประชาชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมไทย ปัญหาการขายบริการทางเพศ ป้องกันแก้ไขโดยรัฐจะต้องส่งเสริมการศึกษาฝึกอาชีพ และจัดหางานให้แก่ผู้ขายบริการทางเพศ ปัญหายาเสพติด ป้องกันแก้ไขโดยใช้มาตรการทางกฎหมายบังคับใช้อย่างเด็ดขาด และการให้การศึกษาแก่เยาวชนในสถานศึกษา ให้ทราบถึงความอันตรายและโทษของยาเสพติดปัญหาทัศนอุจาด ป้องกันแก้ไขและรณรงค์โดยการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ และปัญหาอาชญากรรม ป้องกันแก้ไขโดยการบังคับใช้กฎหมายอย่างเด็ดขาดกับผู้กระทำผิด และเจ้าหน้าที่ตำรวจต้องกวาดล้างโดยไม่มีวันหยุด

สมเกียรติ วงศ์เสริมทรัพย์ (2562) ได้ศึกษาผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐที่มีต่อวิถีชีวิตของผู้นในชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า

1) การดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ อดีตจะอยู่กันอย่างเรียบง่าย เจียบสงบ มีผู้น้อยไม่พลุกพล่าน ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนใหญ่อยู่เป็นครอบครัว มีการพึ่งพาอาศัยกัน พบว่า หลังจากเกาะเกร็ดกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวผู้คนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาทำงานนอกบ้านแทนเกษตรกรรม เช่น ทำของที่ระลึก งานหัตถกรรมต่าง ๆ และสินค้า OTOP จำหน่ายให้กับผู้ที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด

2) สาธารณูปโภคในเกาะเกร็ด จะมีการใช้น้ำบาดาล น้ำฝนในอุบโภคบริโภค เพราะน้ำประปายังไม่มีการใช้ และถนนหนทางยังไม่ดีเท่าที่ควร พบว่า ปัจจุบันมีการเปิดแหล่งท่องเที่ยวได้มีหน่วยงานของรัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การประกอบอาชีพในอดีตชุมชนเกาะเกร็ดจะมี 2 เชื้อชาติไทยและมอญ คนไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน ส่วนคนเชื้อสายมอญมักประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา พบว่าปัจจุบันนี้คนไทยและคนมอญในชุมชนเกาะเกร็ดได้หันมาประกอบอาชีพค้าขายต่าง ๆ เช่น อาหาร ของที่ระลึกที่เป็นเครื่องปั้นดินเผาขนาดเล็ก เป็นต้น

4) ขนบธรรมเนียมประเพณี อดีตที่ผ่านมาประเพณีไทย-มอญ ร่วมกันจัดงานประเพณีกัน เพราะมีบางอย่างประเพณีชาวมอญกับชาวไทยเหมือนกัน เช่น ประเพณีสงกรานต์ประเพณี ลอยกระทง เป็นต้น ประเพณีของชาวมอญ เช่น ประเพณีค้ำตันโพธิ์ ประเพณีตักบาตรทางน้ำ และประเพณีอื่น ๆ พบว่า ในปัจจุบันบางประเพณีไม่มีแล้ว

5) อาหารการกิน วิถีชีวิตในการรับประทานอาหาร ของคนในชุมชนจะเป็นอาหารแบบดั้งเดิมเฉพาะกลุ่มในชุมชน เช่น ทอดมันหน่อกล้วย ข้าวแช่ เป็นต้น พบว่าปัจจุบันก็ยังมีอาหารแบบดั้งเดิมบางอย่างก็ไม่มีแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นลองชิมกัน

6) มลพิษทางเสียง ชุมชนเกาะเกร็ดในอดีต เงียบสงบ ไปไหนมาไหนส่วนใหญ่ก็จะเป็นการเดิน ส่วนสัญจรทางน้ำ ใช้เรือพายเป็นส่วนใหญ่ พบว่า เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวสภาพบรรยากาศของชุมชนได้เปลี่ยนไป เนื่องจากมีการนำเอาสิ่งอำนวยความสะดวกเข้ามา เช่นรถมอเตอร์ไซด์ และรถจักรยาน เรือหางยาว เรือข้ามฟาก มาบริการให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้คนในชุมชนได้รับผลกระทบทางเสียงเพิ่มขึ้น

7) มลพิษน้ำเสีย คลองเกาะเกร็ด น้ำในคลองจะไม่มีกลิ่นเหม็น เพราะได้ไหลผ่านแม่น้ำเจ้าพระยา พบว่าปัจจุบันเกาะเกร็ดเปลี่ยนไป คลองเกาะเกร็ดก็ยังคงสภาพเดิมไม่แตกต่างจากเมื่อก่อน

8) ปัญหาขยะมูลฝอย อดีตขยะมูลฝอยในชุมชนจะดำเนินการจัดการ โดยวิธีการเผาหรือฝัง พบว่าปัจจุบันนี้มีขยะมูลฝอยจำนวนมากขึ้น สาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงมีเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือจัดเก็บขยะมูลฝอย

9) การปรับปรุงแก้ไข ในผลกระทบด้านต่าง ๆ พบว่าประชุมในกลุ่มเกาะเกร็ดมีความต้องการให้ชีวิตความเป็นอยู่เหมือนเดิมดังอดีตที่ผ่านมา ทางประเพณี อาหารการกินและประกอบอาชีพ อยากให้มีการอนุรักษ์ไว้ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เห็นได้รู้จัก ในด้านของสาธารณูปโภค ควรปรับปรุงถนนหนทางกว้างขึ้น ส่วนสภาพแวดล้อมของเสียง ควรปรับปรุงทางด้านรถมอเตอร์ไซด์ เรือต่าง ๆ ต้องให้ปรับปรุงเครื่องยนต์ให้เบาลงจะได้ไม่รบกวนผู้คนในชุมชน ทางด้านขยะมูลฝอย ควรมีการจัดเก็บขยะให้เป็นที่เป็นทาง มีการประชาสัมพันธ์และเพิ่มถังขยะมากขึ้น

ธงชัย ทองเชื่อม (2561) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน เกาะป็นหยี จังหวัดพังงา ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกชุมชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเกาะป็นหยีมีศักยภาพสูงในด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีธรรมชาติที่งดงาม มีคุณค่าแก่การพักผ่อนหย่อนใจ และชุมชนมีการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวของเกาะป็นหยี เนื่องจากเห็นว่าชุมชนมีไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว มีการดูแลและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของชุมชนอย่างดี สมาชิกชุมชนเกาะป็นหยีเห็นว่าการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนเกาะป็นหยีทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมกล่าวคือ ผลกระทบด้านบวกได้แก่ รายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้น ครอบครัวมีเงินเก็บมากขึ้น สมาชิกในชุมชนได้รับการศึกษามากขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างญาติพี่น้องในครอบครัวดีขึ้น ประชาชนในชุมชนสามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีการใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารกันในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ส่วนผลกระทบด้านลบได้แก่ รายจ่ายของครอบครัวมากขึ้น มีหนี้สินเพิ่มขึ้น

วรัญญาภรณ์ ศรีสุวรรณ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ จังหวัดลำปาง ผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้ให้ข้อมูลรับรู้ว่าการจัดการเดินป่า กิจกรรมการเดินศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมการเดินชมวิเวททัศน์และกิจกรรมพักผ่อน มีผลให้เกิดจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการปรากฏตัวของสัตว์มีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ในขณะที่ความหลากหลายของชนิดพันธุ์สัตว์ป่า ปริมาณการขยายพันธุ์ของสัตว์ป่า และปริมาณต้นไม้ที่เสียหายหรือมีบาดแผล มีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ไม่ดี ส่วนความหนาแน่นของพืชคลุมดินและความหลากหลายของชนิดพันธุ์พืช ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

ศราวุธ เสียมไหม (2561) ได้ศึกษาผลกระทบจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวกรณีศึกษา เกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1) นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

2) ผลกระทบจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น ในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

3) เจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น ที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น ที่มีระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยในปัจจุบันที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

4) เจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลกระทบต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ส่วนเจ้าหน้าที่ในองค์กรภาครัฐ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลกระทบต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ศรัญญา เกษร (2561) ได้ศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ และการนำความเจริญมาสู่ชุมชน ในด้านสังคม พบว่า การท่องเที่ยว ทำให้ได้รับความสะดวกสบายจากระบบสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนบ้านมากขึ้น และมีความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ ส่วนด้านวัฒนธรรมพบว่า การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนร่วมมือกันเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีมากขึ้น และคนในชุมชนเองก็เข้าร่วมงานประเพณีต่าง ๆ อีกทั้งรู้สึกดีเมื่อมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักท่องเที่ยวมาร่วมงานประเพณีด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชนทางด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม คือ ปัจจัยด้านการศึกษา ประชาสังคม และนโยบายภาครัฐ กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงเห็นว่าการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยจะมองเห็นอิทธิพลการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมมากกว่า อีกทั้งเมื่อคนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันมากขึ้น และรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น ก็ยิ่งทำให้คนในชุมชนเห็นถึงอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มากขึ้นด้วย

ฐิรชญา มณีเนตร (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นจากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย

**ด้านเศรษฐกิจ** การคมนาคมภายในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกสบายด้านสาธารณูปโภค

**ด้านสังคม** มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ได้แก่ การมีเวลาอยู่ร่วมกันภายในครอบครัวส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ได้แก่ สถานบันเทิงและสถานบริการ

**ด้านวัฒนธรรม** มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ได้แก่ เทศกาลและงานประเพณี ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุดได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนรถยนต์

**ด้านสิ่งแวดล้อม** มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ได้แก่ มลภาวะทางอากาศเสียงและกลิ่นส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนรถยนต์ จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ปรากฏว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พิมายมากที่สุดด้านวัฒนธรรม ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พิมายน้อยที่สุดด้านสังคม และมีการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พิมายอยู่ในระดับมาก

#### **รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย**

**ด้านวางแผน** ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยว

**ด้านการตัดสินใจ** ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การร่วมลงมติหรือลงความเห็นที่จะช่วยกันในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว

**ด้านปฏิบัติการ** ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีส่วนร่วมน้อยที่สุด ได้แก่ การเข้าร่วมบูรณะ ซ่อมแซมและก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

**ด้านผลประโยชน์** ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่เจ้าหน้าที่ของทางผู้นำชุมชนในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

การติดตามผล ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การติดตามประเมินผลการมีส่วนร่วมกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการร่วมรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์บอกกล่าวให้นักท่องเที่ยวรู้จักระมัดระวังในการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้คงสภาพเดิมได้นานและยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้ง 4 ด้าน สามารถกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมายให้เกิดความเหมาะสมยิ่งขึ้น ดังนี้

- 1) การอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมถึงวัฒนธรรมอันดีงามภายในท้องถิ่น
- 2) การบูรณะ ปฏิสังขรณ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ให้มีความมั่นคงแข็งแรง
- 3) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น ในลักษณะของเครือข่ายประชาสังคม จากทุกภาคส่วน
- 4) การสร้างผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจให้ควบคู่ไปกับกิจกรรมการอนุรักษ์
- 5) การสร้างจิตสำนึกในการเคารพกฎกติกาทางสังคม
- 6) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ร่วมกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ให้มีความสมบูรณ์

อัสมา ลิมารักษ์ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในเมืองฮอยอัน ประเทศเวียดนาม ภายหลังจากได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลก ผลการศึกษา พบว่า จากการเป็นเมืองมรดกโลก ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและสัมผัสเมืองฮอยอันเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อสังคมและวัฒนธรรมของเมือง ในด้านบวก การท่องเที่ยวได้นำความเจริญเข้าสู่เมืองฮอยอัน มีการปรับปรุงระบบคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เกิดอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย เกิดการอนุรักษ์โบราณสถานเก่าแก่ไว้ โดยมีมาตรการและกฎระเบียบข้อบังคับจากภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแล และเกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรมขึ้นมากมายรวมทั้งยังช่วยฟื้นฟูงานศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมขึ้นด้วย ในด้านลบ การท่องเที่ยวได้ทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัวที่ประกอบอาชีพในภาคการท่องเที่ยว ส่วนปัญหาสังคมที่พบเป็นเพียงการลักเล็กขโมยน้อย และการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและโรงแรม ในด้านปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมนั้น พบว่ามีร้านค้า และบริการเปิดมากจนเกินไป มีแผงสินค้ายื่นออกมาเกะกะทางเดินมีการขูดซ่อมถนนภายในเมืองเป็นประจำ ส่งผลกระทบต่อแก่นักท่องเที่ยวที่เดินชมโบราณสถานในเมือง เกิดการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทั้งทางด้านการแต่งกาย การบริโภค ค่านิยมความทันสมัยและเกิดการลดคุณค่าของงานศิลปหัตถกรรมนอกจากนี้กฎระเบียบและข้อบังคับที่ออกมาควบคุมอนุรักษ์เมืองโบราณยังส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนในชุมชนอีกด้วยจากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ในการดำเนินงานของภาครัฐหรือจากองค์การยูเนสโก ควรคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชน ให้ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีการจัดอบรมความรู้เรื่องการอนุรักษ์และอบรมการใช้ภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน เพื่อให้การบริการนักท่องเที่ยวมีคุณภาพมากขึ้น และทำให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหน่วยงานควบคุมในการอนุญาตการเปิดกิจการร้านค้าต่าง ๆ มีการจำกัดและควบคุมไม่ให้มากเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เอกสารงานวิจัยต่างประเทศ

Clements (2000) ได้ศึกษาเรื่อง ความเข้าใจในผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อ The Mississippi National River and Recreation Area พบว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ในอดีต นักพัฒนาการท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อผลกำไรที่ได้จากการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบัน นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนเห็นว่า การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลกระทบน้อยกว่าอุตสาหกรรมชนิดอื่น ๆ และผลจากการวิจัยแสดงว่าการท่องเที่ยวมีผลดีมากกว่าผลเสีย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะให้ท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์อย่างกลมกลืนระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

Mansperger (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย พบว่า ผลกระทบจากการท่องเที่ยวมีอย่างกว้างขวางมีส่วนเกี่ยวข้องกับทุนและกำไรของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวที่ ผลที่ได้ตกแก่ชนกลุ่มน้อยในแหล่งท่องเที่ยวได้แก่การมีงานทำมากขึ้น และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การศึกษาวัฒนธรรมและการบริหารสังคมที่มากขึ้น มูลค่าของการท่องเที่ยวมีมหาศาล ได้แก่ การโยกย้ายถิ่นและการล่มสลายของเครือญาติ และระบบอื่น ๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นความไม่เสมอภาค อาชญากรรม และการขาดเอกภาพสำหรับแนวทางในการลดผลกระทบที่น่ากลัวเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการจัดการเป็นขั้น ๆ เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว รักษาแบบแผนเศรษฐกิจดั้งเดิมของสังคม

Kyungmi Kim (2002) ได้ศึกษาเรื่อง The effects of tourism impacts upon quality of live of residents in the community พบว่า ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของชาวบ้านในชุมชนอย่างมาก โดยความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในวัตถุ และความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบทางด้านสังคมกับความพึงพอใจในชุมชนมีมากที่สุดในช่วงของ maturity stage ของการพัฒนาทางการท่องเที่ยว ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นถึงทฤษฎีการทำลายสังคม ที่อ้างถึงชุมชนที่เจริญนั้นเริ่มเข้าสู่ a period of generalized crisis ซึ่งเป็นผลมาจากความเน้นหนักของชนบทรนิยม ประเพณีในปัจจุบัน การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของอุปทานในการบริการสาธารณะ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน นอกจากนี้ชาวบ้านยังมีพัฒนาการในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแสดงออกต่อสถานการณ์ตึงเครียดต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้คุณภาพชีวิตชาวบ้านสามารถคาดได้ว่าเริ่มอยู่ในช่วง decline และจะมีการพัฒนาชุมชนและชาวบ้านไปสู่สถานการณ์ใหม่ อย่างไรก็ตาม เมื่อชุมชนเข้าสู่ช่วง decline ของการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในวัตถุและผลกระทบทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชุมชน โดยจะเริ่มความสนใจในขีดความสามารถในการรองรับที่ทำให้เห็นว่าเมื่อการท่องเที่ยวเข้าสู่ช่วงความเจริญหรือขีดจำกัดสูงสุด คุณภาพชีวิตของชาวบ้านจะเริ่มเสื่อมลง

Aspinall & Alison Jean (2006) ได้ศึกษาชุมชนในการเปลี่ยนแปลง : ความยั่งยืนทางสังคมและการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอาจมีการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของชีวิตเป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจว่าการท่องเที่ยว สามารถส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ที่อยู่อาศัยในวิถีการรับรู้คุณภาพชีวิต และตัวแปรที่มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลต่อการรับรู้สิ่งเหล่านี้ การวิจัยทุนทางสังคมได้มีการพัฒนารูปแบบการให้คำแนะนำ วิธีการตอบสนอง ต่อชุมชนในการเปลี่ยนแปลง การปรับรูปแบบนี้เป็นทฤษฎีของความยั่งยืนทางสังคม และคุณภาพชีวิต ความ ยั่งยืนทางสังคมที่เกิดขึ้นเมื่อชุมชนสามารถที่จะเก็บรักษาหรือได้รับระดับของทุนทางสังคมบางอย่าง โดยไม่ คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลง งานวิจัยนี้มุ่งมั่นที่จะคาดการณ์ว่า การท่องเที่ยวมีผลต่อลักษณะทางสังคมของชุมชน สำหรับสภาพสังคมของชุมชนก่อนและหลังการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบว่าการพัฒนาเป็นสังคม ยั่งยืนสำหรับชุมชน วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือการกำหนดความเป็นไปได้ของการใช้การประเมินคุณภาพ ของชีวิต เป็นการตัดสินใจที่มีศักยภาพ ทำเครื่องมือในการประเมินความยั่งยืนทางสังคมของการท่องเที่ยวใน การพัฒนาวัตถุประสงค์ของโครงการรวม :

- 1) การกำหนดวิธีการการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย
- 2) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลกระทบทางสังคม และเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพ ของชีวิต
- 3) ประเมินประสิทธิผลของคุณภาพ และการประเมินผลการใช้ชีวิตในการกำหนดความยั่งยืนทาง สังคมของการท่องเที่ยว

Feng & Xianghong (2010) ได้ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมจากการ พัฒนาการท่องเที่ยวใน Fenghuang County ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่ารัฐบาลจีน จะทำให้การ ท่องเที่ยว เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในชนบท รัฐบาลท้องถิ่น และการพัฒนาภายนอกพร้อมกัน บริหาร จัดการ พัฒนาทรัพยากรทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มรายได้ การท่องเที่ยวรัฐบาลขยายสิทธิในการ พัฒนา และการจัดการให้กับองค์กรแสวงหาผลกำไรที่มีขนาดใหญ่ โครงการดังกล่าวเป็นหนึ่งใน Fenghuang County จังหวัดหูหนาน ซึ่ง Yellow Dragon Cave คอร์ปอเรชั่น(YDCC) และรัฐบาลท้องถิ่นของ Fenghuang County จะร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Smith & Athena (2008) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการ ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรีซ ซึ่งการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของมลพิษ การพร่องของน้ำ เป็นทะเลทราย การพังทลายของพื้นที่ชายฝั่ง วัตถุประสงค์ที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้รับการกำหนดเป็นเป้าหมายที่ ครอบคลุม ช่วยเสริมกลยุทธ์สำหรับการเจริญเติบโตและการจ้างงาน ผู้นำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความ กังวลเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้รับความกดดันของประชาชนในการกระจายสินค้า ในขณะที่รักษาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ การสำรวจมุมมองของผู้ อยู่อาศัยของเทศบาล Platanias เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวและมุมมองของผู้อยู่อาศัยของ Vamos Konitsa และเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามลำดับ

Ibrahim & Zainub (2010) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมในอียิปต์ของ ชายฝั่งทะเลแดง ซึ่งการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้หลักของอียิปต์ และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ผลกระทบของการเคลื่อนไหวในการแปรรูปการท่องเที่ยวในอียิปต์ เมื่อการกระจาย ตัวของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างภาครัฐและเอกชน ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงใน บทบาทของภาครัฐและเอกชนในการท่องเที่ยว และบทบาทอื่น ๆ การศึกษาครั้งนี้พบว่า อียิปต์ควรมุ่งเน้นใน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปรับปรุงคุณภาพมากกว่าการเพิ่มปริมาณของการท่องเที่ยว ดังนั้นการตลาดเปรียบเทียบในการแข่งขัน ควรจะมีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์ ในแง่ของภาคเอกชนควรจะมีปฏิสัมพันธ์กับภาครัฐ และมีบทบาทในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และควรจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ เป็นผู้มีความชำนาญตัดสินใจในขณะที่ภาคเอกชนควรสนับสนุนให้มีการจัดทำโครงการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ พบว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องอาศัยความร่วมมือของทั้งสองฝ่ายในการวางแผนการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

Bennett & Nathan (2009) ได้ศึกษาผลกระทบจากการสร้างอุทยานแห่งชาติต่อท้องถิ่นและชุมชน รวมถึงการสร้างประโยชน์แก่ชุมชน โดยการสร้างสวนสาธารณะในชุมชน มีการสำรวจความคิดเห็นของคนในชุมชน โดยการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยมีการศึกษา ในสามประเด็นคือ

- 1) การรับรู้ของคนในชุมชน
- 2) รูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนจากการสร้างสวนสาธารณะ
- 3) ด้านการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจและสังคม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนเข้าใจและรับรู้เรื่องผลประโยชน์ในการสร้างสวนในชุมชน และความต้องการด้านการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้ดีขึ้น รวมถึงความต้องการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ จากการสร้างสวนสาธารณะในชุมชน

Lambert & Esther E (2009) ได้ศึกษาธรรมชาติการท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้กรอบความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปยังเกาะของโตมินิกา ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง เพื่อประสบการณ์การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเป็นความปรารถนาสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้นในหมู่เกาะท่องเที่ยว และเป็นสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในประเทศที่กำลังพัฒนา รวมถึงประเทศที่กำลังพัฒนาอื่น ๆ กรณีศึกษาของโตมินิกาถูกนำมาใช้ร่วมกับข้อมูลจากความยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- 1) การพัฒนาที่ครอบคลุมกรอบความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2) การทดสอบการประยุกต์ใช้โดยการสำรวจการปฏิบัติในปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่าแนวโน้มปัจจุบันและการอภิปรายโดยกรอบความยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น เพื่อให้สะท้อนถึงสถานการณ์ ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในโตมินิกา ถูกระบุว่าเป็นค่าที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ทางกายภาพ แรงจูงใจทางการเมือง เศรษฐกิจข้อตกลงการค้า วัฒนธรรมทุนทางสังคม ทศนคติพฤติกรรม ความตระหนักของสาธารณชน เป็นต้น

Sheikh Saleh Ahammed (2010) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวใน Cox's Bazarบังคลาเทศ ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจหลาย ๆ ประเทศสำหรับบางประเทศ ได้แก่ บังคลาเทศจะเป็นแหล่งสำคัญของรายได้ การจ้างงานและการลงทุนการขยายตัวของการท่องเที่ยว จะสร้างผลกระทบเชิงบวกและลบทั้งในพื้นที่ปลายทาง Cox's Bazar วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ การเข้าใจสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และผลกระทบสิ่งแวดล้อมของการพัฒนาท่องเที่ยวในถิ่นที่อยู่ใน Cox's Bazar ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับความคิดที่ว่า การท่องเที่ยวให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมแต่ที่อยู่อาศัยที่มีความสับสนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของที่อยู่อาศัย ยังกล่าวถึงผลกระทบเชิงลบบางอย่างเกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรมเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ในด้านสังคมผลกระทบด้านลบที่มีการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมมากกว่าประโยชน์ของการท่องเที่ยว ในส่วนของวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมมีความเสื่อมโทรม ทางเศรษฐกิจที่อาศัยอยู่ มีความสุขกับโอกาสของการจ้างงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่แบกภาระต่าง ๆ เช่น อัตราเงินเฟ้อและที่ดินที่สูงขึ้น การประเมินค่าในด้านสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ไม่ได้พูดถึงอย่างมีนัยสำคัญใด ๆ และในด้านข้อมูลด้านลบบางอย่างเช่นการตัดเนินเขาป่าไม้และการกวาดล้างไม่ได้วางแผนการเจริญเติบโตของโครงสร้างตามแนวชายหาด นอกจากนี้ยังพบว่าผู้อยู่อาศัยมีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงประโยชน์การท่องเที่ยวและมีความสนใจน้อยกว่า หรืออาจเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่าย และเป็นความสำคัญของประชาชนสำหรับการจ้างงานและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจคนในประเทศที่กำลังพัฒนา การศึกษาจะให้การสนับสนุนความเข้าใจมากขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงจะสร้างความเข้าใจอันดีของนักท่องเที่ยวและปัญหาการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีจุดมุ่งหมายที่จะเอาชนะผลกระทบ และการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การได้รับการสนับสนุนใน Cox's Bazar ท่องเที่ยว รัฐบาลไม่ควรละเลยผลกระทบของการท่องเที่ยว ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ มีคุณค่าในการช่วยให้การพัฒนาเชิงกลยุทธ์ แผนการจัดการสำหรับ Cox's Bazar การท่องเที่ยวในวิธีที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจะนำมาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

#### 3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักเพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ทราบถึงตัวแปรและผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือพื้นที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านคลองพร เป็นหมู่บ้านหมู่บ้านหนึ่งของตำบลวังใหม่อำเภอมือง จังหวัดชุมพร เป็นอำเภอที่อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร อยู่ทางใต้ของตัวเมืองชุมพร โดยประชากรที่สอบถาม คือ นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

เนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างประชากรอย่างแน่ชัด จึงใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดค่าสัดส่วนของประชากร  $p = 0.5$  โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตร Cochran ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Cochran, 1977) ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$p$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ค่า 2 ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า  $Z = 1.96$

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า  $Z = 2.58$

ตัวอย่างการคำนวณ เช่น ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% และ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ขนาดของประชากรที่ต้องการเท่ากับ

สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 = 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, สถานภาพ, รายได้ต่อเดือน แบบสอบถามเป็นแบบให้กาเครื่องหมายถูกลงในช่องที่ตรงความเป็นจริงของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมการขาย, การขายโดยพนักงาน, เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์, ตลาดทางตรง, การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นคำถามแบบปิด ซึ่งประกอบไปด้วยคำตอบย่อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้ระดับการให้คะแนนและให้คะแนนแต่ละระดับจากคะแนนต่ำสุดคือ 1 คะแนน คะแนนสูงสุดคือ 5 คะแนน

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร ประกอบด้วยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว, ด้านการมีส่วนร่วม, ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว, ด้านการเรียนรู้, ด้านสาธารณูปโภค, ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราส่วนการให้คะแนนและคะแนนแต่ละระดับจะคะแนนต่ำสุดคือ 1 คะแนนคะแนนสูงสุดคือ 5 คะแนน

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ศึกษาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อนำมาเป็นแบบและกรอบแนวทางในการสร้างสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษา และครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษาจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดั่งมีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาลงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย	+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลังจากนั้น

นำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum x}{N}$$

โดย	$\sum x$	หมายถึง	ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด
	$N$	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

5. หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยต่อไป

6. ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค โดยพิจารณาค่าความเชื่อมั่น หากมีค่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ และเมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้เชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของประชากรในพื้นที่ ของหมู่บ้านคลองพร จำนวน 385 คน

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างศึกษาข้อมูล โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกโดยมีขั้นตอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และจะนำเสนอในรูปแบบตารางและรูปภาพโดยมีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของชาวบ้านและนักท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน ในการทำให้หมู่บ้านคลองพรกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ความคิดเห็นในแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-S.D.)

3.5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดเป็น	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดเป็น	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดเป็น	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดเป็น	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดเป็น	1	คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูง} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ \text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} &= 0.8 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3.5.4 วิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งการบอกระดับ ฐึ่สึกขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่า r ระดับของความสัมพันธ์	
.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยที่หาก r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)  
r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภายในหมู่บ้านต่อปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ โดยการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตารางที่ 4.1** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	186	48.31
หญิง	199	51.69
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5	1.30
20-30 ปี	58	15.06
31-40 ปี	136	35.32
41-50 ปี	33	8.57
51-60 ปี	53	13.77
61 ปี ขึ้นไป	100	25.97
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.32 รองลงมาอายุ 61 ปี ขึ้นไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97 รองลงมาอายุ 20-30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.06 รองลงมาเป็นอายุ 51-60 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 รองลงมาเป็นอายุ 41-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	21.82
ปริญญาตรี	190	49.35
สูงกว่าปริญญาตรี	111	28.83
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 49.35 รองลงมาระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	47	12.21
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	116	30.13
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	76	19.74
พนักงานบริษัทเอกชน	29	7.53
รับจ้าง	92	23.90
อื่น ๆ	25	6.49
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็น ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.13 รองลงมาประกอบอาชีพ รับจ้าง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 รองลงมาประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 รองลงมาประกอบอาชีพเป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.21 รองลงมาประกอบอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53 และรองลงมาประกอบอาชีพเป็น อื่น ๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.5** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามสถานะ

สถานะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	152	39.48
สมรส	85	22.08
หย่าร้าง	60	15.58
หม้าย	88	22.86
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะ โสด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.48 รองลงมาเป็น หม้าย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 รองลงมาเป็น สมรส จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.08 และรองลงมาเป็น หย่าร้าง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเงินเดือน

เงินเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	57	14.81
10,000-20,000 บาท	76	19.74
20,001-30,000 บาท	90	23.38
30,001-40,000 บาท	93	24.16
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	69	17.92
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.16 รองลงมามีเงินเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.38 รองลงมามีเงินเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.74 รองลงมามีเงินเดือน มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.92 และรองลงมามีเงินเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.81 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

ประกอบด้วย การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมการขาย, การขายโดยพนักงาน, เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์, ตลาดทางตรง, การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นคำถามแบบปิด ซึ่งประกอบไปด้วยคำตอบย่อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้ระดับการให้คะแนนและให้คะแนนแต่ละระดับจากคะแนนต่ำสุดคือ 1 คะแนน คะแนนสูงสุดคือ 5 คะแนน

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคิดเห็นปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในภาพรวม

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณา	3.58	0.97	มาก
2. การประชาสัมพันธ์	3.58	0.89	มาก
3. การส่งเสริมการขาย	3.66	0.95	มาก
4. การขายโดยพนักงาน	3.62	0.96	มาก
5. เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์	3.60	0.95	มาก
6. ตลาดทางตรง	3.52	1.06	มาก
7. การจัดกิจกรรมพิเศษ	3.73	0.96	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)	3.61	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า มีระดับของความคิดเห็นปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.61$ ,  $SD=0.69$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.73$ ,  $SD=0.96$ ) รองลงมาด้านการส่งเสริมการขาย ( $\bar{x}=3.66$ ,  $SD=0.95$ ) รองลงมาด้านการขายโดยพนักงาน ( $\bar{x}=3.62$ ,  $SD=0.96$ ) รองลงมาด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{x}=3.60$ ,  $SD=0.95$ ) รองลงมาด้านการโฆษณา ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=0.97$ ) รองลงมาด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=0.89$ ) และตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.52$ ,  $SD=1.06$ )

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการโฆษณา

การโฆษณา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.1 มีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน	100	98	104	79	4	3.55	1.11	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การโฆษณา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.2 มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไปทราบข้อมูลได้	112	101	78	86	8	3.58	1.18	มาก
1.3 มีป้ายโฆษณาตามจุดต่าง ๆ ที่มีการสัญจรไปมา ทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น	106	110	89	74	6	3.61	1.13	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.58	0.97	มาก

จากตารางที่ 4.8 ในภาพรวม พบว่า ด้านการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.58$  ,SD=0.97) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีป้ายโฆษณาตามจุดต่าง ๆ ที่มีการสัญจรไปมาทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.61$  ,SD=1.13) รองลงมาด้าน มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไปทราบข้อมูลได้ ( $\bar{x}=3.58$  ,SD=1.18) และด้าน มีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องทราบข้อมูลใหม่ ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.55$  ,SD=1.11)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี	100	118	75	77	15	3.55	1.19	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีในหมู่บ้าน	97	127	74	79	8	3.59	1.13	มาก
2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่าง ๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี	109	106	67	82	21	3.52	1.25	มาก
2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านบุท เช่น งานท่องเที่ยวไทยหรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น	124	121	52	69	19	3.68	1.23	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.58	0.89	มาก

จากตารางที่ 4.9 ในภาพรวม พบว่า ด้านการการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=0.89$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านบุท เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.68$ ,  $SD=1.23$ ) รองลงมาด้าน ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่มีในหมู่บ้าน( $\bar{x}=3.59$ ,  $SD=1.13$ ) รองลงมาด้าน มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี ( $\bar{x}=3.55$ ,  $SD=1.19$ ) และด้านมีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่าง ๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.52$ ,  $SD=1.25$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ เช่น โปรโมชัน ส่วนลด	133	103	87	58	4	3.79	1.11	มาก
3.2 ให้โปรโมชันหรือส่วนลด ในเวลาที่จำกัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว	134	100	64	77	10	3.70	1.21	มาก
3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจต่อเนื่อง เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อ	104	110	70	68	33	3.48	1.29	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.66	0.95	มาก

จากตารางที่ 4.10 ในภาพรวม พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.66$  ,SD=0.95) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ เช่น โปรโมชันส่วนลด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.79$  ,SD=1.11) รองลงมาด้าน ให้โปรโมชันหรือส่วนลด ในเวลาที่จำกัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว ( $\bar{x}=3.70$  ,SD=1.21) และด้านการให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจต่อเนื่อง เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.48$  ,SD=1.29)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการขายโดยพนักงาน

การขายโดยพนักงาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.1 เจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรโมชั่นหรือส่วนลดเพื่อให้เป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว	114	107	75	60	29	3.56	1.27	มาก
4.2 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน	126	99	73	78	9	3.66	1.19	มาก
4.3 เจ้าหน้าที่มีการเสนอโปรโมชั่นให้ลูกค้าแต่ต้องไม่เป็นการยัดเยียดหรือบีบบังคับ	131	96	70	62	26	3.63	1.28	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.62	0.96	มาก

จากตารางที่ 4.11 ในภาพรวมพบว่าด้านการขายโดยพนักงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.62$  ,SD=0.96) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้าน มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.66$  ,SD=1.19) รองลงมาด้าน เจ้าหน้าที่มีการเสนอโปรโมชั่นให้ลูกค้าแต่ต้องไม่เป็นการยัดเยียดหรือบีบบังคับ ( $\bar{x}=3.63$  ,SD=0.96) และเจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรโมชั่นหรือส่วนลดเพื่อให้เป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.56$  ,SD=1.27)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์

ด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่าง ๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา	136	103	98	37	11	3.82	1.10	มาก
5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พักร	112	78	97	89	9	3.51	1.20	มาก
5.3 มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ ต่าง ๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วิแชท หรือวอทแอปเป็นต้น	108	95	71	89	22	3.46	1.27	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.60	0.95	มาก

จากตารางที่ 4.12 ในภาพรวม พบว่า ด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.60$  ,SD=0.95) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการจัดทำข้อมูลต่าง ๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.82$  ,SD=1.10) รองลงมาด้าน มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พักร ( $\bar{x}=3.51$  ,SD=1.20) และด้านมีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ ต่าง ๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วิแชท หรือวอทแอปเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.46$  ,SD=1.27)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านตลาดทางตรง

ตลาดทางตรง	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6.1 มีการให้ข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน แก่ลูกค้าที่เคยมา และลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ	114	105	97	58	11	3.66	1.14	มาก
6.2 มีการจัดทำสถิติข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ	124	70	55	110	26	3.41	1.37	มาก
6.3 มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว	118	95	60	85	27	3.50	1.32	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.52	1.06	มาก

จากตารางที่ 4.13 ในภาพรวม พบว่า ด้านเครือข่ายการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.52$  ,SD=1.06) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการให้ข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน แก่ลูกค้าที่เคยมาและลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.66$  ,SD=1.14) รองลงมาด้าน มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{x}=3.50$  ,SD=1.32) และด้าน มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.41$  ,SD=1.37)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ

การจัดกิจกรรมพิเศษ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
7.1 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุกๆ เดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน	127	138	65	53	2	3.87	1.04	มาก
7.2 มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่างๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในประเทศไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน, คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	132	91	76	71	15	3.66	1.23	มาก
7.3 เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น	129	120	43	57	36	3.65	1.33	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.73	0.96	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.14 ในภาพรวม พบว่า ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.73$ ,  $SD=0.96$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุก ๆ เดือน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.87$ ,  $SD=1.04$ ) รองลงมาด้าน มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่าง ๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน, คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ( $\bar{x}=3.66$ ,  $SD=1.23$ ) และด้าน เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=1.33$ )

**ตารางที่ 4.15** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.68	0.98	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วม	3.58	1.02	มาก
3. ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	3.65	0.98	มาก
4. ด้านการเรียนรู้	3.69	0.92	มาก
5. ด้านสาธารณูปโภค	3.66	1.02	มาก
6. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.65	0.99	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)	3.65	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ามีระดับของความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=0.99$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.69$ ,  $SD=0.92$ ) รองลงมาด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x}=3.68$ ,  $SD=0.98$ ) รองลงมาด้านสาธารณูปโภค ( $\bar{x}=3.66$ ,  $SD=1.02$ ) รองลงมาด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=0.99$ ) รองลงมาด้านด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=0.98$ ) และด้านการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=1.02$ )

**ตารางที่ 4.16** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัย	137	135	59	34	20	3.87	1.15	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.2 มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่	127	87	86	70	15	3.63	1.22	มาก
1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่ หรือชาวบ้านคอยให้ข้อมูล ท่องเที่ยวเสมอ	133	76	78	63	35	3.54	1.35	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.68	0.98	มาก

จากตารางที่ 4.16 ในภาพรวม พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.68$  ,SD=0.98) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้าน มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.87$  ,SD=1.15) รองลงมาด้าน มีรถรับส่งนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในพื้นที่ ( $\bar{x}=3.63$  ,SD=1.22) และด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่ หรือชาวบ้านคอยให้ข้อมูล ท่องเที่ยวเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.54$  ,SD=1.35)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.1 นักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีความร่วมมือกันในการใช้ธรรมชาติเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แต่จะต้องไม่ทำให้ธรรมชาติเสียหาย	143	98	67	55	22	3.74	1.25	มาก
2.2 ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้านร่วมกับชาวบ้าน	119	102	62	82	20	3.57	1.27	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.3 พยายามให้นักท่องเที่ยวที่มาพักนั้นได้ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านมีให้มากที่สุด แต่ต้องไม่ไปกินเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว	120	64	95	78	28	3.44	1.31	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.58	1.02	มาก

จากตารางที่ 4.17 ในภาพรวม พบว่า ด้านการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=1.02$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านนักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีความร่วมมือกันในการใช้ธรรมชาติเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แต่จะต้องไม่ทำให้ธรรมชาติเสียหาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.74$ ,  $SD=1.25$ ) รองลงมาด้าน ให้นักท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้านร่วมกับชาวบ้าน ( $\bar{x}=3.57$ ,  $SD=1.27$ ) และด้านพยายามให้นักท่องเที่ยวที่มาพักนั้นได้ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านมีให้มากที่สุด แต่ต้องไม่ไปกินเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.44$ ,  $SD=1.31$ )

**ตารางที่ 4.18** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่ซ้ำกัน แต่อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	143	93	78	61	10	3.77	1.18	มาก
3.2 นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดการท่องเที่ยวของตัวเองได้ โดยมีชาวบ้านเป็นผู้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ เมื่อถูกร้องขอ	127	88	71	86	13	3.60	1.25	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.3 มีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย หรือนำไปรีวิวในแง่ลบ	126	92	73	69	25	3.58	1.28	มาก
รวมเฉลี่ย (n= 385)						3.65	0.98	มาก

จากตารางที่ 4.18 ในภาพรวม พบว่า ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=0.98$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน แต่อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.77$ ,  $SD=1.18$ ) รองลงมานักท่องเที่ยวสามารถกำหนดการท่องเที่ยวของตัวเองได้ โดยมีชาวบ้านเป็นผู้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ เมื่อถูกร้องขอ ( $\bar{x}=3.60$ ,  $SD=1.25$ ) และด้านมีการคิดกิจกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย หรือนำไปรีวิวในแง่ลบ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=1.28$ )

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการเรียนรู้

ด้านการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.1 มีการสร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ในหลายภาษา เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ที่มา นั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น	136 (35.32)	120 (31.17)	68 (17.66)	53 (13.77)	8 (2.08)	3.84	1.12	มาก
4.2 มีการสื่อสารที่ หลากหลายช่องทาง ที่ ส่งเสริมและทำให้นักท่องเที่ยว เข้าใจ ธรรมชาติ เข้าใจถึง ความสำคัญของการ อนุรักษ์ รวมถึง ชาวบ้านที่ มีความ เข้าใจเช่นกัน	140	98	56	76	15	3.71	1.25	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.3 มีการออกแบบคอร์สการเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติที่หลากหลายและชาวบ้านมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ	125	79	80	59	42	3.48	1.37	มาก
4.4 ให้ชาวบ้านเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	133	106	80	40	26	3.73	1.23	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.69	0.92	มาก

จากตารางที่ 4.19 ในภาพรวม พบว่า ด้านการเรียนรู้มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.69$  ,SD=0.92) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการสร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ในหลายภาษา เพื่อให้นักท่องเที่ยว ที่มานั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.84$  ,SD=1.12) รองลงมาให้ชาวบ้านเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{x}=3.73$  ,SD=0.92) รองลงมาด้าน มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ที่ส่งเสริมและทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมชาติ เข้าใจถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ รวมถึงชาวบ้านที่มีความเข้าใจเช่นกัน ( $\bar{x}=3.71$  ,SD=1.25) และด้าน มีการออกแบบคอร์สการเรียนรู้ ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ ที่หลากหลายและชาวบ้านมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.48$  ,SD=1.37)

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านสาธารณูปโภค

ด้านสาธารณูปโภค	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รถรับส่งนักท่องเที่ยว หรือรถจักรยาน, จักรยานยนต์ไว้ให้เช่า หรือบริการฟรี โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้ให้บริการ	144	80	82	55	24	3.69	1.28	มาก
5.2 ที่พักห้องน้ำหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว มีความสะอาด และปลอดภัย	134	92	79	50	30	3.65	1.29	มาก
5.3 ทางเดินหรือที่ไว้ให้นั่งพักผ่อนทางมีไฟส่องสว่างและมีกล้อง CCTV คอยดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่ ตลอด 24 ชั่วโมง	125	108	67	62	23	3.65	1.25	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.66	1.02	มาก

จากตารางที่ 4.20 ในภาพรวม พบว่า ด้านสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.66$ ,  $SD=1.02$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รถรับส่งนักท่องเที่ยวหรือรถจักรยาน, จักรยานยนต์ไว้ให้เช่าหรือบริการฟรี โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.69$ ,  $SD=1.28$ ) รองลงมาที่พัก ห้องน้ำ หรือสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว มีความสะอาด และปลอดภัย ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=1.29$ ) และด้านทางเดินหรือที่ไว้ให้นั่งพักผ่อนทางมีไฟส่องสว่างและมีกล้อง CCTV คอยดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่ ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=1.25$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6.1 มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแต่ละปี เพื่อไม่ให้ธรรมชาติและระบบนิเวศเสียหาย	139	68	77	78	23	3.58	1.32	มาก
6.2 มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางในด้านการปลูกฝังความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน	136	103	63	55	28	3.69	1.28	มาก
6.3 ต้องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้เหมาะสมทั้งดูแลนักท่องเที่ยวและดูแลระบบนิเวศของหมู่บ้าน	143	78	73	78	13	3.68	1.25	มาก
<b>รวมเฉลี่ย (n= 385)</b>						3.65	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.21 ในภาพรวม พบว่า ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.65$ ,  $SD=0.99$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ในด้านการปลูกฝังความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว และชาวบ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=3.69$ ,  $SD=1.28$ ) รองลงมาต้องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้เหมาะสม ทั้งดูแลนักท่องเที่ยว และดูแลระบบนิเวศของหมู่บ้าน ( $\bar{x}=3.68$ ,  $SD=0.99$ ) และด้านมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแต่ละปี เพื่อไม่ให้ธรรมชาติและระบบนิเวศเสียหาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x}=3.58$ ,  $SD=1.32$ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

(ผลการทดสอบสมมติฐาน)

สมมติฐาน  $H_0$  = ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

	n	Correlation	Sig.
คู่มือที่ 1 การโฆษณา	385	0.20	.00
คู่มือที่ 2 การประชาสัมพันธ์	385	0.28	.00
คู่มือที่ 3 การส่งเสริมการขาย	385	0.13	.01
คู่มือที่ 4 การขายโดยพนักงาน	385	0.22	.00
คู่มือที่ 5 เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์	385	0.54	.00
คู่มือที่ 6 ตลาดทางตรง	385	0.51	.00
คู่มือที่ 7 การจัดกิจกรรมพิเศษ	385	0.65	.00

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก มีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.12-0.28 และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.50 และด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง มีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.53-0.65 แต่ความสัมพันธ์ของแต่ละด้านนั้นมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการนั้น ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยในด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ภายในหมู่บ้านต่อปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือพื้นที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านคลองพร เป็นหมู่บ้านหมู่บ้านหนึ่งของตำบลวังใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นอำเภอที่อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร อยู่ทางใต้ของตัวเมืองชุมพร โดยประชากรที่สอบถาม คือ นักท่องเที่ยว และชาวบ้านจังหวัดชุมพร จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผู้ศึกษาขอเสนอ สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีสถานะภาพโสด จำนวนรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40,000 บาท

**ตอนที่ 2** ระดับคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การโฆษณา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีป้ายโฆษณาตามจุดต่าง ๆ ที่มีการสัญจรไปมาทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้าน มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนที่ไปทราบข้อมูลได้ และด้านมีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลใหม่ ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

การประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ผ่านบท เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่มีในหมู่บ้าน รองลงมา ด้านมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี และด้านมีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่าง ๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการขาย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ เช่น โปรโมชันส่วนลด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านให้โปรโมชันหรือส่วนลดในเวลาที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว และด้านการให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจต่อเนื่อง เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

การขายโดยพนักงาน ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านเจ้าหน้าที่มีการเสนอโปรโมชันให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็นการยืดเยื้อหรือบีบบังคับ และเจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรโมชันหรือส่วนลดเพื่อให้เป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการจัดทำข้อมูลต่าง ๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านมีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพคเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พัก และด้านมีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพคเกจทัวร์ ต่าง ๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรือวอทแอป เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตลาดทางตรง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการให้ข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านแก่ลูกค้าที่เคยมา และลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านมีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว และด้าน มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

การจัดกิจกรรมพิเศษ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุก ๆ เดือน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้าน มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่าง ๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านเมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** ระดับของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านมีรถรับส่งนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในพื้นที่ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดสวยงาม และมีเจ้าหน้าที่ หรือชาวบ้านคอยให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการมีส่วนร่วม ในภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านนักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีความร่วมมือกันในการใช้ธรรมชาติเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แต่จะต้องไม่ทำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ธรรมชาติเสียหาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านให้นักท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทาง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้านร่วมกับชาวบ้าน และด้านพยายามให้นักท่องเที่ยวที่มาพักนั้นได้ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านมีให้มากที่สุด แต่ต้องไม่ไปกินเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน แต่อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมานักท่องเที่ยวสามารถกำหนดการท่องเที่ยวของตัวเองได้ โดยมีชาวบ้านเป็นผู้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ เมื่อถูกร้องขอ และด้านมีการคิดกิจกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความ เบื่อหน่าย หรือนำไปรีวิวนั่นเอง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการเรียนรู้ ในภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการ สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ในหลายภาษา เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มานั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด รองลงมาให้ชาวบ้านเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว รองลงมา ด้านมีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ที่ส่งเสริมและทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมชาติ เข้าใจถึงความสำคัญ ของการอนุรักษ์ รวมถึงชาวบ้านที่มีความเข้าใจเช่นกัน และด้านมีการออกแบบคอร์สการเรียนรู้ ด้านการ อนุรักษ์ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ ที่หลากหลายและชาวบ้านมีส่วนร่วมอย่าง สม่าเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านสาธารณูปโภค ในภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีสิ่ง อำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รถรับส่งนักท่องเที่ยวหรือรถจักรยาน จักรยานยนต์ไว้ให้เช่า หรือบริการฟรี โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาที่พัก ห้องน้ำ หรือสถานที่ ต่าง ๆ ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว มีความสะอาด และปลอดภัย และด้านทางเดินหรือที่ไว้ให้นั่งพักริมทาง มีไฟ ส่องสว่างและมีกล้อง CCTV คอยดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่ ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในภาพรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านมีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ในด้านการปลูกฝังความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว และชาวบ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาต้องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ เหมาะสม ทั้งดูแลนักท่องเที่ยว และดูแลระบบนิเวศของหมู่บ้าน และด้านมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้า มาในแต่ละปี เพื่อไม่ให้ธรรมชาติและระบบนิเวศเสียหาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

#### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก มีค่าความสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.12-0.28 และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.50 และ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง มีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.53-0.65 แต่ความสัมพันธ์ของแต่ละด้านนั้นมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการนั้น ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร โดยในด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และด้านตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และด้านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร มีประเด็นน่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยภาพรวม ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอยู่ในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ แสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) และการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) นั้น องค์กรในปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและตรงจุดมากที่สุด เป็นการลงทุนที่ได้ประสิทธิภาพมากที่สุดกว่าการโฆษณาทางสื่ออื่น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร โดยภาพรวม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อยู่ในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเรียนรู้ การได้รับความรู้ พฤติกรรม ทักษะ คุณค่า หรือความพึงใจ ที่เป็นสิ่งแปลกใหม่หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ อาจเกิดขึ้นจากส่วนหนึ่งของการศึกษา การพัฒนาส่วนบุคคล การเรียนการสอน หรือการฝึกฝน การเรียนรู้อาจมีการยึดเป้าหมายและอาจมีความตั้งใจเป็นตัวช่วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากประสบการณ์เดิม ทำให้คนเผชิญกับสถานการณ์เดิมต่างไปจากเดิม

สมมติฐาน ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มี 7 ด้าน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler (2003) มีแนวคิดและทฤษฎี ในการศึกษาตลาดที่ดี ผู้ที่ทำงานการตลาด ควรตั้งคำถามตัวเอง 7 ข้อเพื่อให้ได้คำตอบหรือเรียกว่า แนวคิดและทฤษฎีคำตอบ “Seven O” ซึ่งกล่าวถึงหลักในการที่จะขายสินค้าและบริการให้ได้ดี สิ่งแรกที่ต้องทำคือ การศึกษาตลาดเป้าหมายนั้นก่อนว่า ตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร ตลาดมีความต้องการอะไร และมีพฤติกรรมในการซื้ออย่างไร ในการศึกษาตลาดควรตั้งคำถามตัวเอง 7 ข้อเพื่อนำมาพัฒนาการตลาด

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) การส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของชาวต่างประเทศ โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว งานรับรองนักท่องเที่ยว งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

### 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจำกัดต่าง ๆ และวิธีการที่จะพัฒนางานวิจัยนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

5.3.1 ควรศึกษาเรื่องตลาดทางตรงเพิ่มขึ้น เพื่อให้ไม่เสียงบประมาณและแรงงานไปโดยเปล่าประโยชน์ เพื่อศึกษาถึงลักษณะการจัดการ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อไป และได้ทราบถึงข้อมูลที่แตกต่างและนำมาพัฒนาเพิ่มมากขึ้น

5.3.2 ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลเรื่องแนวคิดปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้ทราบว่าเมืองค็ประกอบไต่บ้างที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพรอำเภอมือง จังหวัดชุมพร

5.3.3 ผลการวัดระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดแบบบูรณาการ โดยการตลาดทางตรง มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ๆ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านเป็นปัญหาหลัก กล่าวคือ ยังไม่มีการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลสำคัญเพื่อประชาสัมพันธ์ ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบ และหมู่บ้านขาดทำเทคโนโลยีสื่อสารมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น facebook line IG หรือ ททท เป็นต้น ดังนั้น จึงขอเสนอแนวทาง เนื่องจากข้อมูลงานวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยร่วมกับเทศบาล หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการเก็บข้อมูล และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

5.3.4 ผลการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านการมีส่วนร่วม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น ๆ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การมีส่วนร่วมในการให้นักท่องเที่ยวพักและได้ทำกิจกรรมในหมู่บ้าน มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่ผู้คุมหมู่บ้าน (ผู้ใหญ่บ้าน / กำนัน) ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร หรือธุรกิจท่องเที่ยว ควรกำหนดกิจกรรมที่น่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของหมู่บ้าน

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- สุทิน สนองผัน. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนชาวกะเหรี่ยง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- คำเกิง โถทอง และคณะ. (2560). การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยว. รายงานการศึกษาศิสาสะปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. การศึกษาศิสาสะปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พยอม ธรรมบุตร. (2562). หลักการในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- โสวัตตรี ณ กลาง. (2561). การศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จุฑารัตน์ ขาวคม. (2560). ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวต่อประชาชนท้องถิ่นในอุทยานแห่งชาติ. รายงานการศึกษาศิสาสะปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จรรยา ตันจาดุรงค์. (2560). ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรวดี จำเดิม. (2560). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อธิภูฐาน พงศ์พิศาล. (2561). ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้โครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธวัชชัย มานิตย์. (2562). ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่น. วารสารบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริพงษ์ กิจดาเนิน. (2560). ผลกระทบของการท่องเที่ยวในด้านสังคมและวัฒนธรรม. วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่ 47 ฉบับที่ 1.
- สมเกียรติ วงศ์เสริมทรัพย์. (2562). ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐที่มีต่อวิถีชีวิตผู้คนในชุมชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วรัญญาภรณ์ ศรีสุวรรณ. (2560). ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วนอุทยาน. วารสารบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ศรายุทธ เสียมใหม่. (2561). ผลกระทบจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรัญญา เกษร. (2561). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- จิรัชญา มณีเนตร. (2560). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นจากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยาน. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- อัสมา สิมารักษ์. (2560). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- รัชนี เพ็ชรช่าง. (2555). การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพของกล้วยไม้ภูญาพ้อที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติลำน้ำน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์. งานวิจัย/Research report, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ศุภณีย์วิจัยป่าไม้. (2562). ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วารสารบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- พะยอม ธรรมบุตร. (2560). การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

### ภาษาอังกฤษ

- Bennett & Nathan. (2009). *A Study on One village One Product Project ( OVOP ) in Japan and Thailand as an Alternative of Community Development in Indonesia : A Perspective on Japan and Thailand*. Paper was presented in International OVOP Policy Association ( IOPA ), Conference at Zhejiang University Shanghai China.

### ออนไลน์

- Mansperger. (2010). *Consumer behavior*.  
<https://acspublisher.com/journals/index.php/tjmitm/article>. (สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *การท่องเที่ยวในไทย*. <https://www.tat.or.th/th>. (สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560)
- Trueปลูกปัญญา. (2561). *แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. <https://www.truelookpanya.com/>. (สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560)
- Trueปลูกปัญญา. (2561). *ท่องเที่ยวในชุมพร*.  
<https://www.truelookpanya.com/plook/explorer/career-by-typecareer>. (สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560)
- Trueปลูกปัญญา. (2561). *บทความอิสระ*. <https://www.truelookpanya.com/>. (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

### ออนไลน์

เทศบาลตำบลวังใหม่. (2558). **เทศบาลตำบลวังใหม่**. <http://www.wangmaicity.go.th/index.php>.  
(สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

AD ADDICT. (2560). **IMC (Integrated Marketing Communication)**.  
<https://adaddicth.com/knowledge/IMC-Integrated-Marketing-Communication>.  
(สืบค้น เมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560) **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึง**. <https://www.sat.or.th/> (สืบค้นเมื่อ  
10 สิงหาคม 2560)

Kotler. (1998). **Strategic Brand Management: Building Measuring and Managing Brand Equity**.  
<https://www.proquest.com/3461649f40483e3606e7ab3a780ca98e/1?pqorigsite=gscholar&cbl=30990>. (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Kotler. (1998). **Strategic Brand Management: Building Measuring and Managing Brand Equity**. [https://www.ajol.info/index.php/ajol/Gsearch/google?q=Kotler\(1998\)](https://www.ajol.info/index.php/ajol/Gsearch/google?q=Kotler(1998)).  
(สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Kotler. (1998). **Marketing del turismo**. <http://img.ibs.it/pdf/9788871925967.pdf>. (สืบค้นเมื่อ 10  
สิงหาคม 2560)

Kyungmi Kim. (2002). **Trade in Thailand: A three-way cultural comparison**.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48041743/s00076813\\_2800\\_2988562620160814-3667-1ycd7qc-with-cover-page-v2.pdf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48041743/s00076813_2800_2988562620160814-3667-1ycd7qc-with-cover-page-v2.pdf). (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Aspinall & Alison Jean. (2006). **Comparison of Different Methods for Computing Lyapunov Exponents**. <https://academic.oup.com/ptp/article/83/5/875/1875025>.  
(สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Feng & Xianghong. (2010). **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English**.  
<http://trove.nla.gov.au/work/5541490>. (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Smith & Athena. (2008). **Consumer Behavior**. <http://goo.gl/LnlVzs>. (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม  
2560)

Ibrahim & Zainub. (2010). **Organizational Behavior : Human Behavior at work**.  
[http://goo.gl/lo2kFicontent\\_copyCopy short URL](http://goo.gl/lo2kFicontent_copyCopy short URL). (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

Lambert & Esther E. (2009). **Young consumers' motivation and involvement: Uses and gratifications perspective**. <https://ugspace.ug.edu.gh/handle/123456789/29345>.  
(สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

## ออนไลน์

Sheikh Saleh Ahammed. (2010). **Services marketing strategy.**

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781444316568.wiem01055>. (สืบค้น

เมื่อ 10 สิงหาคม 2560)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### รายงานผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ดร. เพชรรัตน์ โล้วีชากรติกุล  
ตำแหน่งอาจารย์มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
2. ดร.กิตติ แก้วเขียว  
ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สจล. วิทยาเขตชุมพร
3. ดร.ปิพนิตา พุทธเกิด  
ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สจล. วิทยาเขตชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นายภาคิน นาคพี่น้อง  
รหัสนักศึกษา 63205066  
หัวข้อวิทยานิพนธ์ "ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร"

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ -

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

โดยปรับแก้ไขตามที่ระบุในแต่ละข้อ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....เพชรรัตน์ โล้วชากรติกุล

(ดร. เพชรรัตน์ โล้วชากรติกุล)

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

วันที่ 24 กันยายน 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร" โดย นายภาคิน นาคพี่น้อง ประจำปี 63205066 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัด ชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถาม ฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับผู้ที่อยู่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ลำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้  
คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย  $\checkmark$  ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายภาคิน นาคพี่น้อง)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น ..... *ภาคิน นาคพี่น้อง* .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ .....

หน่วยงาน ..... *วโงง ดมพร* .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นายภาทิน นาคพี่น้อง  
รหัสนักศึกษา 63205066  
หัวข้อวิทยานิพนธ์ "ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ )

- ดำเนินการต่อ  
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ดำเนินการตามตัวชี้วัดฯ ๑๖/๒๕๖๑

ลงชื่อ ดร. ภาทิน นาคพี่น้อง

วันที่ 16 กันยายน ๒๕๖๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดย นายภาคิน นาคพี่น้อง ประจำปี 63205066 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสกวังษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับผู้ที่อยู่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่สอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายภาคิน นาคพี่น้อง)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น ..... **นิพนธ์ พุทธิเกิด** .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ .....

หน่วยงาน .....



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นายภาคิน นาคพี่น้อง  
หัสนักศึกษา 63205066  
หัวข้อวิทยานิพนธ์ "ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ )

- ดำเนินการต่อ  
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....  
.....  
.....  
.....

ลงชื่อ

มีวนิชา พุทธเกิด

(.....)

วันที่

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข.  
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่  
หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามการวิจัยชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

2. แบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้ จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างมากต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไปได้ ยังขอความกรุณาจากทุกท่านโปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงเพื่อที่จะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปให้ได้สมบูรณ์ ผู้ใหญ่จะเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่แต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านต้องการ

#### 1. เพศ

- ชาย  หญิง

#### 2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี  20-30 ปี  31-40 ปี  
 41-50 ปี  51-60 ปี  61 ปี ขึ้นไป

#### 3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

#### 4. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา  ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัทเอกชน  รับจ้าง  อื่นๆ.....

#### 5. สถานภาพ

- โสด  สมรส  
 หย่าร้าง  หม้าย

#### 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,000-20,000 บาท  20,001-30,000 บาท  
 30,001-40,000 บาท  มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

คำชี้แจง กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. การโฆษณา</b>					
1.1 มีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องทราบข้อมูลใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน					
1.2 มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่างๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไปทราบข้อมูลได้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.3 มีป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ที่มีการสัญจรไปมา ทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น					
<b>2. การประชาสัมพันธ์</b>					
2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี					
2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีในหมู่บ้าน					
2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่างๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี					
2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสาร เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น					
<b>3. การส่งเสริมการขาย</b>					
3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เช่น โปรโมชั่นส่วนลด					
3.2 ให้โปรโมชั่นหรือส่วนลด ในเวลาที่จำกัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว					
3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจต่อเนื่อง เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อ					
<b>4. การขายโดยพนักงาน</b>					
4.1 เจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรโมชั่นหรือส่วนลดเพื่อให้เกิดการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว					
4.2 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน					
4.3 เจ้าหน้าที่มีการเสนอโปรโมชั่นให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็นการยัดเยียดหรือบีบบังคับ					
<b>5. เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์</b>					
5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา					
5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พัก					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.3 มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรือวอทแอป เป็นต้น					
<b>6. ตลาดทางตรง</b>					
6.1 มีการให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านแก่ลูกค้าที่เคยมาและลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ					
6.2 มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ					
6.3 มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว					
<b>7. การจัดกิจกรรมพิเศษ</b>					
7.1 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุกๆ เดือน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน					
7.2 มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่างๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน, คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
7.3 เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร

คำชี้แจง กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัย					
1.2 มีรถรับส่งนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในพื้นที่					
1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่หรือชาวบ้านคอยให้ข้อมูล ท่องเที่ยวเสมอ					
<b>2. ด้านการมีส่วนร่วม</b>					
2.1 นักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีความร่วมมือกันในการใช้ธรรมชาติเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แต่จะต้องไม่ทำให้ธรรมชาติเสียหาย					
2.2 ให้นักท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้านร่วมกับชาวบ้าน					
2.3 พยายามให้นักท่องเที่ยวที่มาพักนั้นได้ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านมีให้มากที่สุด แต่ต้องไม่ไปกินเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว					
<b>3. ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว</b>					
3.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน แต่อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์					
3.2 นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดการท่องเที่ยวของตัวเองได้ โดยมีชาวบ้านเป็นผู้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ เมื่อถูกร้องขอ					
3.3 มีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย หรือนำไปรีวิวนั่นเอง					
<b>4. ด้านการเรียนรู้</b>					
4.1 มีการสร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ในหลายภาษา เพื่อให้นักท่องเที่ยว ที่มานั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น					
4.2 มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ที่ส่งเสริมและทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมชาติ เข้าใจถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ รวมถึงชาวบ้านที่มีความเข้าใจเช่นกัน					
4.3 มีการออกแบบคอร์สการเรียนรู้ ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ ที่หลากหลาย และชาวบ้านมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.4 ให้ชาวบ้านเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว					
<b>5. ด้านสาธารณูปโภค</b>					
5.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รถรับส่ง นักท่องเที่ยวหรือรถจักรยาน, จักรยานยนต์ไว้ให้เช่าหรือบริการฟรี โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้ให้บริการ					
5.2 ที่พัก ห้องน้ำ หรือสถานที่ต่างๆ ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว มีความสะอาด และปลอดภัย					
5.3 ทางเดินหรือที่ไว้ให้นั่งพักริมทางมีไฟส่องสว่างและมีกล้อง CCTV คอยดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่ ตลอด 24 ชั่วโมง					
<b>6. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</b>					
6.1 มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแต่ละปี เพื่อไม่ให้อิทธิพลและระบบนิเวศเสียหาย					
6.2 มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ในด้านการปลูกฝังความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวและ ชาวบ้าน					
6.3 ต้องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้เหมาะสม ทั้งดูแลนักท่องเที่ยวและดูแลระบบนิเวศของหมู่บ้าน					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**\*ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม\***

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)
2. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่  
หมู่บ้านคลองพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	1. เพศ	1	1	1	1	1
	2. อายุ	1	1	1	1	1
	3. ระดับการศึกษา	1	1	1	1	1
	4. อาชีพ	1	1	1	1	1
	5. สถานภาพ	1	1	1	1	1
	6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1	1
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	<b>การโฆษณา</b>					
	1.1 มีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน	1	1	1	1	1
	1.2 มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่างๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไปทราบข้อมูลได้	1	1	1	1	1
	1.3 มีป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ที่มีการสัญจรไปมา ทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น	1	1	1	1	1
	<b>การประชาสัมพันธ์</b>					
	2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
	2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรม การท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีในหมู่บ้าน	1	1	1	1	1
	2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและ เกียรติคุณต่างๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะ หมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี	1	1	1	1	1
	2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านบุท เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยว จังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น	1	1	1	1	1
	<b>การส่งเสริมการขาย</b>					
	3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการ จัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เช่น โปรโมชั่นส่วนลด	1	1	1	1	1
	3.2 ให้โปรโมชั่นหรือส่วนลด ในเวลาที่ จำกัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจ ท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อ แพคเกจต่อเนื่อง เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่ ต่อ	1	1	1	1	1
	<b>การขายโดยพนักงาน</b>					
	4.1 เจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรโมชั่นหรือ ส่วนลดเพื่อให้เป็นการดึงดูดกลุ่ม นักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	4.2 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน	1	1	1	1	1
	4.3 เจ้าหน้าที่มีการเสนอโปรโมชั่นให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็นการยัดเยียดหรือบีบบังคับ	1	1	1	1	1
	<b>5. เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์</b>					
	5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปใน เว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
	5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พัก	1	1	1	1	1
	5.3 มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วิแชท หรือ วอทแอป เป็นต้น	1	1	1	1	1
	<b>6. ตลาดทางตรง</b>					
	6.1 มีการให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน แก่ลูกค้าที่เคยมา และลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ	1	1	1	1	1
	6.2 มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ	1	1	1	1	1
	6.3 มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยตรงกับนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	<b>7. การจัดกิจกรรมพิเศษ</b>					
	7.1 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุกๆ เดือน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน	1	1	1	1	1
	7.2 มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่างๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน, คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
	7.3 เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ ให้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่ง หมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น	1	1	1	1	1
3. เพื่อศึกษาการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่หมู่บ้าน คลองพร อำเภอบึง เมือง จังหวัดชุมพร	<b>ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
	1.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความ ปลอดภัย	1	1	1	1	1
	1.2 มีรถรับส่งนักท่องเที่ยว และชาวบ้านใน พื้นที่	1	1	1	1	1
	1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่ หรือชาวบ้านคอย ให้ข้อมูล ท่องเที่ยวเสมอ	1	1	1	1	1
	<b>ด้านกรมีส่วนร่วม</b>					
	2.1 นักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีความ ร่วมมือกันในการใช้ธรรมชาติเป็นแหล่ง พักผ่อนหย่อนใจ แต่จะต้องไม่ทำให้ ธรรมชาติเสียหาย	1	1	1	1	1
	2.2 ให้นักท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการ กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายในหมู่บ้านร่วมกับชาวบ้าน	1	1	1	1	1
	2.3 พยายามให้นักท่องเที่ยวที่มาพักนั้นได้ ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านมีให้มากที่สุด แต่ต้อง ไม่ไปกินเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	<b>ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว</b>					
	3.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน แต่อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์	1	1	1	1	1
	3.2 นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดการ ท่องเที่ยวของตัวเองได้ โดยมีชาวบ้านเป็น	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
	ผู้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ เมื่อถูกร้อง ขอ					
	3.3 มีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อ ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย หรือนำไปรีวิวนินแง่ลบ	1	1	1	1	1
	<b>ด้านการเรียนรู้</b>					
	4.1 มีการสร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับ ธรรมชาติ ในหลายภาษา เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ที่มานั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น	1	1	1	1	1
	4.2 มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ที่ ส่งเสริมและทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ธรรมชาติ เข้าใจถึงความสำคัญของการ อนุรักษ์ รวมถึงชาวบ้านที่มีความเข้าใจ เช่นกัน	1	1	1	1	1
	4.3 มีการออกแบบคอร์สการเรียนรู้ ด้าน การอนุรักษ์ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิง นิเวศ ที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ ที่ หลากหลายและชาวบ้านมีส่วนร่วมอย่าง สม่ำเสมอ	1	1	1	1	1
	4.4 ให้ชาวบ้านเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	<b>ด้านสาธารณูปโภค</b>					
	5.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่					
	นักท่องเที่ยว เช่น รถรับส่งนักท่องเที่ยว หรือรถจักรยาน, จักรยานยนต์ไว้ให้เช่าหรือ บริการฟรี โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้ ให้บริการ	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ ใช้ได้
		1	2	3		
	5.2 ที่พัก ห้องน้ำ หรือสถานที่ต่างๆ ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว มีความสะอาด และปลอดภัย	1	1	1	1	1
	5.3 ทางเดินหรือที่ไว้ให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนมีไฟส่องสว่างและมีกล้อง CCTV คอยดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่ ตลอด 24 ชั่วโมง	1	1	1	1	1
	<b>ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</b>					
	6.1 มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแต่ละปี เพื่อไม่ให้ธรรมชาติและระบบนิเวศเสียหาย	1	1	1	1	1
	6.2 มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง ในด้านการปลูกฝังความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้นักท่องเที่ยวและ ชาวบ้าน	1	1	1	1	1
	6.3 ต้องมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้เหมาะสม ทั้งดูแลนักท่องเที่ยว และดูแลระบบนิเวศของหมู่บ้าน	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านความเชื่อมั่น

เรื่อง “ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร อำเภอมือง จังหวัดชุมพร”

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Frequencies

### Statistics

		เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	สถานะ	เงินเดือน
N	Valid	385	385	385	385	385	385
	Missing	0	0	0	0	0	0

## Frequency Table

### เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	186.00	48.31	48.31	48.31
	หญิง	199.00	51.69	51.69	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

### อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 20 ปี	5.00	1.30	1.30	1.30
	21-30 ปี	58.00	15.06	15.06	16.36
	31-40 ปี	136.00	35.32	35.32	51.69
	41-50 ปี	33.00	8.57	8.57	60.26
	51-60 ปี	53.00	13.77	13.77	74.03
	มากกว่า 60 ปี	100.00	25.97	25.97	100.00
	Total		385.00	100.00	100.00

### ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	84.00	21.82	21.82	21.82
	ปริญญาตรี	190.00	49.35	49.35	71.17
	สูงกว่าปริญญาตรี	111.00	28.83	28.83	100.00
	Total		385.00	100.00	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid นักเรียน/นักศึกษา	47.00	12.21	12.21	12.21
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	116.00	30.13	30.13	42.34
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	76.00	19.74	19.74	62.08
พนักงานบริษัทเอกชน	29.00	7.53	7.53	69.61
รับจ้าง	92.00	23.90	23.90	93.51
อื่นๆ	25.00	6.49	6.49	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

## สถานะ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	152.00	39.48	39.48	39.48
สมรส	85.00	22.08	22.08	61.56
หย่าร้าง	60.00	15.58	15.58	77.14
หม้าย	88.00	22.86	22.86	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

## เงินเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 10,000 บาท	57.00	14.81	14.81	14.81
10,001-20,000 บาท	76.00	19.74	19.74	34.55
20,001-30,000 บาท	90.00	23.38	23.38	57.92
30,001-40,000 บาท	93.00	24.16	24.16	82.08
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	69.00	17.92	17.92	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

## 1. การโฆษณา

Statistics

	1.1 มีการโฆษณาใน รูปแบบออนไลน์ ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยว ทราบข้อมูล ใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ของหมู่บ้าน	1.2 มีการโฆษณา ทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่อยู่ในชีวิตประ จําวันของผู้ค งทั่วไป ให้ผู้ทั่วไปท ราบข้อมูลได้	1.3 มีป้ายโฆษณา ตามจุดต่างๆ ที่มีการสัญจรใ มา ทำให้ผู้คนที่อยู่ ในแรมมองเห็น	
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.55	3.58	3.61
Std. Deviation		1.11	1.18	1.13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1.1 มีการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้าน**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	4.00	1.04	1.04	1.04
น้อย	79.00	20.52	20.52	21.56
ปานกลาง	104.00	27.01	27.01	48.57
มาก	98.00	25.45	25.45	74.03
มากที่สุด	100.00	25.97	25.97	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**1.2 มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่างๆ ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไปทราบข้อมูลได้**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	8.00	2.08	2.08	2.08
น้อย	86.00	22.34	22.34	24.42
ปานกลาง	78.00	20.26	20.26	44.68
มาก	101.00	26.23	26.23	70.91
มากที่สุด	112.00	29.09	29.09	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**1.3 มีป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ที่มีการสัญจรไปมา ทำให้ผู้คนที่อยู่ในรถมองเห็น**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	6.00	1.56	1.56	1.56
น้อย	74.00	19.22	19.22	20.78
ปานกลาง	89.00	23.12	23.12	43.90
มาก	110.00	28.57	28.57	72.47
มากที่สุด	106.00	27.53	27.53	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. การประชาสัมพันธ์

Statistics					
		2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี	2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีในหมู่บ้าน	2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่างๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี	2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านบูท เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น
N	Valid	385.00	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00	.00
Mean		3.55	3.59	3.52	3.68
Std. Deviation		1.19	1.13	1.25	1.23

## 2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	15.00	3.90	3.90	3.90
	น้อย	77.00	20.00	20.00	23.90
	ปานกลาง	75.00	19.48	19.48	43.38
	มาก	118.00	30.65	30.65	74.03
	มากที่สุด	100.00	25.97	25.97	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

## 2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีในหมู่บ้าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8.00	2.08	2.08	2.08
	น้อย	79.00	20.52	20.52	22.60
	ปานกลาง	74.00	19.22	19.22	41.82
	มาก	127.00	32.99	32.99	74.81
	มากที่สุด	97.00	25.19	25.19	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่างๆ ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	21.00	5.45	5.45	5.45
น้อย	82.00	21.30	21.30	26.75
ปานกลาง	67.00	17.40	17.40	44.16
มาก	106.00	27.53	27.53	71.69
มากที่สุด	109.00	28.31	28.31	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

### 2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านแบบท เช่น งานท่องเที่ยวไทย หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	19.00	4.94	4.94	4.94
น้อย	69.00	17.92	17.92	22.86
ปานกลาง	52.00	13.51	13.51	36.36
มาก	121.00	31.43	31.43	67.79
มากที่สุด	124.00	32.21	32.21	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. การส่งเสริมการขาย

Statistics				
		3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขาย รูปแบบต่างๆ เช่น โปสเตอร์ ส่วนลด	3.2 ให้โปสเตอร์หรือส่วนลด ในเวลาที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจ ท่องเที่ยว	3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้า ซื้อแพคเกจท่องเที่ยว เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยว มาอยู่ต่อ
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.79	3.70	3.48
Std. Deviation		1.11	1.21	1.29

**3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ  
เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เช่น โปสเตอร์  
ส่วนลด**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4.00	1.04	1.04	1.04
	น้อย	58.00	15.06	15.06	16.10
	ปานกลาง	87.00	22.60	22.60	38.70
	มาก	103.00	26.75	26.75	65.45
	มากที่สุด	133.00	34.55	34.55	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**3.2 ให้โปสเตอร์หรือส่วนลด ในเวลาที่เหมาะสม  
เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	10.00	2.60	2.60	2.60
	น้อย	77.00	20.00	20.00	22.60
	ปานกลาง	64.00	16.62	16.62	39.22
	มาก	100.00	25.97	25.97	65.19
	มากที่สุด	134.00	34.81	34.81	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การให้ส่วนเลตพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจต่อเนื่อง เพื่อตั้งให้แก๊งเที่ยวอยุธยา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	33.00	8.57	8.57	8.57
	น้อย	68.00	17.66	17.66	26.23
	ปานกลาง	70.00	18.18	18.18	44.42
	มาก	110.00	28.57	28.57	72.99
	มากที่สุด	104.00	27.01	27.01	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

#### 4. การขายโดยพนักงาน

Statistics				
		4.1 เจ้าหน้าที่มีการ นำเสนอโปรแกรม หรือส่วนเลต เพื่อให้เป็นการ ดึงดูดกลุ่มนักท องเที่ยว	4.2 มีเจ้าหน้าที่คอย ให้คำปรึกษาเก ยกับการท่อง เที่ยวในจังหวัดแ ละในตัวหมู่บ้าน แ	4.3 เจ้าหน้าที่มีการ เสนอโปรแกรมช นให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็ นการยืดเยื้อหรือ อึดอัดนัก
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.56	3.66	3.63
Std. Deviation		1.27	1.19	1.28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.1**  
**เจ้าหน้าที่มีการนำเสนอวิธีหรือส่วนแลตเพื่อให้เกิดการตั้งตักกลุ่มแก๊ง**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
น้อยที่สุด	29.00	7.53	7.53	7.53
น้อย	60.00	15.58	15.58	23.12
ปานกลาง	75.00	19.48	19.48	42.60
มาก	107.00	27.79	27.79	70.39
มากที่สุด	114.00	29.61	29.61	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**4.2**  
**มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการแก๊งในจังหวัดและในตัวหมู่บ้าน**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
น้อยที่สุด	9.00	2.34	2.34	2.34
น้อย	78.00	20.26	20.26	22.60
ปานกลาง	73.00	18.96	18.96	41.56
มาก	99.00	25.71	25.71	67.27
มากที่สุด	126.00	32.73	32.73	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**4.3** **เจ้าหน้าที่มีการเสนอวิธีหรือส่วนแลตให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็นการยึดเยียดหรือบีบบังคับ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
น้อยที่สุด	26.00	6.75	6.75	6.75
น้อย	62.00	16.10	16.10	22.86
ปานกลาง	70.00	18.18	18.18	41.04
มาก	96.00	24.94	24.94	65.97
มากที่สุด	131.00	34.03	34.03	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์

Statistics				
		5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา	5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พัก	5.3 มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เพจบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรือวอทแอปพลิเคชัน
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.82	3.51	3.46
Std. Deviation		1.10	1.20	1.27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11.00	2.86	2.86	2.86
	น้อย	37.00	9.61	9.61	12.47
	ปานกลาง	98.00	25.45	25.45	37.92
	มาก	103.00	26.75	26.75	64.68
	มากที่สุด	136.00	35.32	35.32	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

### 5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้ โดยไม่ต้องวางมัดจำล่วงหน้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9.00	2.34	2.34	2.34
	น้อย	89.00	23.12	23.12	25.45
	ปานกลาง	97.00	25.19	25.19	50.65
	มาก	78.00	20.26	20.26	70.91
	มากที่สุด	112.00	29.09	29.09	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

### 5.3

มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เพจบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรือแอปพลิเคชัน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	22.00	5.71	5.71	5.71
	น้อย	89.00	23.12	23.12	28.83
	ปานกลาง	71.00	18.44	18.44	47.27
	มาก	95.00	24.68	24.68	71.95
	มากที่สุด	108.00	28.05	28.05	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ตลาดทางตรง

## Statistics

		6.1 มีการให้ข้อมูล ใหม่ๆ เกี่ยวกับการทอ งเกี่ยวกับแห มู่บ้าน แก่ลูกค้าที่เคย มาและลงทะเบียน อีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ	6.2 มีการจัดทำสถ ติ ข้อมูล เกี่ยวกับการทอ งเกี่ยวกับแห มู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าใ ดเปรียบเทียบแ ละตัดสินใจ	6.3 มีการใช้โทรศ พท์มือถือเป็นแ เครื่องมือในกา รนำเสนอแหล่ง ท่องเที่ยวและข ริการโดยตรง กับนักท่องเที่ยว
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.66	3.41	3.50
Std. Deviation		1.14	1.37	1.32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**6.1 มีการให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน  
แก่ลูกค้าที่เคยมาและลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11.00	2.86	2.86	2.86
	น้อย	58.00	15.06	15.06	17.92
	ปานกลาง	97.00	25.19	25.19	43.12
	มาก	105.00	27.27	27.27	70.39
	มากที่สุด	114.00	29.61	29.61	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**6.2 มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน  
เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	26.00	6.75	6.75	6.75
	น้อย	110.00	28.57	28.57	35.32
	ปานกลาง	55.00	14.29	14.29	49.61
	มาก	70.00	18.18	18.18	67.79
	มากที่สุด	124.00	32.21	32.21	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**6.3**

**มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบ  
ริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	27.00	7.01	7.01	7.01
	น้อย	85.00	22.08	22.08	29.09
	ปานกลาง	60.00	15.58	15.58	44.68
	มาก	95.00	24.68	24.68	69.35
	มากที่สุด	118.00	30.65	30.65	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7. การจัดกิจกรรมพิเศษ

## Statistics

		7.1 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุกๆเดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่ แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน	7.2 มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่างๆ อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮาโลวีน, คริสต์มาส ขนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	7.3 เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความความคิดเห็น
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.87	3.66	3.65
Std. Deviation		1.04	1.23	1.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**7.1 มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในทุกๆ เดือน  
เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความแปลกใหม่  
แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในหมู่บ้าน**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	2.00	.52	.52	.52
น้อย	53.00	13.77	13.77	14.29
ปานกลาง	65.00	16.88	16.88	31.17
มาก	138.00	35.84	35.84	67.01
มากที่สุด	127.00	32.99	32.99	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**7.2 มีการตกแต่งหมู่บ้านตามเทศกาลต่างๆ  
อาจไม่ใช่เฉพาะเทศกาลในไทย  
อาจแต่งตามเทศกาลของต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮารีวีน,  
คริสต์มาส บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	15.00	3.90	3.90	3.90
น้อย	71.00	18.44	18.44	22.34
ปานกลาง	76.00	19.74	19.74	42.08
มาก	91.00	23.64	23.64	65.71
มากที่สุด	132.00	34.29	34.29	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

**7.3 เมื่อถึงเทศกาลพิเศษต่างๆ  
ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการตกแต่งหมู่บ้าน หรือแสดงความคิดเห็น**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	36.00	9.35	9.35	9.35
น้อย	57.00	14.81	14.81	24.16
ปานกลาง	43.00	11.17	11.17	35.32
มาก	120.00	31.17	31.17	66.49
มากที่สุด	129.00	33.51	33.51	100.00
Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร

1. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

**Statistics**

		1.1 มีการโฆษณาใน รูปแบบออนไลน์ ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้แกท่องเที่ยว ที่รวบรวมข้อมูล ใหม่ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ของหมู่บ้าน	1.2 มีการโฆษณา ทางหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่อยู่ในชีวิตประ จําวันของผู้คน ทั่วไป ให้ผู้คนทั่วไป รวบรวมข้อมูลได้	1.3 มีป้ายโฆษณา ตามจุดต่างๆ ที่มีการสัญจรไ บมาก ทำให้ผู้คนที่อยู่ ในแรกมองเห็น
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.55	3.58	3.61
Std. Deviation		1.11	1.18	1.13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ  
ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัย**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	20.00	5.19	5.19	5.19
	น้อย	34.00	8.83	8.83	14.03
	ปานกลาง	59.00	15.32	15.32	29.35
	มาก	135.00	35.06	35.06	64.42
	มากที่สุด	137.00	35.58	35.58	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**1.2 มีรถรับส่งนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในพื้นที่**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	15.00	3.90	3.90	3.90
	น้อย	70.00	18.18	18.18	22.08
	ปานกลาง	86.00	22.34	22.34	44.42
	มาก	87.00	22.60	22.60	67.01
	มากที่สุด	127.00	32.99	32.99	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่  
หรือชาวบ้านคอยให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเสมอ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	35.00	9.09	9.09	9.09
	น้อย	63.00	16.36	16.36	25.45
	ปานกลาง	78.00	20.26	20.26	45.71
	มาก	76.00	19.74	19.74	65.45
	มากที่สุด	133.00	34.55	34.55	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ด้านการมีส่วนร่วม

## Statistics

		2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี	2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆที่มีในหมู่บ้าน	2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่างๆที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี	2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านบูท เช่นงานท่องเที่ยวไทยหรืองานท่องเที่ยวจังหวัดที่ทางจังหวัดจัดขึ้น
N	Valid	385.00	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00	.00
Mean		3.55	3.59	3.52	3.68
Std. Deviation		1.19	1.13	1.25	1.23

## 2.1 มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	15.00	3.90	3.90	3.90
	น้อย	77.00	20.00	20.00	23.90
	ปานกลาง	75.00	19.48	19.48	43.38
	มาก	118.00	30.65	30.65	74.03
	มากที่สุด	100.00	25.97	25.97	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

## 2.2 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆที่มีในหมู่บ้าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8.00	2.08	2.08	2.08
	น้อย	79.00	20.52	20.52	22.60
	ปานกลาง	74.00	19.22	19.22	41.82
	มาก	127.00	32.99	32.99	74.81
	มากที่สุด	97.00	25.19	25.19	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**2.3 มีการประชาสัมพันธ์ถึงรางวัลและเกียรติคุณต่างๆ  
ที่หมู่บ้านได้รับในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดี**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	21.00	5.45	5.45	5.45
	น้อย	82.00	21.30	21.30	26.75
	ปานกลาง	67.00	17.40	17.40	44.16
	มาก	106.00	27.53	27.53	71.69
	มากที่สุด	109.00	28.31	28.31	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**2.4 มีการการประชาสัมพันธ์ผ่านชุมชน เช่นงานท่องเที่ยวไทย  
หรืองานท่องเที่ยวจังหวัด ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	19.00	4.94	4.94	4.94
	น้อย	69.00	17.92	17.92	22.86
	ปานกลาง	52.00	13.51	13.51	36.36
	มาก	121.00	31.43	31.43	67.79
	มากที่สุด	124.00	32.21	32.21	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

## Statistics

		3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เช่น โปรโมชั่นส่วนลด	3.2 ให้โปรโมชั่นหรือส่วนลด ในเวลาที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว	3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว เพื่อดึงให้ลูกค้าท่องเที่ยวอยู่ต่อ
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.79	3.70	3.48
Std. Deviation		1.11	1.21	1.29

3.1 มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ  
เมื่อมีการจัดการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เช่น โปรโมชั่นส่วนลด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4.00	1.04	1.04	1.04
	น้อย	58.00	15.06	15.06	16.10
	ปานกลาง	87.00	22.60	22.60	38.70
	มาก	103.00	26.75	26.75	65.45
	มากที่สุด	133.00	34.55	34.55	100.00
Total		385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2 ให้บริการชมหรือดาวน์โหลด ในเวลาที่จำกัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อแพคเกจท่องเที่ยว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	10.00	2.60	2.60	2.60
	น้อย	77.00	20.00	20.00	22.60
	ปานกลาง	64.00	16.62	16.62	39.22
	มาก	100.00	25.97	25.97	65.19
	มากที่สุด	134.00	34.81	34.81	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

### 3.3 การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อแพคเกจตั๋วเครื่องบิน เพื่อตั้งให้แก่มือถือท่องเที่ยวอยู่ต่อ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	33.00	8.57	8.57	8.57
	น้อย	68.00	17.66	17.66	26.23
	ปานกลาง	70.00	18.18	18.18	44.42
	มาก	110.00	28.57	28.57	72.99
	มากที่สุด	104.00	27.01	27.01	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. ด้านการเรียนรู้

## Statistics

		4.1 เจ้าหน้าที่มีการ นำเสนอโปรแกรม ซัพหรือส่วนแลต เพื่อให้เป็นการ ดึงดูดกลุ่มนัก ท่องเที่ยว	4.2 มีเจ้าหน้าที่คอย ให้คำปรึกษาเกี่ ยวกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดแ ละในตัวหมุ่มา น	4.3 เจ้าหน้าที่มีการ เสนอโปรแกรมซ ัพให้ลูกค้า แต่ต้องไม่เป็ นการยึดเยียดหรื อึมขบังคับ
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.56	3.66	3.63
Std. Deviation		1.27	1.19	1.28

4.1  
เจ้าหน้าที่มีการนำเสนอโปรแกรมซัพหรือส่วนแลตเพื่อให้เป็นการดึงดูดกลุ่มนัก  
ท่องเที่ยว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	29.00	7.53	7.53	7.53
	น้อย	60.00	15.58	15.58	23.12
	ปานกลาง	75.00	19.48	19.48	42.60
	มาก	107.00	27.79	27.79	70.39
	มากที่สุด	114.00	29.61	29.61	100.00
Total		385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2

มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดและในเด้าหมุ้  
าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9.00	2.34	2.34	2.34
	น้อย	78.00	20.26	20.26	22.60
	ปานกลาง	73.00	18.96	18.96	41.56
	มาก	99.00	25.71	25.71	67.27
	มากที่สุด	126.00	32.73	32.73	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

4.3 เจ้าหน้าที่มีการเสนอวีซ่าให้ลูกค้า  
แต่ต้องไม่เป็นภาระยึดเยียดหรือมีบังคับ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	26.00	6.75	6.75	6.75
	น้อย	62.00	16.10	16.10	22.86
	ปานกลาง	70.00	18.18	18.18	41.04
	มาก	96.00	24.94	24.94	65.97
	มากที่สุด	131.00	34.03	34.03	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ด้านสาธารณสุขโลก

## Statistics

		5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา	5.2 มีการสร้างเว็บไซต์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้โดยไม่ต้องวอล์กอินเข้ามาจองที่พัก	5.3 มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เพจบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรือวอทแอปพลิเคชัน
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.82	3.51	3.46
Std. Deviation		1.10	1.20	1.27

## 5.1 มีการจัดทำข้อมูลต่างๆ ลงไปในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนมาค้นหา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11.00	2.86	2.86	2.86
	น้อย	37.00	9.61	9.61	12.47
	ปานกลาง	98.00	25.45	25.45	37.92
	มาก	103.00	26.75	26.75	64.68
	มากที่สุด	136.00	35.32	35.32	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**5.2 มีการสร้างเว็บไซต์  
ให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักหรือแพ็คเกจทัวร์ได้  
โดยไม่ต้องวางมัดจำเข้ามาจองที่พัก**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9.00	2.34	2.34	2.34
	น้อย	89.00	23.12	23.12	25.45
	ปานกลาง	97.00	25.19	25.19	50.65
	มาก	78.00	20.26	20.26	70.91
	มากที่สุด	112.00	29.09	29.09	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**5.3**

**มีการใช้การตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อตอบคำถามพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวสงสัย เช่น ราคาที่พัก หรือราคาแพ็คเกจทัวร์ ต่างๆ ในหลากหลายช่องทาง เช่น เพจบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม วีแชท หรืออวทแอฟเป็นต้น**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	22.00	5.71	5.71	5.71
	น้อย	89.00	23.12	23.12	28.83
	ปานกลาง	71.00	18.44	18.44	47.27
	มาก	95.00	24.68	24.68	71.95
	มากที่สุด	108.00	28.05	28.05	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

## Statistics

		6.1 มีการให้ข้อมูล ใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใน หมู่บ้าน แก่ลูกค้าที่เคย มาและลงทะเบียน อีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ	6.2 มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใน หมู่บ้าน เพื่อให้ลูกค้าได้ เปรียบเทียบและ ตัดสินใจ	6.3 มีการใช้โทรศัพท์ มือถือเป็น เครื่องมือในการ นำเสนอแหล่ง ท่องเที่ยวและบริการ โดยตรง กับนักท่องเที่ยว
N	Valid	385.00	385.00	385.00
	Missing	.00	.00	.00
Mean		3.66	3.41	3.50
Std. Deviation		1.14	1.37	1.32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**6.1 มีการให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน  
แก่ลูกค้าที่เคยมาและลงทะเบียนอีเมลเอาไว้ อย่างสม่ำเสมอ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11.00	2.86	2.86	2.86
	น้อย	58.00	15.06	15.06	17.92
	ปานกลาง	97.00	25.19	25.19	43.12
	มาก	105.00	27.27	27.27	70.39
	มากที่สุด	114.00	29.61	29.61	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**6.2 มีการจัดทำสถิติ ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน  
เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบและตัดสินใจ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	26.00	6.75	6.75	6.75
	น้อย	110.00	28.57	28.57	35.32
	ปานกลาง	55.00	14.29	14.29	49.61
	มาก	70.00	18.18	18.18	67.79
	มากที่สุด	124.00	32.21	32.21	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

**6.3**

**มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบ  
ริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	27.00	7.01	7.01	7.01
	น้อย	85.00	22.08	22.08	29.09
	ปานกลาง	60.00	15.58	15.58	44.68
	มาก	95.00	24.68	24.68	69.35
	มากที่สุด	118.00	30.65	30.65	100.00
	Total	385.00	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คู่มือ 1 การโฆษณา

## Correlations

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	การโฆษณา
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.20
	Sig. (2-tailed)		.00
	N	385.00	385.00
การโฆษณา	Pearson Correlation	.20	1.00
	Sig. (2-tailed)	.00	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## คู่มือ 2 การประชาสัมพันธ์

## Correlations

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	การประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.28
	Sig. (2-tailed)		.00
	N	385.00	385.00
การประชาสัมพันธ์	Pearson Correlation	.28	1.00
	Sig. (2-tailed)	.00	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คู่มือที่ 3 การส่งเสริมการขาย

## Correlations

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	การส่งเสริมการขาย
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.13
	Sig. (2-tailed)		.01
	N	385.00	385.00
การส่งเสริมการขาย	Pearson Correlation	.13	1.00
	Sig. (2-tailed)	.01	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## คู่มือที่ 4 การขายโดยพนักงาน

## Correlations

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	การขายโดยพนักงาน
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.22
	Sig. (2-tailed)		.00
	N	385.00	385.00
การขายโดยพนักงาน	Pearson Correlation	.22	1.00
	Sig. (2-tailed)	.00	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่ที่ 5 เครื่องข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์

**Correlations**

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หุบเขาคลองพร	เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หุบเขาคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.54
	Sig. (2-tailed)		.00
	N	385.00	385.00
เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์	Pearson Correlation	.54	1.00
	Sig. (2-tailed)	.00	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

คู่ที่ 6 ตลาดทางตรง

**Correlations**

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หุบเขาคลองพร	ตลาดทางตรง
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หุบเขาคลองพร	Pearson Correlation	1.00	.51
	Sig. (2-tailed)		.00
	N	385.00	385.00
ตลาดทางตรง	Pearson Correlation	.51	1.00
	Sig. (2-tailed)	.00	
	N	385.00	385.00

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือ 7 การจัดกิจกรรมพิเศษ

**Correlations**

		การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	การจัดกิจกรรมพิเศษ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่หมู่บ้านคลองพร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1.00  385.00	.65**  385.00
การจัดกิจกรรมพิเศษ	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.65**  385.00	1.00  385.00

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายภาคิน นาคพี่น้อง
วัน เดือน ปีเกิด	20 สิงหาคม พ.ศ.2542
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	11 ม.4 ต.วังใหม่ อ.เมือง จ.ชุมพร 86190
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2559	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร
พ.ศ.2561	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2560 – 2562	งานธุรการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้