

# การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ Ecotourism Management for the Tourist Attractions in Samut Prakan Province

บรรจบ มุลเชื้อ<sup>1</sup>  
Bunchob Moolchua

## บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสมุทรปราการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Chi-square test, T-test, F-test (One Way ANOVA) และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน ร่วมเทศกาล งานประเพณีและไหว้พระทำบุญ เดินทางมาพักผ่อนกับครอบครัวจำนวน 4 - 5 คน เลือกเดินทางวันเสาร์-อาทิตย์ ความถี่ในการท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001-3,000 บาทต่อครั้ง แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ พระสมุทรเจดีย์ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่สำคัญมากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน 2) ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน และ 3) ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ (Keywords) :** การบริหารจัดการ; การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ; จังหวัดสมุทรปราการ

## Abstract

This research article aimed to study: 1) Thai tourists' behavior for travelling to ecotourism attractions in Samut Prakan province, 2) the marketing mix factors for ecotourism in Samut Prakan province, and 3) the motivation for ecotourism in Samut Prakan province among Thai tourists. This was quantitative research. The sample consisted of 400 Thai tourists. The research instrument was a questionnaire. Statistical tools used in the research included frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-square test, T-test, F-test (One way ANOVA), and Scheff's method to test the mean differences.

The results of this research were: 1) tourists' main purposes of traveling were to relax, participate in traditional festivals, and pay homage to Buddha and make merit,

---

Received: 2024-06-21 Revised: 2024-07-01 Accepted: 2024-07-02

<sup>1</sup> อาจารย์พิเศษหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการเงินและการบริหารหนี้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Program in Financial Management Innovation and Debt Management, Bangkok Thonburi University. E-mail: bunchob.m@gmail.com

traveling with a family of 4-5 people on Saturday-Sunday, about 2-3 times, estimated travel expenses about 1,001-3,000 baht per trip; the favorite tourist attraction was Phra Samut Chedi. 2) The overall importance of marketing mix factors was high; the highest important aspect was physical evidence. 3) The Thai tourists traveling in ecotourism destinations in Samut Prakan Province had the highest level of motivation, both as push factors and as pull factors.

The results of the hypothesis testing found that 1) the different personal factors were no differences in travel behavior. 2) The different personal factors had no importance to marketing mix components. And 3) different personal factors was no motivations for traveling.

**Keywords:** Management; Ecotourism; Samut Prakan Province

## บทนำ (Introduction)

การพัฒนาประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 เป็นต้นมา จึงเป็นแม่แบบของการพัฒนาแบบก้าวกระโดด และเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ในเวลาต่อมารัฐจึงได้ประกาศให้มีการขยายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมหาศาล อันเนื่องมาจากรายได้และการจ้างงาน อีกทั้งการท่องเที่ยว ยังเป็นการเสริมสร้าง และสนับสนุนต่ออุตสาหกรรมภาคเกษตร (Jaafa & Maideen, 2012: 683-691) ดังนั้น อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจเป็นอย่างสูงจากนักวางแผน และการจัดการเพื่อพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกำลังพัฒนา ที่มีฐานทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาสู่การสร้างรายได้แก่ประเทศทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาลโดยการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อประชาชนในท้องถิ่น และบุคคลต่างถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์และกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากลและอย่างยั่งยืน (รุ่งราตรี อัจเจริญ และชวลีย์ ณ กลาง, 2560: 135)

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวมูลค่าสูงเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งแสวงหาความพึงพอใจ จากการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกสบายหรือการได้รับบริการที่ดีเยี่ยม มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ด้านอารมณ์ความรู้สึก สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) ที่นักท่องเที่ยวยินดีซื้อเวลาความสะดวกสบาย และความพิเศษเฉพาะบุคคลเพื่อลดขั้นตอนความยุ่งยากในการท่องเที่ยวเพราะเวลาเทียบเท่ากับทรัพย์สินที่มีมูลค่าและความสำคัญ ซึ่งการท่องเที่ยวมูลค่าสูงกำลังมีการเติบโตระยะเวลาและในหัวข้อการวิจัยนี้จึงได้นำเสนอการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวมูลค่าสูง แนะนำธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องและกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ในต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ ชื่นชม และเข้าใจผลกระทบของมนุษย์ต่อระบบนิเวศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564: 8)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งจุดหมายปลายทางเหล่านี้เป็นพื้นที่ที่ควบคุมทั้งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและไม่เป็นที่อยู่อาศัยและอยู่ภายใต้การปกป้องทางสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ ระดับนานาชาติ โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะสร้างผลกระทบทางลบให้เกิดขึ้นกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้ด้านการอนุรักษ์และกระตุ้นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวให้มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว (นิศา ชัชกุล, 2555: 83)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งนักท่องเที่ยวครั้งแรก และนักท่องเที่ยวซ้ำสำหรับการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสมุทรปราการ จึงเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือการคำนึงถึงองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การจัดท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม คอยติดตามตรวจสอบ รวมถึงร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ไม่มีผลกระทบในชุมชน การท่องเที่ยวที่สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นสิ่งสำคัญคือชุมชนควรมีส่วนความร่วมมือ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอันทรงคุณค่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ นักท่องเที่ยวนั้นให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องต่อการท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ เกิดความสุขที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในรูปแบบนั้นๆ ด้วยการผสมผสานกับแนวคิดใหม่ให้กิจกรรมเป็นที่น่าสนใจเพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ภายใต้การบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น

โดยจังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย เนื้อที่ 1,004 ตารางกิโลเมตร สมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอยู่หลายแห่ง ได้แก่ ฟาร์มจระเข้ และเมืองโบราณ พระสมุทรเจดีย์ ตลาดน้ำโบราณ พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ สถานที่ตากอากาศบางปู อุทยานการเรียนรู้อ่าวไทย และวัดต่างๆ ที่เก่าแก่ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ ที่กล่าวมานี้ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ จุดขาย ตลอดจนการกระจายรายได้และผลประโยชน์ไปยังท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจยาวนาน มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสม่ำเสมอและมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีผลกระทบอันใดเลย (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562: 22)

จากเหตุผลที่กล่าวในข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ โดยจากการศึกษาครั้งนี้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่อย่างเหมาะสมต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

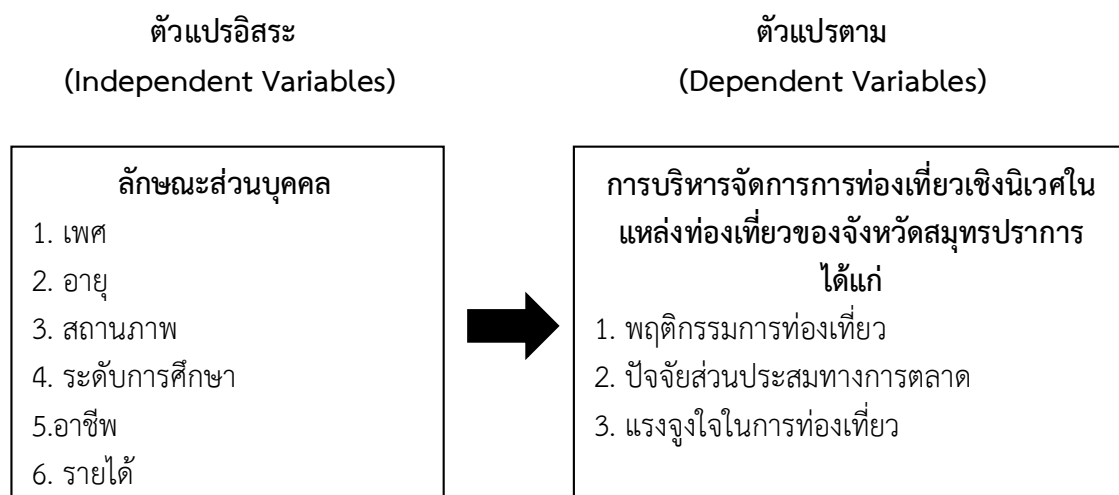
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน
3. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเอาแนวคิดและทฤษฎีของ Pizam, A. & Mansfeld, Y. (1999), Kotler Philip (2012) และ Goodwin Harold (1996) มาเขียนเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
  - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 อำเภอ ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอบางบ่อ อำเภอบางพลี อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และอำเภอบางเสาธง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ 6 อำเภอ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran, 1997 (อ้างใน พิมพา ทิรัญกิตติ, 2552: 136) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384.16 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ 6 อำเภอ ของจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอบางบ่อ อำเภอบางพลี อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และอำเภอบางเสาธง

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) คำถามจำนวน 36 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) คำถามจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรับกลับคืนด้วยตนเองทั้งหมด 400 ฉบับ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร นิตยสาร เอกสารทางวิชาการ ผลงานการวิจัย วิทยานิพนธ์และทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ พบว่า แบบสอบถามมีความเรียบร้อยถูกต้องสมบูรณ์ทุกฉบับ และนำแบบสอบถามทั้งหมดมาลงรหัสและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.), Chi-square test, t-test, F-test (One-Way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

#### ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ ผลจากการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางส่วนใหญ่มาพักผ่อน/ท่องเที่ยว มาเทศกาลงานประเพณี และไหว้พระทำบุญปฏิบัติธรรม ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ จำนวนสมาชิกในการเดินทางจะมาด้วยกันจำนวน 4-5 คน ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ความถี่ในการเดินทาง 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้จ่ายอยู่ประมาณ 1,001-3,000 บาท แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบส่วนใหญ่คือพระสมุทรเจดีย์ โบราณสถานที่สำคัญคู่บ้านคูเมืองจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ

**ตารางที่ 1** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการในภาพรวม (7Ps)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.11	0.82	มาก	4
2. ด้านราคา (Price)	3.96	0.64	มาก	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.81	0.71	มาก	7
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.94	0.80	มาก	6
5. ด้านบุคลากร (People)	4.18	0.76	มาก	2
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.26	0.69	มากที่สุด	1
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.16	0.68	มาก	3
ภาพรวม	4.06	0.58	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นและให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$  ; S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ( $\bar{X} = 4.26$  ; S.D. = 0.69) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร (People) ( $\bar{X} = 4.18$  ; S.D. = 0.76) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ( $\bar{X} = 4.16$  ; S.D. = 0.68) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ( $\bar{X} = 4.11$  ; S.D. = 0.82) ด้านราคา (Price) ( $\bar{X} = 3.96$  ; S.D. = 0.64) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ( $\bar{X} = 3.94$  ; S.D. = 0.80) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ( $\bar{X} = 3.81$  ; S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ปัจจัยหลัก				
1.1 ต้องการที่จะพักผ่อนจิตใจและร่างกาย	4.47	0.68	มากที่สุด	1
1.2 ต้องการหาความสนุกสนานเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.43	0.69	มากที่สุด	3
1.3 ต้องการสร้างประสบการณ์และความเชื่อมั่นในตนเองกับสิ่งใหม่ในชีวิต	4.25	0.68	มากที่สุด	5
1.4 ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยว	4.32	0.73	มากที่สุด	4
1.5 ต้องการหนีความสับสนวุ่นวายในตัวเมืองที่อาศัย	4.44	0.67	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>4.38</b>	<b>0.64</b>	<b>มากที่สุด</b>	
2. ปัจจัยดึง				
2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ	4.39	0.68	มากที่สุด	2
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	4.16	0.74	มาก	5
2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมทางธรรมชาติเหมาะกับทุกเพศทุกวัย	4.25	0.81	มากที่สุด	4
2.4 แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.27	0.78	มากที่สุด	3
2.5 ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีดีและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว	4.41	0.69	มากที่สุด	1
<b>รวม</b>	<b>4.30</b>	<b>0.72</b>	<b>มากที่สุด</b>	
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.34</b>	<b>0.70</b>	<b>มากที่สุด</b>	

จากตารางที่ 2 พบว่า แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$  ; S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยหลักในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.38$  ; S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ ต้องการที่จะพักผ่อนจิตใจและร่างกาย ( $\bar{X} = 4.47$  ; S.D. = 0.68) รองลงมาต้องการหนีความสับสนวุ่นวายในตัวเมืองที่อาศัย ( $\bar{X} = 4.44$  ; S.D. = 0.67) ต้องการหาความสนุกสนานเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ( $\bar{X} = 4.43$  ; S.D. = 0.69) ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.32$  ; S.D. = 0.73) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ต้องการสร้างประสบการณ์และความเชื่อมั่นในตนเองกับสิ่งใหม่ในชีวิต ( $\bar{X} = 4.25$  ; S.D. = 0.68) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยตั้งพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$  ; S.D. = 0.72) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีดีและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.41$  ; S.D. = 0.69) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ ( $\bar{X} = 4.39$  ; S.D. = 0.68) แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ( $\bar{X} = 4.27$  ; S.D. = 0.78) แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมทางธรรมชาติเหมาะกับทุกเพศทุกวัย ( $\bar{X} = 4.25$  ; S.D. = 0.81) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับมากเป็นอันดับสุดท้ายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.16$  ; S.D. = 0.74) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

### อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลจากการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความคิดเห็นและระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญมากที่สุดกับด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีความคิดเห็นในเรื่องของบรรยากาศและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและปลอดภัย รวมทั้งมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำแยกอย่างชัดเจน มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยนี้สอดคล้องกับ



งานวิจัยของ อูมาพร บุญเพชรแก้ว และอิสระพงษ์ พลธานี (2562) พบว่า ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพ โดยเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่โดดเด่นทางกายภาพมากที่สุด ในเรื่องของความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ความสะดวกสบาย ป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น ส่วนความคิดเห็นและการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ในอันดับต่ำสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยอย่างยิ่งในเรื่องของการมีบริการรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถตู้ รถบัส วินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้จากช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธมนวรรณ ลาไชย (2562) พบว่าในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวมองว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีช่องทางน้อย ควรมีการเพิ่มช่องทางให้มากขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวต้องการความหลากหลายในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากกว่าที่เป็นอยู่

2. ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ จากการวิเคราะห์ด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า แรงจูงใจในด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$  ; S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ปัจจัย ด้านปัจจัยหลักนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีแรงจูงใจในเรื่องของการพักผ่อนจิตใจและร่างกายอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการพักผ่อนหย่อนใจให้ร่างกายได้ผ่อนคลายจากการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมนูญ เพชรานนท์ (2559) พบว่า การสัปดาห์ประกอบด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดัน 17 ประเด็น ได้ผลองค์ประกอบปัจจัยด้านผลักดัน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจจิตใจและร่างกายเป็นอันดับแรก รองลงมา การสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ การยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่วนการวิเคราะห์แรงจูงใจด้านปัจจัยดิ่งนั้นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีดีและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงามน่าดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมทางธรรมชาติเหมาะกับทุกเพศทุกวัย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) พบว่า แรงจูงใจแบบผลึกและแรงจูงใจแบบดิ่ง ให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านแรงจูงใจแบบผลึกให้ความสำคัญในด้านมองหาความสนุกสนานและความท้าทาย ด้านต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด และด้านต้องการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อนมากที่สุด ส่วนแรงจูงใจแบบดิ่งให้ความสำคัญในด้านเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ที่สวยงามและบรรยากาศที่ดี ด้านเติมไปด้วยคนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรและอัธยาศัยดีมากที่สุด

### องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการที่ได้ศึกษาวิจัยแล้วทำให้ทราบได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจะต้องเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการที่จะเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แรงดึงดูดและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ที่อยากจะทำท่องเที่ยว และรูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาปรับปรุงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดเด่น เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และปรับปรุงพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

1.2 ด้านราคา ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของราคาอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของการบริการรถสาธารณะที่พาไปยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรถตู้ รถบัส รถไฟ และวินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น รวมทั้งปรับปรุงเกี่ยวกับให้นักท่องเที่ยวได้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้จากช่องทางอินเทอร์เน็ต

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสารทางการตลาด ควรปรับปรุงและพัฒนาเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมหรือประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดการส่งเสริมการขายโดยมีการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

1.5 ด้านบุคลากร ควรปรับปรุงพัฒนาและจัดเจ้าหน้าที่ที่มีปริมาณที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวและพัฒนาความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ให้มีความสามารถในด้านการอธิบายและการสร้างความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้าใจโดยง่าย

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงและพัฒนาเรื่องของห้องสุขา แยกให้ชัดเจนระหว่างชายหญิง และให้มีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา และเรื่องของการจัดทำป้ายบอกทิศทางในแหล่งท่องเที่ยวต้องสังเกตได้ง่ายและมีจำนวนป้ายเพียงพอ

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงและพัฒนาเรื่องของการขึ้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนไม่ก่อให้เกิดความสับสนต่อนักท่องเที่ยว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

1.8 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลึก ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรปรับปรุงพัฒนาที่ให้นักท่องเที่ยวได้สร้างเสริมประสบการณ์และความเชื่อมั่นของตนเองกับสิ่งแปลกใหม่และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอยากเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งเที่ยวนั้นๆ

1.9 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึง ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรปรับปรุงและพัฒนาในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศที่หลากหลายเหมาะกับทุกเพศทุกวัย และให้ความสนใจในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม ความปลอดภัยกับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

### 2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเจาะลึกถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ในจังหวัดสมุทรปราการ

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เป็นต้น

### เอกสารอ้างอิง (References)

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). **สาระสำคัญของแผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2564**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562). **การท่องเที่ยวเมืองรอง: ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี**. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. จาก <https://s002.tic-thaijo.org/index.php/HUSOTSU/article/download/233258/161942/>. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567.
- ชนมวรรณ ลาไชย. (2562). **แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). **แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย**. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิตา ชัชกุล. (2555). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2552). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ. (2562). **แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานพลุมูลปาร์ตี้ เกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. ปรชญาดุษฐ์บัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- รุ่งราตรี อึ้งเจริญ และชวลีย์ ณ ถกลาง. (2560). **การศึกษาศักยภาพเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร**. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 11(1): 133-148.
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว และอิสระพงษ์ พลธานี. (2562). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. *คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Goodwin, H. (1996). In purist of ecotourism. **Biodiversity and Conservation**. 5(3): 277-291.
- Jaafar, M. & Maideen, A.S. (2012). Ecotourism related products & activities & the economic sustainability to small & medium island chalets. **Tourism Management**. 33: 683-691.
- Kotler, P. (2012). **Marketing Management (The Millennium Edition)**. New York: Prentice Hall, Inc.
- Pizam, A. & Mansfeld, Y. (1999). **Consumer behavior in travel and tourism: Routledge**. Boston: McGraw-hill.

