

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปัด ตำบลพงศ์ประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2564

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

มุกดา อุ๋นกาย

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล ตูลาสมบัติ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวมุกดา อุ่นกาย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภุชณิศา เตชเถกิง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก กับผู้นำชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปิต จำนวน 5 คน และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนคลองปากปิต จำนวน 7 คน วิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 250 ตัวอย่าง การวิเคราะห์วิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้หลักการจำแนกข้อมูล เรียบเรียงข้อมูล เชื่อมโยงข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นแบบสรุปอุปนัย ส่วนการวิเคราะห์วิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน คือ One way ANOVA T-test และ Fisher's Least-Significant Difference ในการเปรียบเทียบรายคู่

ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบการอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อน ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการผ้ามัดย้อม จากเปลือกโกก้าง และคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมีความ

หลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเป็นอย่างมาก ด้านบริการนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน เป็นการต้อนรับและให้ความอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านบุคลากรนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากเจ้าหน้าที่เป็นคนในพื้นที่ จะมีความชำนาญในเส้นทางอย่างมาก ด้านภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จะไม่มีการปล่อยให้นักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เหตุอันตราย จะคอยดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเพศชายเพศหญิง ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ซึ่งต่างจากช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : การสร้างมูลค่าเพิ่ม, ผู้ประกอบการชุมชน, การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

Title	VALUE CREATION IN ECOTOURISM FOR COMMUNITY ENTREPRENEURS :KLONG PAK PID PONGPRASAS SUP-DISTRICT, BANGSAPAN, PRACHUAB KHIRI KHAN PROVINCE
Author	Miss Mookda Aunkay
Degree	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Pusanisa Thechatakerng

ABSTRACT

This research aims 1) to study the behavior of Klong Pak Pid eco-tourists, Pongprasart Subdistrict, Bang Saphan District, Prachuap Khiri Khan Province 2) to study the added value of community entrepreneurs for Klong Pak Pid ecotourism, Pongprasart Subdistrict, Bang Saphan District, Prachuap Khiri Khan Province. This research employed qualitative and quantitative methods: qualitative research conducted through in-depth interviews with 5 agencies engaged in Klong Pak Pid ecotourism and 7 Klong Pak Pid Community Entrepreneurs. Data was collected from 250 tourists who visited Klong Pak Pid ecotourism for Quantitative research. The qualitative research analysis, a researcher used the principle of data classification, data composition, and associated data in qualitative data analysis as inductive summaries. The statistical analysis used in quantitative research in hypothesis test included one-way ANOVA, T-test, and Fisher's Least-Significant Difference.

Research findings showed that most tourists are female, ages between 21-30 years old, with a Bachelor's degree, being university students, having an average monthly income of 15,000 baht or more. Most of respondents came to relax and enjoy nature conservation. There are 4-6 people traveling together, mostly on Saturdays and Sundays. Friends influenced on decision in visiting Klong Pak Pid ecotourism, traveling by private vehicle once with the budget of an ecotourism trip less than 500 baht per trip, interested in purchasing tie-dye products made of the

bark of mangrove from entrepreneurs, planning to revisit the ecotourism once within a year. Creating added value for community entrepreneurs towards ecotourism a high level of opinion as overall. When considering each factor found that in term of product showed that tourists are very focused on a wide range of activities such as kayaking, tie-dye handmade, and Pracharat market have gained great interest among tourists in Klong Pak Pid ecotourism. Service showed high level among tourists prioritize on systematic service standards, speed and accuracy of payment as it welcome and facilitates tourists at Klong Pak Pid ecotourism. Personnel showed high level among tourists in staffs who are very skilled in the traveling route and knowledge of ecotourism, as the staffs are local people who have high skill in the route. Physical evidence showed high level among tourists who emphasis on Pak Pak Pid ecotourism tourist attractions and taking good care of tourists which allowed tourists to visit the hazardous areas while monitoring closely for the safety of tourists.

Hypothetical test results showed that general information of male and female tourists does not affect toward creating value added community entrepreneurs for Klong Pak Pid ecotourism. Which is different from the ages, education level, status, average monthly income and occupation have direct influenced toward creating value added of community entrepreneurs for Klong Pak Pid ecotourism at a significance level 0.05

Keywords : Value Added Creation, Community Entrepreneurship, Ecotourism

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์หัวข้อเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศรา เตชเถกิง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล ตูลาสมบัติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข ที่ให้คำแนะนำเป็นที่ปรึกษาช่วยปรับและแก้ไขในส่วนที่บกพร่องของงานวิจัย และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณนายมังกร นุชแนวดีศรี (ผู้นำธรรมชาติ) ที่กรุณาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด และคอยเหลือดูแลตลอดจนเก็บข้อมูลแบบสอบถามตั้งแต่แรกเริ่ม ตลอดจนสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์

ขอบคุณสมาชิกผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการชุมชน ที่ให้พื้นที่วิจัย และให้ความร่วมมือด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยว ที่ได้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้งานวิจัยของข้าพเจ้าสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณอาจารย์ ดร. จริญญา โกเมนต์ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ ที่ให้คำปรึกษา ให้แนวคิดในงานวิจัยในครั้งนี้

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอพระคุณ คุณพ่อบุญมา อุ่นกาย คุณแม่สมนึก อุ่นกาย และพี่สาว นางสาว นฤมล อุ่นกาย นางสาวนุชจริย์ อุ่นกาย ที่คอยสนับสนุนทุนอุดหนุนในการทำงานวิจัย ให้ความช่วยเหลือต่างๆ เป็นกำลังใจ และให้ความร่วมมือร่วมแรงในการตากแดดร้อนๆ ไปเก็บข้อมูลในงานวิจัย จนทำให้งานวิจัยแล้วเสร็จ

ข้อผิดพลาดประการใดที่เกิดขึ้นในวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

มุกดา อุ่นกาย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
สารบัญภาพผนวก.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ (Introduction).....	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Literature Review).....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
แนวคิดและทฤษฎีการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว.....	26
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	28
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32

กรอบแนวคิดใหม่.....	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา (Research Methodology).....	36
ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การตรวจสอบเครื่องมือและข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย (Research Results).....	45
ตอนที่ 1 ศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศึประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	45
ตอนที่ 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	68
ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
ตอนที่ 4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศึประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	77
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศึประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	82
ตอนที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	87
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	171
สรุปผลการศึกษา.....	171
อภิปรายผลการศึกษา.....	174
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	177
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	178
บรรณานุกรม.....	179

ภาคผนวก.....	182
ภาคผนวก ก บรรยายภาคเก็บข้อมูล.....	183
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และแบบสอบถามนักท่องเที่ยว.....	187
ประวัติผู้วิจัย.....	198



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล.....	46
ตารางที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านพื้นที่	47
ตารางที่ 3 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการจัดการ	54
ตารางที่ 4 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านกิจกรรม	60
ตารางที่ 5 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วม	65
ตารางที่ 6 ชื่อผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	68
ตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	73
ตารางที่ 8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	74
ตารางที่ 9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ.....	75
ตารางที่ 11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
ตารางที่ 12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	76
ตารางที่ 13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	77
ตารางที่ 14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	77
ตารางที่ 15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว	78
ตารางที่ 16 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว	78
ตารางที่ 17 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้การประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด.....	79
ตารางที่ 18 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดในครั้งนี้อย่างพาหนะ	79

ตารางที่ 19 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ก็ี่ครั้ง..... 80

ตารางที่ 20 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง 80

ตารางที่ 21 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อของผู้ประกอบการชุมชนในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 81

ตารางที่ 22 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดที่ว่า จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดอีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี..... 81

ตารางที่ 23 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด..... 82

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในด้านบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด..... 83

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในด้านบุคลากรสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 84

ตารางที่ 26 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในด้านภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด..... 85

ตารางที่ 27 สรุปแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในภาพรวม 86

ตารางที่ 28 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านเพศ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 87

ตารางที่ 29 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 89

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ 90

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์ 91

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้าย บอกทาง ป้ายข้อมูลท่องเที่ยวสัญลักษณ์ เป็นต้น	92
ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง	93
ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 35 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	95
ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์	96
ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์	97
ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้าง มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีความหลากหลาย ของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ	98
ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้าง มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีความหลากหลาย ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง	99
ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด คุณภาพโดยรวมของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	100
ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร	101
ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร	102

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	103
ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว.....	104
ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและเหมาะสม	105
ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	106
ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านภาพลักษณ์	107
ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านภาพลักษณ์	108
ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด.....	109
ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้	110
ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่	111

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบ เมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น.....	112
ตารางที่ 53 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านสถานภาพ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด.....	113
ตารางที่ 54 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	115
ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร	116
ตารางที่ 56 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดทางด้านบุคลากร.....	117
ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว.....	118
ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง.....	119
ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม.....	120
ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	121
ตารางที่ 61 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	123
ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านอาชีพ ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร.....	124

ตารางที่ 63 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอาชีพ ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร	125
ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับอาชีพที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็น กันเอง	126
ตารางที่ 65 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด.....	127
ตารางที่ 66 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง กับการสร้าง มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	129
ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้าง มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านบริการ	130
ตารางที่ 68 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก ปิด มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบริการ.....	131
ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์.....	132
ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีมาตรฐาน การให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	133
ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีศูนย์บริการ นักท่องเที่ยวหลายจุด	134
ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านบุคลากร	135

ตารางที่ 73 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร.....	136
ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา.....	137
ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีการทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว.....	138
ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง.....	139
ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม.....	140
ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านภาพลักษณ์	141
ตารางที่ 79 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านภาพลักษณ์.....	142
ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด.....	143
ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้.....	144

ตารางที่ 82 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด..... 146

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์..... 147

ตารางที่ 84 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์..... 148

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัด ประชากร เป็นต้น..... 149

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ..... 150

ตารางที่ 87 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบริการ..... 151

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ..... 152

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด..... 153

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร..... 154

ตารางที่ 91 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิด ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร 155

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา..... 156

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว..... 157

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง..... 158

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่าง
รวดเร็ว และเหมาะสม..... 159

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว. 160

ตารางที่ 97 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านความถี่การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ ก็ครั้ง กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก
ปิด..... 161

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็
ครั้ง ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด
ในด้านบริการ 162

ตารางที่ 99 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง มีผลต่อ
การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้าน
บริการ..... 163

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างความถี่การเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ 164

ตารางที่ 101 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยว กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด..... 166

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด ในด้านบริการ 167

ตารางที่ 103 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบริการ 168

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้ง นี้ ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน..... 169

ตารางที่ 105 สรุปผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 170

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า	30
ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด	35



สารบัญภาพผนวก

	หน้า
ภาพผนวกที่ 1 สัมภาษณ์ผู้นำธรรมชาติ.....	184
ภาพผนวกที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้าน.....	184
ภาพผนวกที่ 3 สัมภาษณ์หน่วยงานพัฒนาชุมชน.....	184
ภาพผนวกที่ 4 สัมภาษณ์หน่วยงานอบต.พงศ์ประศาสน์.....	184
ภาพผนวกที่ 5 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฮมสเตย์.....	185
ภาพผนวกที่ 6 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขนาดแผนไทย.....	185
ภาพผนวกที่ 7 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการผ้ามัดย้อม.....	185
ภาพผนวกที่ 8 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการหอยเสียบดอง.....	185
ภาพผนวกที่ 9 เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว.....	186

บทที่ 1

บทนำ

(Introduction)

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มประเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาภาคส่วนต่างๆ ไม่เว้นแต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้เป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำรายได้ระดับต้นๆ ของประเทศ จึงทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤต ดังนั้นในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวนั้น รัฐบาลได้กำหนดนโยบายการเสริมกลยุทธ์ที่สำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มมากขึ้นจากการประกาศให้ท่องเที่ยววิถีไทยวาระแห่งชาติ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปทิศทางที่ยั่งยืน โดยรวมไปถึงการยกระดับศักยภาพทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการชุมชนนั้นอยู่ได้ ก็คือ การที่ชุมชนทำกิจกรรมการท่องเที่ยวจากทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และประเพณีที่ดึงดูดใจของท้องถิ่นไว้ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ขณะที่การนำวิถีชีวิตในชนบทและวัฒนธรรมประเพณีมาเป็นจุดขายกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมผลิตรูปแบบหนึ่งที่แฝงอยู่ศักยภาพของชุมชน เป็นศักยภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

การสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในชุมชน เพื่อสร้างอาชีพและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเป็นเรื่องที่ดีที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในขณะที่ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กำลังได้รับความนิยม และสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากชุมชนสามารถยกระดับและดึงศักยภาพที่ท่องเที่ยวด้านต่างๆ ในชุมชนมาพัฒนาเพื่อสร้างอาชีพให้เกิดรายได้ให้กับคนในชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมย่อมจะทำให้การพัฒนาในระดับประเทศบรรลุตามวัตถุประสงค์ไปด้วยตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เพื่อสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนรวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ (<http://masterplan.andamanecotourism.com>)

ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมา ทั้งภาครัฐและเอกชนได้กระตุ้นภาคการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวอย่างหลากหลายมากขึ้นเป็นการกระตุ้นให้เกิดความนิยมประกอบกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ปัจจุบันกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตามแนวทางของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโต อย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564 ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาคประชาสังคมและนักวิชาการเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีลักษณะเด่นหลายอย่าง คือมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติที่งดงามมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่รุ่งเรืองมาแต่อดีตที่ทรงคุณค่าวัฒนธรรมพื้นบ้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนาทั้งด้านสาธารณูปโภคและการคมนาคม มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดตั้งอยู่ หมู่ที่ 1 บ้านฝายท่า ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แหล่งศึกษาแหล่งเรียนรู้เชิงธรรมชาติ มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิเช่น พายเรือคายัค ชมธรรมชาติของป่าชายเลน ป่าโกงกาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ดี เหมาะกับทุกคนที่รักในธรรมชาติ และวิถีชาวบ้าน ที่เป็นกันเอง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นปัญหาที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประชาชนในท้องถิ่น บุคลากรภาครัฐโดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลส่วนท้องถิ่นยังขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คน จึงทำให้ประชาชนในพื้นที่ขาดรายได้จากส่วนของการท่องเที่ยว หากชุมชนท้องถิ่นสามารถดึงศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ในชุมชนมาพัฒนาเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ย่อมจะทำให้การพัฒนาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ จึงต้องมีการศึกษาข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาการสร้างความรู้ความเข้าใจกับคนในท้องถิ่นให้ชัดเจนในเรื่องของแนวคิด และแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชนจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด โดยวิธีการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้

ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย
คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดย
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชุมชน สร้างกิจกรรมให้เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวทาง
ที่ช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนได้รับประโยชน์เพิ่มจากการที่มีจำกัด ทั้งในเรื่องของรายได้เพิ่มมากขึ้น โดย
มีการส่งเสริมสร้างมูลค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว และยังสามารถสร้างอาชีพใหม่ๆ ให้กับชาวบ้านได้อีก
ด้วย ทั้งนี้มุ่งหวังให้ได้ข้อมูลและผลการวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาสร้างแนวทางการ
สร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนต่อไป

คำถามการวิจัย

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลอง
ปากปิตเป็นเช่นใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์
อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิต ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการทำจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ประกอบการ
ชุมชนประกอบอาชีพอย่างยั่งยืนไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. แนวทางที่ได้สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมชุมชนอื่นๆ เพื่อเอื้ออำนวย
ในการพัฒนาชุมชนอันเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะนำไปสู่การพัฒนาประเทศ

3. นำผลการวิจัยที่ทราบข้อมูลมาเป็นประโยชน์ให้กับนักการศึกษา นักวางแผน ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการกำหนดวางแผนนโยบาย หรือแผนงานในการพัฒนาชุมชนให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษางานวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งนี้มีขอบเขตของการศึกษาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขอบเขตพื้นที่และประชากร

- 1 หมู่ที่ 1 บ้านฝ้ายท่า ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2 กลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัย

เชิงคุณภาพ

- 2.1 ผู้นำธรรมชาติ ผู้รู้ภูมิปัญญา ผู้ใหญ่บ้าน และองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน

เชิงปริมาณ

- 2.3 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตทางด้านเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 12 เดือน

นิยามศัพท์

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง จากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด วิธีการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าภาพลักษณ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม และผู้ที่มาท่องเที่ยวนั้นจะต้องเป็นบุคคลเฉพาะกลุ่มโดยรู้และไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรชุมชนหรือสิ่งที่น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเสียหาย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้รวมไปถึงรูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ผู้ประกอบการชุมชน หมายถึง ผู้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต การบริโภค และการกระจายผลผลิต ให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำธรรมชาติ ผู้รู้ภูมิปัญญา ผู้ใหญ่บ้าน และองค์กรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คลองปากปิด หมายถึง ตั้งอยู่ในหมู่ 1 บ้านฝายท่า ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

(Literature Review)

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารทั้งแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีหัวข้อการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
- 2.7 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

บุปผา พิกุลแก้ว และคนอื่นๆ (2550) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเดินทางเข้ามาพักในสถานที่หนึ่งของนักท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือพักผ่อนหย่อนใจชั่วคราวโดยไม่ได้มุ่งหวังเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สายพิน ยิ้มอ่อน (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมของการเดินทางไปยังต่างถิ่น โดยการพักอยู่ระยะหนึ่งโดยร่วมกิจกรรมต่างๆ ทั้งเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ ติดต่อธุรกิจ เพื่อการกีฬา หรือเยี่ยมญาติ โดยไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ ภายใต้งื่อนไข คือ การได้เดินทางจากแหล่งที่อยู่ประจำ การได้ไปเยือนท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการไปด้วยความสมัครใจ มิได้รับสินจ้าง และไม่เป็นการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

ชนิตา ครูจิรานูวัฒน์ (2546) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว (Tourism) คือกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์นอกเหนือจากการดำเนินชีวิตประจำวัน และการกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอื่นๆ (Basic Need) เป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) และจัดอยู่ในประเภทกิจกรรมนันทนาการ (Recreation) อย่างหนึ่ง ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมักมีการเดินทาง (Travel) ร่วมกันไปด้วย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การจัดว่าสถานที่ใดเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวและจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมผสานกัน ดังมีผู้กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้หลายท่านด้วยกัน เช่น

แมคอินทอช และกอยด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) ได้ให้ความเห็นตรงกันว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยพื้นฐาน ระบบการขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

คอลีเยอร์ และฮาร์ราเวย์ (Collier & Harraway, 1997) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ “3As” คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เกิดจากการสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ สถานีและผู้ประกอบการการขนส่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็น ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้เส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการ

ท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามประทับใจหรือมีคุณค่าสูงส่งเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง เพราะไม่สามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวที่นั่นได้จึงต้องมีถนนหนทาง สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ และท่าอากาศยาน เป็นต้น

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวและสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว นักผจญภัย กลุ่มวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มดังกล่าวต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพใกล้เคียงธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิมไม่ต้องการให้มีผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ความมีมิติด้วยสำนึกของความเป็นเจ้าของบ้านที่ดีตามประเพณีการต้อนรับของแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะอาดสุขอนามัยที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ ด้วยความสบายใจและเป็นสุข รวมทั้งความรู้สึกระประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะมีต่อสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ

ประเภทของการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง กล่าวคือ จะเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่จำแนกที่หมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) การท่องเที่ยวประเภทนี้คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ เป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากแดนไกลให้เข้ามาท่องเที่ยว แต่ข้อนี้จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและ การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นที่ภพก็อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและการเข้าร่วมในวิถีชีวิตเก่าๆ ที่กำลังจะสูญหายไปใบบางท้องถิ่นเพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมา

การดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและงานเทศกาล เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุเก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการไปชมอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่างๆ และการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่นๆ ในอดีตกาล

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหารือพบปะกันหรือการสัมมนา ซึ่งมักรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมแล้วแต่นักท่องเที่ยวต้องการอย่างไร

6. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล การแข่งขันกอล์ฟในสนามชั้นเยี่ยมและการแข่งขันเทนนิส เป็นต้น การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น เพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการแก่หน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงาน ประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อนันทนาการโดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมด (บุปผา พิกุลแก้ว และคณะ, 2550)

ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การจูงใจในการเดินทางประเภทของการคมนาคมจำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย จะแบ่งได้เป็น 3 ชนิด

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐาน การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามพื้นฐานโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี.ศ. 1963 ในการประชุม ได้สรุปว่าการท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนคลายเครียด ท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อการกีฬา เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติ และวัตถุประสงค์ขององค์กร

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากลการท่องเที่ยวนี้ คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

2.1 กำหนดโดยประเภทของการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเดินทางภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวเดินทางระหว่างต่างประเทศ (International tourism)

2.2 กำหนดโดยมีระยะทางเป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกล (Long - Haul) กับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะใกล้ (Short - Haul)

2.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติพี่น้อง และการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาและสุขภาพ รวมถึงการประชุมสัมมนาการศึกษาเรียนรู้สิ่งต่างๆ

2.4 กำหนดโดยระยะเวลาการท่องเที่ยว ได้แก่ การแวะเพื่อเยี่ยมชมหรือการทัศนจาร โดยไม่ได้มีการค้างคืนและพักแรม กับการพักเยี่ยมชมโดยการพักค้างแรม และในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay) และอีกประเภท คือการท่องเที่ยวอยู่อาศัยแบบระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็นที่นิยมสูงและเป็นที่น่าสนใจของทั่วโลก

2.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียวหรือท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

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

2.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน เพราะสามารถได้ครั้งละมากๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชนเพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม

ปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว มีดังนี้ ชูลิทธิ์ ชูชาติ (2538 อ้างถึงใน ชนิศา ครุจิรานุกวัฒน์, 2546)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ได้แก่ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก มีอยู่ด้วยกัน 4 ข้อ คือ

2.1 ที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของใช้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ และระบบการสื่อสารต่างๆ

3. การเข้าถึง (Access) แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง (Transportation) ประเภทต่างๆ

4. การต้อนรับ (Hospitality) ได้แก่ อธิบายยี่ห้อหรืออันติของผู้คนที่ท้องถิ่นในสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และพนักงาน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางพักผ่อนแบบชั่วคราว จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการเป็นการไปโดยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การกีฬา การศึกษา การธุรกิจ ประชุมสัมมนา หรืออื่นใด การท่องเที่ยวจะนำมาพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนของประเทศ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นเข้าถึงวัฒนธรรมประเพณี นอกเหนือจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

นิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นาน และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกันที่สำคัญ ได้แก่ Nature Tourism, Bio tourism, Green Tourism เป็นต้น การบัญญัติศัพท์ของ Ecotourism เป็นภาษาไทยได้มีการเสนอและประยุกต์หลายคำโดยเฉพาะคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นิเวศสัญจร นิเวศท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นศัพท์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องขึ้นนำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ

สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539) สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีนักวิชาการหรือองค์กรต่างๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย มีดังนี้

บู (Boo, 1991) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่นพร้อมทั้งให้การศึกษา และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

ลาสคูเรน (Lascurain, 1991) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

เสรี เวชบุษกร (2538) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคมซึ่งหมายถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่นตลอดจน โบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย

จากการศึกษาให้ความหมายและคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปความหมายได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ ทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์น้ำ สัตว์ป่า รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้นพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทุนธรรมชาติอย่างมีธยัสถ์ให้มีความมั่นคงยั่งยืนต่อไป

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ดรศรี เอ็มพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส (2539) ได้ให้ความหมาย โดยทั่วไปการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งรวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Nature Resource Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศน์ (Fist Hand Ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่จึงมักปรากฏอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ว่าเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Nature Attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (Solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของ

ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น (Destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจเหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวประเภทใด ประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่ใช่สิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้วในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้นทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายถึงรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว โดยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Destination) แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (Historical, Archaeological and Religious Destination) แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (Art, Culture and Traditional Destination)

2. นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ระบุว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกะทิ (Hard-Core Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (Dedicated Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ธรรมชาติโดยเฉพาะเพื่อจะารู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (Mainstream Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลลาในรวันดา (Rwanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (Casual Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมที่ตนได้เลือกไป นอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2539) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติ

3. การตลาด การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยวโดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไรโดยให้ข้อมูล และสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (Expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่า

รูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสมกับความสนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (Quantitative Tourism) อันจะเป็นหนทางนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4. การบริการ การท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในภาคบริการ

กิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมนับได้ว่ามีความหลากหลาย ซึ่งกิจกรรมบางประเภทอาจมีลักษณะที่บ่งชี้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในขณะที่บางกิจกรรมอาจมีความกำกวมหรือคาบเกี่ยว ซึ่งต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบ วัตถุประสงค์ในการปฏิบัติกิจกรรม และการให้บริการว่ามุ่งเน้นอะไรและอย่างไร เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ ผจญภัย กีฬา สุนัขสวน เพื่อความบันเทิง สัมผัสองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เขษรฐมาส (2539) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีเรื่องของการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2538 ศูนย์วิจัยป่าไม้ได้แบ่งกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งมีทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม คือ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกิจกรรมหลัก
2. กิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการได้ใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ
3. กิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยตื่นเต้นท้าทายกับธรรมชาติเป็นกิจกรรมเสริมซึ่งจะต้องเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องและไปด้วยกันได้ดีกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติ มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มต่อกิจกรรมทั้งนี้เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ การเดินป่า (hiking/trekking) กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (nature education) กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวีดิโอ เทปเสียงธรรมชาติ (nature photography videotaping and sound of nature audio taping) กิจกรรมส่องสัตว์/ดูนก (animal/bird watching) กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ (cave exploring/visiting) กิจกรรมศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (sky interpretation) กิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ (boat sightseeing) กิจกรรมพายเรือแคนู (canoeing)/ เรือคายัค (row boating)/ เรือใบ (sail boating) กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น (snorkel or skin diving) และกิจกรรมดำน้ำลึก (scuba diving)

กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทชื่นชมธรรมชาติและกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทตื่นเต้นผจญภัยทำทหายกับธรรมชาติ ได้แก่ กิจกรรมชมทิวทัศน์ธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ (relaxing) กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (terrain/mountain biking) กิจกรรมปีน/ไต่เขา (rock/mountain climbing) กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์ (tent camping) กิจกรรมเครื่องร่อนขนาดเล็ก (hang glider) กิจกรรมล่องแพยาง/ไม้ไฟ (white water rafting) กิจกรรมพักผ่อนรับประทานอาหาร (picnicking) กิจกรรมเที่ยวน้ำตก (waterfall visits/exploring) และกิจกรรมเรือใบ (wind surfing)

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ

แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าคุณค่าเพิ่ม

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดีกับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมได้อยู่ไปนานๆ ก็คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยในอดีตนั้นหากผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั้นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจะพบว่าจริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักอาจจะเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ก็คือเรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั้นๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามองหรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน 2553)

นิยามและความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในความหมาย และคำจำกัดความของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้มีการให้นิยามไว้ในหลายๆ ด้าน ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ได้ให้ความหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น

Louis (दनัย จันทรฉาย, 2547) ได้ให้ความหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อครอบครองและใช้ประโยชน์

ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาดการสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุดและเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งทีผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มทีเป็นการเพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ควรมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งทีลูกค้าต้องการ

จากการศึกษาให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือการบริการจะเกิดขึ้นในกระบวนการแต่ละขั้นตอนตั้งแต่การผลิตจนถึงการจำหน่าย โดยนำจุดแข็งทีมีอยู่มาสร้างสรรค์ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ พิจารณาว่าแต่ละด้านนั้นสามารถสร้างมูลค่าได้อย่างไร

ความสำคัญของสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทีเกิดขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พิมพ์สนีย์ พรหมศิริ, 2547) (อ้างถึงในปีพมา เลหาสิน ณรงค์, 2555) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทีมากกว่าคู่แข่งจะสามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มความพอใจให้ผู้บริโภคได้มากขึ้น
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคทีดีทีสุด
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะทีมีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในการตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอึมครึม ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2549) เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตโดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั้น ก็คือการดึงดูดการสร้างมูลค่าที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉันทยาพร เสมอใจ, 2545) การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้าน เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) ได้แก่

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value)
2. คุณค่าด้านบริการ (Service Value)
3. คุณค่าด้านบุคลากร (Image Value)
4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value)

ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจส่งผลให้ธุรกิจมีการผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1.1 ประโยชน์หลัก เช่น รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น

1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่งรูปแบบความหรูหรา ความทันสมัย ตราสินค้า ความมีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับ

2. คุณค่าด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

2.9 ความสร้างบริการให้เป็นที่ยอมรับ (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของบุคลากร ดังนี้

3.1 ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญและความรู้

3.2 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง

3.3 ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ

3.4 ความไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความสม่ำเสมอ และถูกต้องสามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า

3.5 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจในการบริการที่รวดเร็วและมีความยินดีช่วยเหลือลูกค้า

3.6 การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องให้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า

การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงนั้นคือการดึงดูดด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันเติบโตและอยู่รอดในตลาดได้

1. การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไว้ดังนี้

1.1 กำหนดโมเดลของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ในขั้นตอนนี้เริ่มต้นด้วยการที่บริษัทจะระบุปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้า

1.2 กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) ในกรณีนี้แต่ละปัจจัยจะแยกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

1.2.1 ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product)

1.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product)

1.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา (Desired Product)

1.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวัง (Unanticipated Product)

1.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประกอบในคุณค่าทั้งหมดที่จะจัดให้สำหรับลูกค้า (Deciding on the Customer Value Package) เป็นการตัดสินใจเลือกส่วนประกอบต่างๆ เพื่อเอาชนะคู่แข่ง สามารถตอบสนองความพึงพอใจ และสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณค่าในใจผู้บริโภค (Insight Value) แนวคิดในการสร้างคุณค่าเป็นการมองในทัศนะของผู้บริโภค โดยค้นหาความต้องการที่ลึกอยู่ในใจของผู้บริโภค โดยวิไลดา เตชะเวช (2547) ได้ให้ความหมาย ถึงความเข้าใจเรื่องคุณค่าในความต้องการ และในใจผู้บริโภคว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ปัจจัยเพิ่มคุณค่า (Value enhancers) ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีบริษัทใดนำเสนอในตลาดมาก่อน เช่น ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ เป็นจุดขายที่ลูกค้าสนใจ บริษัทที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าจะสามารถสร้างขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีจุดขายที่มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

2.2 ปัจจัยรักษาคุณค่า (Value maintainers) จะทำหน้าที่รักษาคุณค่าให้คงอยู่ในใจของลูกค้าต่อไป ซึ่งจะทำงานควบคู่กับปัจจัยเพิ่มคุณค่าจนพัฒนากลายเป็นปัจจัยเพิ่มคุณค่าในที่สุด

2.3 ปัจจัยที่ทำลายคุณค่า (Value destroyers) การลดคุณค่าในความรู้สึก ในสายตาหรือในใจของลูกค้า ซึ่งเป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านภาพลักษณ์ และตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องเร่งแก้ไข

3. การสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค (Value Creation) กลยุทธ์การตลาดในการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบันเป็นการบริหารทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดในการสร้างคุณค่าที่สำคัญ (วิไลดา เตชะเวช, 2547) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 กลยุทธ์ตราสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบัน ผู้บริโภคจะเชื่อมความคิดตัวผลิตภัณฑ์คุณภาพ กับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพลักษณ์ และความรู้สึก

ในใจผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและมีคุณค่าในความรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในปัจจุบันนี้

3.3 กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค เช่นกันโดยที่ราคามีความสัมพันธ์สูงกับคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในใจผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคจะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าสูงด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำจำกัดความพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman และ Kanuk (1987) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแสวงหา ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ โดยสินค้าหรือบริการสิ่งๆหนึ่งที่เลือกมานั้นสามารถเป็นประโยชน์ด้านบวกโดยให้คุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไป

Engel Blackwall และ Miniard (1993) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจที่จะเข้าร่วม โดยมีการค้นหาและการเลือกการบริการเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วงเพื่อตอบสนองความต้องการ

Lamb, Hair และ McDaniel (2000) กล่าวว่า กระบวนการผู้บริโภคมีการตัดสินใจ ที่จะใช้สินค้าหรือบริการที่ตัวเองต้องการและตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นกระบวนการนี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการเลือกใช้สินค้าด้วย

สุกัญญา เจริญศรี (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับความชื่นชมของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่นักการตลาดจะอย่างไรที่จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้ ถ้าไม่รู้ว่าผู้บริโภคคือใคร ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบอะไร ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้

ปราโมช รอดจำรัส (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ได้แก่

1. จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว
2. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง
3. ลักษณะการเดินทาง
4. แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเดินทางไป
5. สถานที่พักแรม
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

สรุปความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่เกี่ยวข้องเฉพาะบุคคลโดยมีกระบวนการ การเลือกซื้อ การเลือกใช้ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจทั้งก่อนซื้อและหลังซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) เพื่อให้ทราบถึงความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภค เพื่อที่จะกระตุ้นการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและลักษณะของผู้บริโภคเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมทำให้บุคคลมีความผูกพันในกลุ่มเดียวกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมภายใต้กรอบของกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกได้ดังนี้

- 1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความต้องการซื้อของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรรมนิยมประเพณี (Subculture) วัฒนธรรมกลุ่มนี้มีรากฐานมาจากศาสนา เชื้อชาติ สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มนี้มีการซื้อและการบริโภคที่แตกต่างกัน แต่ในขณะที่กลุ่มเดียวกันก็จะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

- กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) เชื้อชาติต่างๆ เช่น จีน อเมริกา ญี่ปุ่น แต่ละเชื้อชาติจะมีความชอบรสนิยม และการบริโภคที่แตกต่างกัน

- กลุ่มศาสนา (Religious Groups) กลุ่มศาสนาต่างๆ เช่น ศาสนาอิสลาม ศาสนาพุทธ เป็นต้น ซึ่งมีข้อห้ามและกฎระเบียบที่แตกต่างกัน ทำให้มีผลกระทบต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือการบริโภค

- กลุ่มสีผิว (Racial Groups) กลุ่มสีผิวต่างๆ เช่น ผิวเหลือง ผิวขาว และผิวดำ แต่ละกลุ่มสีผิวมีวัฒนธรรมและความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

- พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) พื้นที่ภูมิศาสตร์ทำให้มีการใช้ชีวิตประจำวันที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลการใช้และบริโภคสินค้าที่แตกต่างกันอีกด้วย

1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) ในสังคมมีการจัดลำดับชั้นของสังคมจากสูงไปต่ำ คือ รายได้ ชาติตระกูล การศึกษา ฐานะ หน้าที่การงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางแผนการตลาด ทำให้ต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด

2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อและมีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ลักษณะทางสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นค่านิยมของบุคคลในกลุ่มเดียวกันจะมีอิทธิพลต่อการเลือกพฤติกรรมให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องทำตามและยอมรับความคิดเห็นต่างๆ แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน และครอบครัว

- กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถาบัน และบุคคลกลุ่มต่างๆ ในชั้นสังคม

2.2 ครอบครัว (Family) การบริโภคของครอบครัวในแต่ละชาติ เช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น ไทย หรือชาวยุโรป มีลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการซื้อของทำให้ต้องคำนึงเสนอขายสินค้าเพราะแต่ละลักษณะการบริโภคแต่ละครอบครัวไม่เหมือนกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) มีการเกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม เช่น สถาบันต่างๆ องค์กรกลุ่มอ้างอิง และครอบครัว แต่ละบุคคลจะมีบทบาทที่แตกต่างกัน เช่น การนำเสนอขายสินค้าของครอบครัวหนึ่งต้องวิเคราะห์ว่าบุคคลใดมีบทบาทอย่างไร เช่น เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้ เป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่

3.1 อายุ (Age) อายุที่ต่างกันมีความต้องการการบริโภคที่ต่างกัน

3.2 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นการดำรงชีวิตในลักษณะของการมีครอบครัว ซึ่งทำให้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการทำให้แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของความต้องการการบริโภคและพฤติกรรมการซื้อ

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพที่ต่างกันทำให้ความต้องการสินค้า และการบริการก็จะแตกต่างกัน เช่น ผู้บริหารบริษัทต้องซื้อของใช้ราคาสูง ส่วนข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสิ่งของจำเป็น

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินลงทุนหมุนเวียน นักการตลาดต้องคำนึงถึงรายได้ของแต่ละบุคคล ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้คนมีรายได้น้อยลง เป็นต้น ซึ่งจะทำให้โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาต้องตัดสินใจใช้บริการ

3.5 การศึกษา (Education) บุคคลที่มีการศึกษาที่สูงนั้นมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) นักการตลาดเชื่อว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับ การดำรงชีวิต ชั้นของสังคม ตำแหน่งหน้าที่การงาน วัฒนธรรม เป็นต้น

3.7 บุคลิกภาพ (Personality) บุคคลแต่ละบุคคลมีความทัศนคติและนิสัยที่ต่างกัน ทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การจูงใจ ความรับรู้ ทัศนคติ และการเรียนรู้ กระบวนการทางจิตวิทยาทั้ง 4 กระบวนการนี้มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคสินค้า

ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมต่างๆ ที่จะนำมาปรับเป็นกลยุทธ์ และแนวทางให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ที่เหมาะสมที่สุดมีองค์ประกอบ คือ 6W1H ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who constitutes the market?) เป็นคำตอบเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (what does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (objects) สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกาย และจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (organization) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่มผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (operations) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลต่างๆ

6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบโอกาสการซื้อ (occasions) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโครงสร้างช่องทางที่ผู้บริโภคจะไปซื้อในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นๆ (outlets) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค แยกออกได้เป็น 2 ประเภทสำคัญ ได้แก่

1. ช่วยให้เข้าใจถึงปัญหาทางการตลาดโดยรวม เมื่อทราบถึงความต้องการโดยส่วนใหญ่ของคนในสังคม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถแก้ปัญหาในเรื่องการเป็นอยู่ให้กับประชาชนผู้บริโภคได้

2. ช่วยให้เข้าใจถึงปัญหาทางการตลาดส่วนย่อย การศึกษาปัญหาทางการตลาดต้องอาศัยการแก้ไขจากทั้งสองทาง คือ ปัญหาการตลาดของส่วนรวมและส่วนย่อยไปพร้อมกัน ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

2.1 ช่วยให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาความต้องการของสังคม

2.2 ช่วยให้กลไกทางการตลาดแก้ไขปัญหาการตัดสินใจของสังคมได้ถูกต้องยิ่งขึ้นทำให้คาดการณ์ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงสภาพการณ์ที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าต่างๆ และสามารถวางแผนใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองสังคมได้ดียิ่งขึ้น

2.3 ช่วยในการหาตลาดใหม่ หากนักการตลาดสามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้จะถือเป็นโอกาสที่จะขายได้กำไรต้องสามารถค้นหาหรือคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ก่อนที่จะผลิตสินค้าออกมาขาย นักการตลาดจะต้องยึดหลักที่ว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ เพราะลักษณะของตลาดที่เกิดขึ้นใหม่นั้นย่อมขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสภาพแวดล้อมในสังคม

2.4 ช่วยในการหาส่วนของการตลาดสำหรับสินค้า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคช่วยในการหาส่วนของการตลาดสำหรับสินค้า กล่าวคือ สามารถช่วยให้ทราบถึงลักษณะสินค้าที่ผู้บริโภคชอบซื้อ หากนักการตลาดสามารถจัดกลุ่มของผู้บริโภคที่มีความชอบเหมือนกันไว้ได้ถูกต้องตามลักษณะพฤติกรรมของสังคมก็จะสามารถระบุกลุ่มลูกค้าดังกล่าวออกมาได้

2.5 ช่วยในการปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคช่วยให้ผู้บริหารทางการตลาดสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะการแข่งขันด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นไปอย่างเข้มข้นมากจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินผลถึงลักษณะที่แท้จริงของผู้บริโภคในตลาด

พฤติกรรมกรการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรการบริโภคของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม โดยพิจารณาจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบไปยังแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการปรับตัวและความคาดหวังจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบไปยังแหล่งท่องเที่ยว Velenc Smith, 1978 อ้างใน (ประพันธ์ รักเรียน และคณะ, 2549) ดังนี้

1. Explorer คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการท่องเที่ยวแบบค้นหาสิ่งใหม่ๆ ต้องการที่จะเรียนรู้มีปฏิสัมพันธ์และปรับตัวเข้ากับคนในท้องถิ่นนั้นๆ
2. Elite คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ชอบใช้สิ่งของเครื่องอำนวยความสะดวกและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นๆ ได้ดี
3. Off-Beat คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบไปท่องเที่ยวในสถานที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวไปมาก ไม่ชอบความวุ่นวายจะใช้ชีวิตอยู่แบบเรียบง่าย และปรับตัวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดี
4. Unusual คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความชื่นชอบในการเดินทางในลักษณะเชิงสำรวจเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวหรือมีลักษณะแบบผจญภัยโดยเฉพาะที่อยู่ในบริเวณที่ไกลๆ
5. Incipient คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางตามลำพังหรือเป็นกลุ่มเล็กๆ แต่อยากได้รับการต้อนรับและบริการที่ดี
6. Mass Tourist คือ นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีค่านิยมหรือรสนิยมที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมกรการท่องเที่ยว แต่มีการปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นน้อย คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ มีรสนิยมในการรับบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระบบและมีมาตรฐาน

แนวคิดและทฤษฎีการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

วิภาวดีชัย บุญยภักดิ์ (2556) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณา และการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเองความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยวลักษณะการเดินทาง ระยะเวลามาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พัก แรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ จารุจน์ กลิ่นดีป्ली (วิภา ศรีระทุ, 2551) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ที่ครอบคลุม องค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์โบราณ วัตถุประสงค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
2. ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม
4. ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ ดังนั้นในการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา 8 ด้าน ได้แก่ 1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2. ความสะดวกในการ

เข้าถึง 3. สิ่งอำนวยความสะดวก 4. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว 5. สภาพแวดล้อม 6. ความมีชื่อเสียง 7. กิจกรรมการท่องเที่ยว 8. การมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

วูลแมน (วสันต์ กระจงทอง. 2538 : 27; อ้างอิง Woldman. 1973) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

วาเลสเทีย (วารากรณ์ รุ่งรัศมี. 2538 : 4 ; อ้างอิงจาก Wallerstein. 1971) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลความสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End state in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วูม (Vroom, 1964 : 328) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้นๆ

วอเรสติน (วสันต์ กระจงทอง. 2538 : 39; อ้างอิง Wallerstein) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

แมคคอมมิก (ขวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 8; อ้างอิง McCormick) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ต้องอยู่บนความต้องการพื้นฐานมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจและพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

กู๊ด (Goog, 1973 : 320) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

เชลลี่ (ขวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ 2538 : 9 : อ้างอิง Shelly, : 1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มี

ระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

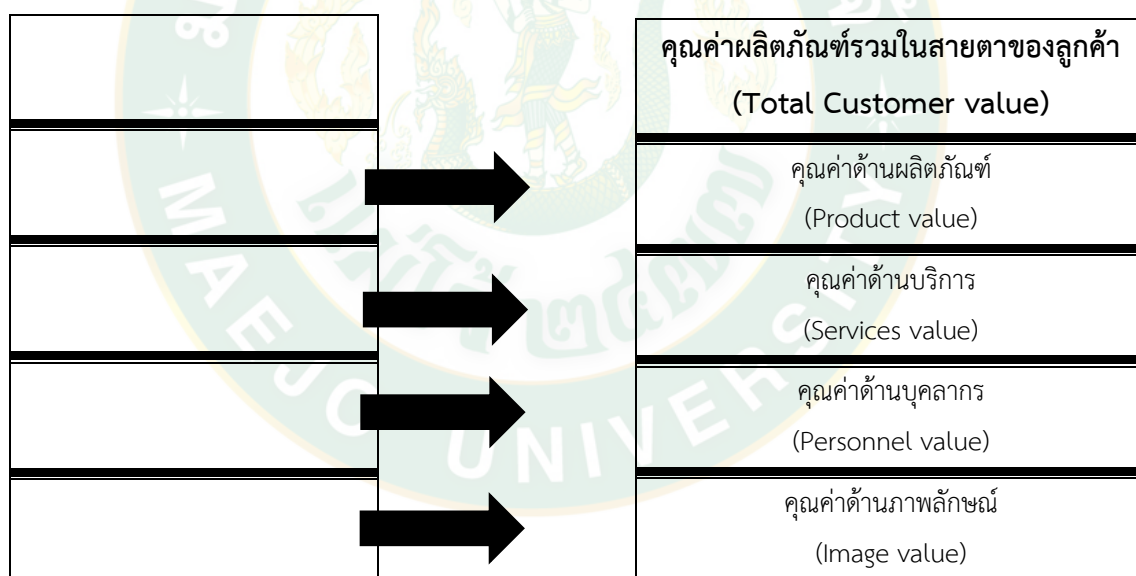
สรุปจากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาด และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั้นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product competitive differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย

1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)
2. ความแตกต่างด้านบริการ (Services differentiation)
3. ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal differentiation)
4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation)

ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value) คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total customer value) เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด (Kotter . 2003 : 60) หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product value) คุณค่าด้านบริการ (Service value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image value) คุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า



ภาพที่ 1 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 44

เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2538)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่างๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายได้รับความสะดวกในการติดต่อ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่างๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่เป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล (2563) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่คังบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการแบบสามเส้า และวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 370 คน ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในคังบางกะเจ้ารับทราบข้อมูลท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจระดับมาก ในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสินค้าและบริการ ส่วนด้านราคา ซึ่งถือว่าเป็นโอกาส ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอ แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คังบางกะเจ้า ได้แก่ ECO

ณรงค์ อนุพันธ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านเกษตรอินทรีย์สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยใช้วิธีการแบบสัมภาษณ์และมุ่งเน้นรูปแบบการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโดยการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านของทั้งสองจังหวัด 5 กลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ของทั้งสองจังหวัด 5 กลุ่ม รวมเป็น 10 กลุ่ม ผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ ของอาหารทะเลในชุมชนที่มีต่อการได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ อาหารทะเลของผู้มาเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

อภิสิทธิ์ อุทิศธรรมศักดิ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอดีต กรณีศึกษาเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาดีด เพลิวาน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิจัยที่สำคัญ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 15,000 บาทหรือต่ำกว่า มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวแบบนันทนาการ เน้นการพักผ่อน มีจำนวนครั้งที่เคยไปแบบไปครั้งแรก และนิยมไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ ไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 500 บาทหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่มองว่าเพลิวานเป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมเรื่องราวในสมัยเก่า มีจุดเด่นด้านการจำลองอาคาร สถานที่ที่เป็นแบบย้อนยุคและมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสสภาพ/บรรยากาศย้อนอดีต และอาจจะเป็นเพราะค่าเข้าฟรี อาหารต่างๆ มีราคาที่ไม่สูงมากนัก

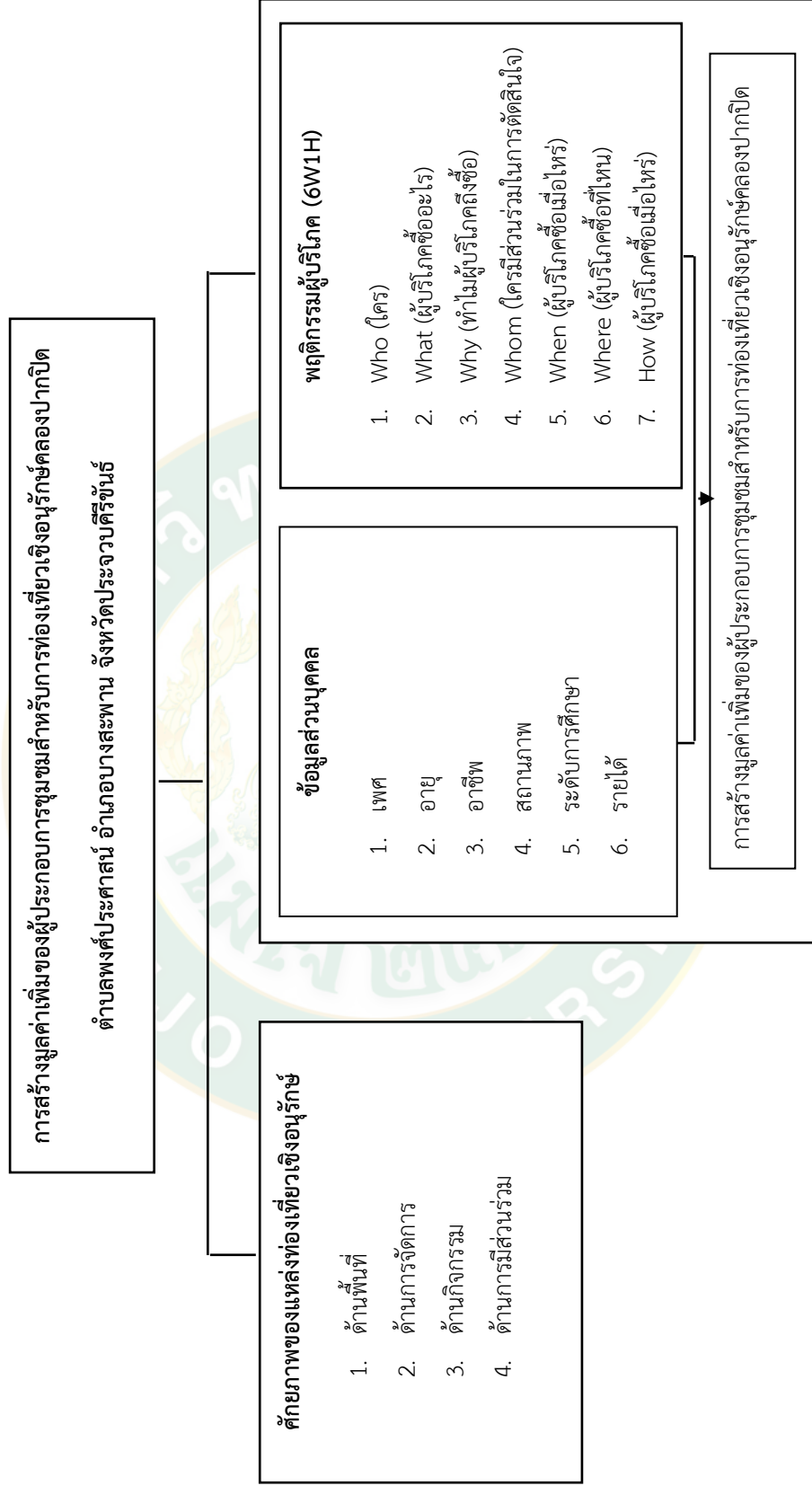
สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวรรณ เพชรหมี่ (2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ โดยมีการศึกษาประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนสมาชิก 32 คน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายโบราณ จำนวน 150 คน ผลการศึกษา พบว่า เวกลักษณะของลวดลายผ้าไทยโบราณของกลุ่มแม่บ้านภูผักไผ่เป็นผ้าชิ้นหัวแดงตีนกาน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลายจำนวน 12 ลายบนผืนเดียวกัน ได้แก่ ลายนาค ลายหงส์ ลายหมากจับ (เตี้ยว/คู่) ลายตุ้ม ลายขอ ลายหอ ประสาท ลายเอียว ลายขาเป็ย ลายเฟื่อง (ควา/หงาย) ลายคั่น ลาย ดอกแก้ว ลายดอกผักแว่น เรียกว่า ลายหมี่คร้าว และแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มสู่เชิงพาณิชย์เน้นการสร้างคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์จาก 5 แนวทาง คือการปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้าลง การพัฒนาลวดลายให้เป็นลายใหม่ จนได้พัฒนาเป็นลายดอกผักแว่น และลายหอประสาทเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายดอกผักไผ่ และได้ทดลองนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายผ้าที่ได้พัฒนาจากลายโบราณเดิม พัฒนาเป็น หมอนอิง โซฟา ที่ใส่โอแพทเป็นต้น และการสร้างโลโก้ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อสร้างการจดจำ

สุพาดา สิริกุดตา (2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย พบว่า ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆหรือซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 400 คน การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบกลุ่มกับบุคลากรภาครัฐ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ปลาและขนมเป็ยยะ และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ส่วนภาพลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี เครื่องมือทางการสื่อสารทางการตลาด และความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบอกต่อการท่องเที่ยว

นิวัฒน์ ไทพิทักษ์ (2553) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนอนุรักษ์วัฒนธรรม ปางช้างจังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามซึ่งสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 200 ชุด พบว่า ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยความมีชื่อเสียงของสถานที่ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา พบว่าราคาในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ การแบ่งระดับการเข้าชมตลาด กลุ่มนักท่องเที่ยวและราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องพักและบริการ ตามลำดับ ปัจจัยด้าน สถานที่ พบว่า ทำเลที่ตั้งเดินทางไปได้สะดวกมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยว อากาศและบรรยากาศ และความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ และการมีส่วนลด/ราคาพิเศษ ตามลำดับ ด้านแรงจูงใจ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่พักได้รับรางวัล และปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า เจ้าหน้าที่/พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดีมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานมีความรู้ความสามารถแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ดี และเจ้าหน้าที่/พนักงานมีการบริการที่รวดเร็ว ตามลำดับ ปัจจัยด้านสังคม พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อการศึกษาทางด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่เป็นที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลักจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่า 3 วัน และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่างๆหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติ พี่น้อง และบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัวและการเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป โดยจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

กรอบแนวคิดใหม่



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

(Research Methodology)

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย 2 รูปแบบ กล่าวคือ การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือและข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในแต่ละแบบจะประกอบไปด้วย

กลุ่มประชากรในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรที่ใช้เก็บข้อมูลการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้วิจัยสรรหาตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับเรื่องที่จะทำการศึกษาอย่างแท้จริง จากประสบการณ์จากเรื่องนั้นมาโดยตรงที่ว่าเหมาะสมคือเป็นตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลได้หลากหลาย ซึ่งเอื้อต่อการวิเคราะห์และนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นการวิจัยอย่างดีที่สุด โดยผู้วิจัยมี

กลุ่มตัวอย่างแบบ Instrumental case (ชาย โพลีสิตา, 2559) เพื่อให้ได้ข้อสรุปของงานวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. กลุ่มผู้นำชุมชน 5 คน ได้แก่ ผู้นำธรรมชาติ ผู้รู้ภูมิปัญญา ผู้ใหญ่บ้าน และองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 7 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

วิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย ผู้นำธรรมชาติ ผู้รู้ภูมิปัญญา ผู้ใหญ่บ้าน และองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย ผู้ประกอบการชุมชน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน

วิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ดังนั้นผู้วิจัยจึงหาขนาดตัวอย่าง โดยวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม 80% หรือ 0.80 มีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 250 ตัวอย่าง ดังนี้

สูตร

$$N = \frac{P(1 - P)z^2}{D^2}$$

เมื่อ N แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

D แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z แทน ค่าความเชื่อมั่น ที่กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

แทนค่า

$$N = \frac{(.80)(1 - .80)1.96^2}{.05^2}$$

$$= 245.80$$

ใช้ขนาดตัวอย่าง 245.80 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 250 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดของเครื่องมือทั้งสอง ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยใช้สัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-dept Interview) เพื่อศึกษาศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้สัมภาษณ์ผู้นำธรรมชาติ ผู้รู้ภูมิปัญญา ผู้ใหญ่บ้าน และองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติส่วนตัว ประวัติการทำงานอย่างย่อ ของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการชุมชน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ส่วนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาข้อมูลภาคสนามโดยการใช้แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบบสอบถามที่กำหนดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างซึ่งผู้วิจัยศึกษาสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องสภาพปัจจุบันของพื้นที่ที่ทำการศึกษาทางกายภาพ ตลอดจนตัดแปลงจากแบบสอบถามที่มีผู้วิจัยอื่นๆ ได้สร้างไว้แล้วให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended questionnaires) เพื่อให้ข้อมูลถูกต้องสมบูรณ์ขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่จัดขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ใน การวิจัยครั้งนี้ ในส่วนของแบบสอบถามมีอยู่ 4 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การตรวจสอบเครื่องมือและข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย หมายถึง การนำเครื่องมือวิจัยมาตรวจสอบว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยหรือไม่ โดยจะต้องเหมาะสมกับลักษณะของตัวแปรและประชากร นอกจากนี้จะต้องวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์และมีความคงที่ของการวัดไม่ว่าจะทำการวัดซ้ำกี่ครั้งก็ตามการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย คือ

1. เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ

ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

- 1.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์
 - 1.2 กำหนดขอบเขตข้อมูลที่ต้องการให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด
 - 1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความ ถูกต้องและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
 - 1.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อพิจารณาประเด็น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยรวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขทางด้าน ภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
 - 1.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไป เก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยต่อไป
2. เครื่องมือเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความ คิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก ปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้
- 2.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม ภายใต้ขอบข่ายของการวิจัยคือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 2.2 กำหนดขอบเขตแบบสอบถาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลการใช้บริการของ ผู้บริโภค โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่ม ตัวอย่าง
 - 2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบ ความถูกต้องและเสนอเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
 - 2.4 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข แล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
 - 2.5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์อีก ครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Pilot Test) โดยการนำแบบสอบถามฉบับ

สมบรูณ์นั้นไปทดลองใช้ 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำมาทดสอบความเชื่อมั่นวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยสูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach' alpha) โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งจะต้องได้ค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นได้มาก ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้ค่า Alpha = 0.947

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นแบบสรุปลุปนัย (Analytic Induction) นำข้อมูลมาแยกแยะ จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์เชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลตามกรอบแนวคิดที่ตั้งไว้

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (frequency)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยการแจกแจง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (frequency)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) มีการวิเคราะห์แบบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

การให้คะแนนข้อมูล ให้คะแนนหลักตามหลัก Scale โดยกำหนดดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยคะแนนที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์และแปรผลค่าเฉลี่ยตามความสำคัญ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{กำหนดความกว้างของแต่ละอันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับภาคชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

สำหรับการวัดระดับแบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเหมาะสมออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดคะแนนดังนี้

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

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาทำการทดสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำไปประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1.1 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)

1.2 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Descriptive Statistics : S.D)

2. **สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)** การทดสอบสมมติความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้ One Way ANOVA และ LSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference ในการเปรียบเทียบรายคู่ ในการทดสอบ

3. **สถิติที่ใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นของชุดคำถาม** การหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยสูตรครอนบักแอลฟา (Cronbach' alpha) โดยได้เท่ากับ 0.947

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สำคัญประกอบด้วย ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1.1 การสัมภาษณ์ (Interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้าง ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน หรือองค์กรหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน โดยคำถามที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 7 คน โดยคำถามที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

คลองปากปิด และให้ผู้สัมภาษณ์ตอบตามกรอบแนวคิดการศึกษาสะท้อนข้อเท็จจริงตามกรอบแนวคิด โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1.1 ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์ ได้แก่ ก่อนลงสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ที่จะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นคำถาม ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมเตรียม และศึกษาวิธีใช้เครื่องมือในการบันทึกเสียง เตรียมสมุด จดบันทึก และอุปกรณ์ต่างๆ ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

1.1.2 ขั้นการสัมภาษณ์ ได้แก่ ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สนทนาร่วมกันเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลต่างๆ ที่บันทึกเสียงไว้โดยผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงในช่วงใด ผู้วิจัยจะไม่บันทึกเสียง

1.2 การสังเกตการแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) บางครั้งเรียกว่าสังเกตภาคสนาม (Field Observation) หรือการสังเกตเชิงคุณภาพ (Qualitative Observation) เป็นการสังเกตชนิดที่ผู้วิจัยเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ศึกษา มีการร่วมทำกิจกรรมด้วยกันและพยายามให้คนในชุมชนนั้นยอมรับว่าผู้วิจัยมีสถานภาพพบปะเช่นเดียวกับตน ความสำคัญของผู้วิจัยที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่ศึกษา ช่วยให้ผู้วิจัยได้รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

1.3 การใช้แบบสอบถาม โดยใช้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้

1.3.1 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเอง จำนวน 220 ชุด

1.3.2 ผู้วิจัยใช้เครือข่ายผู้นำในการเก็บข้อมูล ในช่วงวันเวลาที่ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ด้วยตนเองได้ โดยอาศัยเครือข่ายผู้นำเก็บข้อมูล จำนวน 30 ชุด

1.3.4 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งสิ้น 250 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือวิชาการวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

(Research Results)

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยงานวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้นำชุมชน หรือองค์กรหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการชุมชนคลองปากปิด จำนวน 7 คน โดยนำข้อมูลที่ได้สรุปอุปนัย งานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด จำนวน 250 คน จากนั้นวิเคราะห์ด้วยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาเสนอเป็นตารางค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามลักษณะของข้อมูลที่ได้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย วัตถุประสงค์การปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผลการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 6 ตอน รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ศักยภาพต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในส่วนนี้เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด รายละเอียดข้อมูลส่วนนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนหรือหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จำนวน 5 คนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลมือสองจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด จากการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ลำดับ	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง	จำนวนปีการปฏิบัติงาน	ชื่อเล่น
1	นายมังกร นุชแนวดีศรี	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ผู้นำธรรมชาติ)	20 ปี	พี่ตึก
2	นายประวิทย์ รัตนพงศ์	ผู้ใหญ่บ้าน (หมู่ 4)	9 ปี	ผู้ใหญ่วิทย์
3	นางวันวิสาข์ หุ่นจิ้น	ที่ปรึกษาสภาผู้นำชุมชนภาคเอกชน	26 ปี	พี่แม็ค
4	นายธนรัตน์ ภิโสภณย์	นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ	2 ปี 9เดือน	พี่กิม
5	นางปิยะธิดา หลีตันน้อย	นักบริหารงานทั่วไป (อบต.พงศ์ประศาสน์)	14 ปี	พี่หนู

ตารางที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านพื้นที่

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวสามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ นักท่องเที่ยว
มังกร นุชแนวาศิรี, (2564)	คือ ระบบนิเวศป่าชายเลน เพื่อการท่องเที่ยวคำว่าระบบนิเวศป่าชายเลน เพราะว่ามีสื่อไปถึงสัตว์ พรรณไม้ วิถีชีวิตที่มีอยู่ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คลองปากปิดเป็นป่าใน เมือง ป่าชุมชน ป่าที่เป็นสาธารณะไม่ได้แปลว่าเป็นการสร้างป่า ที่มีใช้อุทยาน พื้นที่ป่าราชการที่ประกาศชัดเจนว่าเป็นอุทยาน วนอุทยาน ซึ่งที่มีเจ้าภาพดูแล เพราะฉะนั้นป่าชายเลนที่คลองปากปิดเป็นระบบนิเวศที่ยังไม่มีใครมาดูแลที่แท้จริง ดังนั้นชาวบ้านเห็นว่า มีทรัพยากรที่มีคุณค่ามหาศาลทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคมเราต้องรักษาไว้ การ	1. กิจกรรมพายเรือคายัค ร่องเรือถ่ายรูป 2. กิจกรรมการปลูกป่าเพิ่ม 3. กิจกรรมการศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน แบ่งแยกเป็น 4 หมวด 3.1 หัวใจอาหารของสิ่งมีชีวิต ทำให้สารอาหารและพลังงานถ่ายทอดไปในหมู่สิ่งมีชีวิต และตกสู่สิ่งแวดล้อม ปลาใหญ่กินปลาเล็ก เป็นต้น 3.2 พันธุ์ไม้ เป็นเรื่องประโยชน์การใช้สอย สรรพคุณทางยา สอนการรู้จักพันธุ์ไม้ 3.3 คาร์บอนเครดิต แปลว่า ต้นไม้ทุกต้น ส า ร ร ถ แ ล ก เ ป ลี ย น คาร์บอนไดออกไซด์ ช้างบนเรียกว่า กรีนคาร์บอน ช้างล่าป่าชายเลน	สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น ≈ 150 คน	1. ที่พักแรม โฮมสเตย์พักแรมบ้าน เป็น น ห ลั ง ๆ ที่ มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ตามพื้นที่ป่าเขา แหล่งน้ำ ชายทะเล 2. ลานจอดรถ มีมากเพียงพอที่บรรจจำนวนมาก ในลาดรถโค้งแจ้ง 3. ห้องน้ำ มีความสะอาดปลอดภัย นี่คือโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว 4. อาหารและสถานบันเทิง สิ่งจำเป็นสำหรับการบริโภคในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็น

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวสามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยว
<p>รักษาไว้หลายมิติ ที่เราต้องรักษาไว้เช่น ทำกิจกรรมปลูกป่า แต่ไม่เกิดความยั่งยืน ปลูกแล้วไม่มีเจ้าภาพ ปลูกแล้วไม่มีงบประมาณ ปลูกแล้วไม่มีใครสนใจดูแล ปลูกแล้วไม่ได้เรื่องราว ทางเจ้าหน้าที่คิดว่าโจทย์ที่น่าตั้งขึ้นมา คือ ปลูกป่า และรักษาระบบนิเวศเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้มีรายได้เข้ามาในชุมชน ชาวบ้านได้เข้ามารวมตัวกันทำกิจกรรม แต่ต้องใช้งบประมาณทางที่ดีที่สุดคือ จัดเป็นการท่องเที่ยวชุมชน</p>	<p>เรียกว่า บุคลากรบอ สามารถแลกเปลี่ยนทั้งบนบกและในน้ำ 3.4 เศรษฐกิจสีน้ำเงิน คือ รายได้ของผู้คนที่ทำมาหากินพื้นที่ อย่างเช่น การทอดแห การเพาะเลี้ยงสัตว์ เศรษฐกิจฐานทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลทั้งทางตรงและทางอ้อม</p> <p>4. ฐานกิจกรรม (workshop) ที่เป็นการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฐานกิจกรรมทำผ้ามัดย้อม ที่ทำด้วยเปลือกต้นโงก่าง โดยใช้เทคนิคการทำ ลวดลายโดยการมัด การพับ การเย็บ และใช้อุปกรณ์อื่นๆ ให้เป็นลวดลายตามที่ต้องการ 			<p>เห็นถึงวัฒนธรรมประจำชาติที่สืบต่อมายาวนาน นักท่องเที่ยวย่อมต้องการบริเวณที่มีคุณภาพ สะอาด และรสชาติดี รวมทั้งลิ้มลองอาหารท้องถิ่นที่แตกต่างไปจากอาหารประจำชาติของตน</p> <p>5. การบริการนำเที่ยวและมีคู่เทศก์ ผู้ที่นำท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่ หรือบุคคล โดยได้รับค่าตอบแทน (วิทยากร) มีคู่เทศก์เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่มีโอกาสใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อคอย</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ นักท่องเที่ยว
		<p>ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระเป๋าผ้า, พวงกุญแจ, หน้ากากอนามัยแบบผ้า - Cooking Classes เป็นกิจกรรมที่ให้ลงมือทำอาหารด้วยตนเอง โดยจะมีแม่ครัวสอนทำเมนูอาหาร รวมถึงการทำอาหารว่าง เช่น น้ำชา โรตีสายกะหรี่ปั๊ 5. กิจกรรมศูนย์เศรษฐกิจพอเพียง 6. แหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ กลองยาวสีพี่น้อง เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้โดดเด่น 7. ตลาดนัดประชารัฐ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ “ชิม ช้อป ชิล” เป็นตลาดนัดที่คนในชุมชนได้นำสินค้า อาหาร มาวางจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้า ของคนในชุมชนได้หลากหลาย จะมีทุกวันเสาร์ 		<p>สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่นักท่องเที่ยว</p> <p>ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีคู่มือที่จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างภาพพจน์ และทัศนคติที่ดีงามตลอดจนความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>6. สินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวมีนิยมนำซื้อสินค้าจากท้องถิ่นเพื่อนำไปฝากญาติมิตรแสดงถึงน้ำใจไมตรี ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ความนิยม อาทิ ผ้ามีด้อม ทำจากไม้โก่งกาง กระเป๋าผ้า อาหารพื้นถิ่น เป็นต้น</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวสามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ นักท่องเที่ยว
<p>ผู้ใหญ่วิทยา รัตน์พงศ์, (2564)</p>	<p>ทรัพยากรเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมในเวลากลาง ทำให้เกิดความผ่อนคลาย สนุกสนาน เพลิดเพลิน ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์สังคมและจิตใจ และเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่</p> <p>2. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่อยู่รอบตัวเรา ทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต รวมทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น</p> <p>3. ศาสนา วัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากอดีตสู่ปัจจุบัน เป็นผลผลิตที่แสดงถึงความเจริญงอกงามทั้งด้านวัตถุและที่ไม่ใช่วัตถุ</p>	<p>ทรัพยากรธรรมชาติความเป็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ยังไม่มีการแต่งเสริมมากมาย ยังมีความเป็นวิถีความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่เรียบง่าย พึ่งพาอาศัยธรรมชาติค่อนข้างมาก การดัดแปลงธรรมชาติยังมีน้อย จะทำให้เกิดความแตกต่างในวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกัน</p>	<p>จิตความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ หนึ่งในความสามารถรับได้ตลอดทั้งวัน ≈ 70-80 คน ตั้งแต่ช่วงเช้าจนถึงช่วงเย็น แต่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเวลาช่วงเย็น เนื่องจากช่วงเช้ามีอากาศร้อน และได้ชมพระอาทิตย์ตก</p>	<p>สิ่งอำนวยความสะดวกทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีให้นักท่องเที่ยวใช้บริการ ห้องนำร้านอาหาร และวันเสาร์จะมีตลาดประชารัฐ ช่วงเย็นมีกิจกรรมบันเทิงต่างๆ เป็นกิจกรรมในหมู่บ้าน เพื่อความบันเทิงและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และเพื่อความผ่อนคลายให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งกันและกันด้วย</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ นักท่องเที่ยว
นางวันวิสาข์ หุ่นจีน, (2564)	คือ เรื่องของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ ลำคลอง ป่าโกงกาง และภูมิทัศน์ใน เรื่องท่องเที่ยวทะเล มากกว่านี้ก็คือ เครือข่ายคณะทำงานของกลุ่ม ท่องเที่ยววนั้นเอง ทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญ แต่ นอกเหนือทรัพยากรธรรมชาติ นั่นก็คือ ทรัพยากรของบุคคลที่เป็น กลุ่มเครือข่าย	ทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตที่มี ความธรรมชาติที่ไม่ถูกสร้างจากมนุษย์ โดยเฉพาะเรื่องของการที่สายน้ำลำ คลอง ยังเป็นสายลำคลองที่ค่อนข้าง บริสุทธิ์ มนุษย์บุกรุกเข้าฐานทำลายน้อย ความโดดเด่นของสถานที่ ก็คือ ปาก คลองที่เชื่อมระหว่าง น้ำก้อย กับ น้ำเค็ม ก็ทำให้สถานที่มีความโดดเด่น และเป็น ธรรมชาติ โดยเป็นตามสไตล์คาร์คอร์ด ที่ไม่ได้ถูกปรุงแต่ง สิ่งเหล่านี้คือความ โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	สามารถรับได้ตั้งแต่ตั้งแต่หมู่คณะ ตั้งแต่ 1 บัส/ ครอปครว 1 รถตู้ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก ปิตมีศักยภาพพื้นที่มากเพียงพอ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวแบบ หมู่คณะ/บัส รถส่วนตัว ที่ เดินทางมาที่บรอปครว	ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวคลอง ปากปิต มีพื้นที่อำนวยความสะดวก สะดวกครบถ้วน เช่น ลานจอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร มีให้นัก ท่องเที่ยวใช้ฟรี
นายธนรัตน์ ภิโสรัมย์, (2564)	คือ ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจาก ทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก ปิตเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมนุษย์สามารถนำมาใช้ ประโยชน์ได้ เช่น บรรยากาศ น้ำ	สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เด่นชัด คือ การ พายเรือคายัค จากคลองปากปิตไปสู่ ทะเล ในช่วงระหว่างทางการพายเรือ คายัคจะมีเรื่องเล่าตลอดเส้นทาง โดยจะ มีเยาวชนเข้ามาด้วยให้ความรู้กับ	แบบสะดวกต่อพื้นที่ และในการ ทำกิจกรรมสามารถรองรับได้ 1 บัส ประมาณ 40 คน/วัน จะไม่ เกิดความแออัดแก่นักท่องเที่ยว และทางแหล่งท่องเที่ยวสามารถ	ปัจจุบันทางท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์คลองปากปิตมีสิ่ง อำนวยความสะดวกได้แก่ ห้องน้ำ ที่มีความสะอาด สามารถใช้บริการได้ จะไม่มีการ

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้ทันที	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ นักท่องเที่ยว
	ดิน ป่าแม่ หุ้งหญ้า แร่ธาตุ และ สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในลำคลอง (พืช และสัตว์) เป็นต้น	นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถพาย เรือและสามารถหยุดชมระบบนิเวศป่า ชายเลนได้ตามต้องการ	ค่อนข้างบริหารจัดการง่าย	เก็บค่าบริการ แต่เป็นการ บริจาคเงิน เพื่อใช้จ่ายค่าน้ำ ค่า ไฟ เป็นต้น ลานจอดรถ มี มากมายเพียงพอสำหรับ นักท่องเที่ยว
นางปิยะธิดา หญัตนอย, (2564)	คือ แหล่งน้ำป่าชายเลน ที่ชาวบ้าน ดูแลตั้งแต่ต้นเริ่มมีกลุ่มอนุรักษ์ คลองปากปิดที่ชาวบ้านต้องทำมา หากิน ซึ่งใช้ทรัพยากรเหล่านี้เพื่อยัง ชีพในการหารายได้ของครัวเรือน จากนั้นพวกเขาได้เห็นถึงความ สวยงามของแหล่งพื้นที่ พอถึงเห็น มีต้นทุน ก็จึงเริ่มให้ความสำคัญ เรื่องของความสะอาด เพื่อที่ สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว	1. เรื่องของความแปลกใหม่ 2. เรื่องของการพายเรือคายัค ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ถือเป็น การ ออกกำลังกาย ซึ่งคนปัจจุบันค่อนข้างรัก สุขภาพ 3. เรื่องของการไม่มีมลพิษ มีธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ โดยเฉพาะในเขตที่พาย เรือไปสู่ท้องทะเล นักท่องเที่ยวจะได้ สัมผัสกับธรรมชาติที่แท้จริง	ขึ้นอยู่กับพื้นที่ปริมาณสูงสุดต่อ วันให้เป็นเรื่องน่าที่ของกลุ่ม (ทาง อบต.จะไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้อง) หน้าที่ของอบต.ให้การสนับสนุน เรื่องของเงินอุดหนุน ในความคิดเห็น สามารถรับ นักท่องเที่ยวเวียนรอบใน 1 ชั่วโมง สามารถนำชุดนักท่องเที่ยวลงเรือ ได้ ไป-กลับ รวมเป็น 2 ชั่วโมง สามารถรับได้เป็นกรุปทัวร์ เวียน รอบได้ทั้งวัน ตั้งแต่ช่วงเช้า-เย็น	สิ่งอำนวยความสะดวกจะไม่ดีมากมาย แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวตามรอบ ระยะเวลาที่มี สามารถรองรับ ได้ 2. ท่องน้ำ มีการสร้างภายหลัง แต่ปัจจุบันมีความพร้อมให้กับ นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ 3. รัาน อ า ห า ร มี ร อ ง ร ับ

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ทรัพยากรที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยว	ทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวสามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้กี่คน	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้แก่ นักท่องเที่ยว
				<p>นักท่องเที่ยว ในวันเสาร์ วัน ปกตินักท่องเที่ยวสามารถแจ้ง กับเจ้าหน้าที่ได้ จะมีร้านค้ามา เปิดให้บริการ คำนึงถึง สุขอนามัย และลดการใช้ ถุงพลาสติก กล่องโฟม</p> <p>4. โฮมสเตย์ ในกรณี ที่ นักท่องเที่ยวอยากพักค้าง แรม เพื่อให้เที่ยวครบวงจร ใน การท่องเที่ยว จะมีโฮมสเตย์ที่ พักอยู่ในชุมชน ได้รับมาตรฐาน การบริการ</p>

ตารางที่ 3 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการจัดการ

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายในชุมชนอย่างไร	การจัดการขยะ	การจับบันทึกเกี่ยวกับสถิติ
<p>มังกร นุชแนวาศิรี, (2564)</p>	<p>การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต มีความเปลี่ยนแปลงแต่อดีตจนถึงปัจจุบันในแต่ละยุคอย่างมาก เริ่มจาก CBT ชุมชนท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ของโครงการท่องเที่ยว นวัตกรรมดำเนินการสร้างและปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว</p>	<p>โดยมีการจัดกลุ่มแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต ประกอบด้วย ประธาน, ประธานกลุ่ม, ทรัพยากร, ประชาสัมพันธ์</p>	<p>การสรรผลประโยชน์ให้กับชุมชน ทางเราจะคืนให้กับชุมชนจาก ก ก ร นั้น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต หัวละ 5 บาท ซึ่งจะคืนให้เดือนต่อเดือน โดยที่ไม่ต้องรอเปอร์เซ็นต์ของกำไร จะเกิดความล่าช้า อย่างเช่นนักท่องเที่ยวมาจำนวน 5 คน x 5 = 25 บาท ดังนั้นจะคืนให้ชุมชน 25 บาท ในการจัดสรรเงินทุกอย่างจะต้องผ่านสภาผู้นำบ้านฝ่ายทำ</p>	<p>เรื่องของบริหารจัดการขยะ โดยเริ่มจากการให้ความรู้ ในด้านการจัดขยะ ให้กับนักท่องเที่ยวคัดแยกขยะของตนเอง ถือว่าใครเป็นคนสร้างขยะ สามารถจัดการขยะของตนเองได้ ทางเราจะมีการจัดวันที่ทำถุง ปริมาณเท่าไร ที่ทำรายละเอียดมีกิจกรรมที่ส่งรายละเอียดที่เกิตขึ้น ส่งให้ ส า ธิ ร าน สุ ข และ สิ่งแวดล้อมอบต. เพื่อรับรู้ ในการจัดการขยะ ขยะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากบิต = ศูนย์</p>	<p>มีการจดบันทึกสถิติ รายชื่อของนักท่องเที่ยว โดยการระบุอย่างชัดเจน ข้อมูลบุคคล อย่างเช่น นักท่องเที่ยวมาจำนวน 3 คน มาแบบ กลุ่ม ครอบครัว ผู้ชาย 1 คน ผู้หญิง 1 คน เด็กหญิงกี่คน นักท่องเที่ยวมาเวลาเท่าไร วัตถุประสงค์ เพื่ออะไร เป็นต้น</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายในชุมชนอย่างไร	การจัดการขยะ	การจัดบันทึกเกี่ยวกับสถิติ
	เปลี่ยนแปลงตั้งแต่ห้องศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศ การปรับปรุงพื้นที่ในท้องเวท ทางเดินเท้าโต๊ะ เก้าอี้ มีการดำเนินการปรับปรุงใหม่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและเริ่มจากที่ต้องเช่าเรือคายัคในราคา 100/40 บาท ตั้งแต่ปี 2560-2561 จนปัจจุบันได้มีเรือคายัคเป็นที่สามารถดูแลจัดการด้วยชุมชนนั่นเอง	การแบ่งหน้าที่ มีหน้าที่โดยตรง มีคณะกรรมการประชาชน อีกอย่าง คุ่มมังกร นุชแนววิศริดูแล แบ่งแยกหน้าที่กันอย่างชัดเจน	สภามาจากแกนนำกลุ่มอาชีพ ออกร์กร เป็นต้นฯลฯ	การจัดการขยะ ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะคัดลอกปากปิด มีตั้งนี้ 1. มีการบริหารจัดการขยะ 2. มีการตั้งจัดขยะ โดยนำ	ในส่วนการจัดบันทึกสถิติจะเป็นหน้าที่ของทางกลุ่ม
ผู้ใหญ่ประวิทย์ รัตนพงษ์, (2564)	เริ่มตั้งแต่ยุคแรก เริ่มตั้งแต่เมื่อก่อนยังไม่มียอะไรเลย ธรรมชาติโดยปกติผู้นำในยุคนั้นได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง คือว่าในความคิดใหม่ เพื่อ	การแบ่งหน้าที่ มีหน้าที่โดยตรง มีคณะกรรมการประชาชน อีกอย่าง คุ่มมังกร นุชแนววิศริดูแล แบ่งแยกหน้าที่กันอย่างชัดเจน	ทางกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คัดลอกปากปิด มีตั้งนี้ 1. มีการบริหารจัดการขยะ 2. มีการตั้งจัดขยะ โดยนำ	การจัดการขยะ ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะคัดลอกปากปิด มีตั้งนี้ 1. มีการบริหารจัดการขยะ 2. มีการตั้งจัดขยะ โดยนำ	ในส่วนการจัดบันทึกสถิติจะเป็นหน้าที่ของทางกลุ่ม

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายในชุมชนอย่างไร	การจัดการการชยะ	การจัดอันดับที่ก่เกี่ยวกับสถิติ
	ทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีอยู่มาสร้างเป็นจุดขายหรือจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิต เนื่องมาจาก คลองปากปิตเริ่มเกิดมาเพียงยุคเดียว เมื่อปี 2560	เป็นรูปธรรม	บุคคลเท่าไร ทางสถานที่ท่องเที่ยวคลองปากปิตมีการวางแผนผังอย่างชัดเจน	ชยะเปียก ไปทำหมักกินพื้นที่ศูนย์เรียนรู้ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเป็นแนวทางการเรียนรู้	
นางวันวิสาข์ หุ่นจีน, (2564)	ตั้งแต่ท่องเที่ยวคลองปากปิตเริ่มมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นจนถึงปัจจุบัน มีความเปลี่ยนแปลงไปแต่ละยุค เป็นพื้นที่ที่ถูกบุกเบิกตั้งแต่ภาวะวิกฤติ มองว่าการจัดการ เริ่มแรกก็ยังไม่เป็นรูปแบบ แต่ปัจจุบันตอนนี้ด้วยการบริหารที่ชัดเจน ก็จะทำให้ทั้งผู้นำชุมชน เริ่มเข้าใจบริบทเพิ่มเติมมากขึ้น การจัดการในพื้นที่	ท่องเที่ยวคลองปากปิตมีการแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการ โดยแบ่งในเรื่องการบริหาร การจัดการ เช่น เจ้าหน้าที่คอยให้บริการ หรือสต๊าฟ ที่ทำหน้าที่พาเยี่ยมชมก็ทำหน้าที่ส่วนนั้น เจ้าหน้าที่คอยบริหารกลุ่มบรรยาย แต่ใน 1 คน อย่างเช่น คุณมังกร บุชแนว	-	การจัดการชยะถือว่าดี แต่ยังไม่ สมบูรณ์ 100 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในเกณฑ์ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ไม่ดีที่สุดแต่ก็ได้เลวร้ายทางเรายังมีการจัดการที่ดี แต่เพียงว่าชยะมาจากภายนอก ที่นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนนำเข้ามาทำให้ชยะเหล่านี้บริหารจัดการ	-

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุค ของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการ บริหารจัดการหรือไม่ อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายใน ชุมชนอย่างไร	การจัดการขยะ	การจัดบันทึกเกี่ยวกับ สถิติ	
	ก็เป็นเชิงแบบชาวบ้านรวมกัน จัดการและได้มองเห็นปัญหา และนำมาวิเคราะห์กระบวนการ ชุมชนเอง	ดีศรี เป็นคนคนเดียวที่ทำ หน้าที่บรรยาย และทำ หน้าที่เสิร์ฟ ซึ่งทำหน้าที่ หลายอย่าง ฉะนั้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลอง ปากปิต้องทำ แบ่งที่ยังไม่ ชัดเจน จึงต้องแบ่งหน้าที่ให้ ดีกว่านี้ โดยการฝึกให้ เยาวชนสามารถบรรยาย พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่ ต้องทำเพิ่มเติมก็คือ ฝึกเสิร์ฟเป็นนักบรรยาย ด้วยไปในทีเดียว	เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยว เกิดขึ้น มีการจัดสรร ประโยชน์ ในส่วนของการ	การจัดการขยะ ในส่วน ของการขายเรือคายัค คลองปากปิต้องนักท่องเที่ยว	จัดการยาก ชุมชนแห่งนี้ไม่ มีการบริหารจัดการที่ ชัดเจน เนื่องจากทางเราไม่ มีเตาเผา ไม่มีการจัดเก็บ บริหารงานที่ดี ฉะนั้นสิ่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลอง ปากปิต้องทำ ก็คือ ต้อง จัด เยาวชนส่วนหนึ่งมา บริหารจัดการเรื่อง การ จัดการขยะ	การจัดบันทึกที่ท่องเที่ยว คลองอนุรักษ์คลองปิต้อง มีบันทึกความทรงจำ
นายธนรัตน์ ภิโสธมย์, (2564)	การเปลี่ยนแปลงแต่ยุค ใน ระยะเวลา 1 ปี ที่ผมมาอยู่ที่นี้ ในแต่ละส่วน ในการบริหาร	มีจัดกลุ่มการท่องเที่ยวโดย ชุมชน มีการแบ่งหน้าที่ใน การบริหารจัดการ ในส่วน				

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุค ของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการ บริหารจัดการหรือไม่ อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายใน ชุมชนอย่างไร	การจัดการขยะ	การจัดบันทึกเกี่ยวกับ สถิติ
	<p>จัดการที่ผู้นำคนเก่า มีการแบ่ง ส่วนบริหารจัดการ โดยให้คุณ มังกร นุชนวดีศรี ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก ปิดเป็นหลัก และแบ่งหน้าที่ให้ เจ้าหน้าที่อีกคนช่วยดูแลเรื่อง ตลาดประชาชน ที่จัดทุกวันเสาร์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงมีการบริหารจัดการเป็นไปด้วยดีที่ ผ่านมา ก็มีการเปลี่ยนแปลงจะ เกิดขึ้นหลังจากนี้ เพราะจะมีการ เปลี่ยนผู้นำหมู่บ้าน ก็มี ทิศทางในรูปแบบผู้ใหญ่บ้านคน ใหม่</p>	<p>ของการพัฒนาชุมชนอำเภอ บางสะพาน เมื่อได้มีการ ประสานงานมาถึงหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน ก็มอบหมายให้ คุณมังกร นุชนวดีศรี และ คณะ ช่วยกันบริหารจัดการ อย่างเช่น ปีที่ผ่านมา ได้ออก พื้นที่จัดกิจกรรมเมืองทอง แสดงยกชุมชนท่องเที่ยว OTOP บ้านนวัตกรรมที่เมืองทอง เป็นการจำลองการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการ บริหารจัดการ ก็คือแบ่ง หน้าที่ให้ทำ</p>	<p>จัดสรรประโยชน์ชุมชน ก็ จะเป็นหน้าที่ในการบริหาร จัดการชุมชนเอง ในส่วน พัฒนาชุมชนจะคอยเป็นที่ บริการ เพื่อให้ชุมชนวางแผน บริหารด้วยตนเอง ก็จะมีการ ปันผลของแต่ละกลุ่ม และ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนเข้า มายิ่งในหมู่บ้าน ก็ในส่วนจะ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เป็นการ บริหารจัดการภายในหมู่บ้าน ส่วนราชการจะไม่ได้เข้า เกี่ยวข้อง</p>	<p>บางราย หรือบางช่วงเวลา ขยะที่มาจากทะเล คุณมังกร นุชนวดีศรี จะ นำเยาวชนท่องเที่ยว พายเรือเก็บขยะด้วย เป็นการ พายเรือท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ที่แท้จริง</p>	<p>ให้กับนักท่องเที่ยวมา เทียวเพื่อให้เห็นถึงความ มั่งคั่ง เป็นในใจ จากไหน อยากรจะบอก อะไรเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว จะมีการจด บันทึกไว้</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	ความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคของแหล่งท่องเที่ยว	การแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร	การจัดสรรประโยชน์ภายในชุมชนอย่างไร	การจัดการขยะ	การจัดบันทึกเกี่ยวกับสถิติ
นางปิยะธิดา หนีต๋นอย, (2564)	คลองปากปิต เริ่มเป็นรูปธรรมตอนปลายปี 2559 เข้าปี 2560 เนื่องจากช่วงนั้นมีน้ำท่วมใหญ่ ได้รับผลกระทบอย่างหนัก จึงเป็นที่แต่ละหน่วยงานให้ความสนใจที่จะฟื้นฟูพื้นที่ ทำให้กลุ่มสามารถประสานต่อยอดมาได้ เป็นตลาดประชาสรรค์ การท่องเที่ยวเข้ามา และใช้พื้นที่นี้ในการจัดกิจกรรมของอบต. เช่น ประเพณีลอยกระทง วันผู้สูงอายุ	การแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร การแบ่งหน้าที่มีคณะกรรมการหมู่บ้านที่ดูแลในเรื่องของพื้นที่การท่องเที่ยวเกี่ยวกับจัดเก็บค่าใช้จ่ายสถานที่ให้บริการ	การจัดสรรผลประโยชน์ภายในชุมชนอย่างไร การจัดสรรผลประโยชน์ส่วนใหญ่ทางชุมชนจะบริหารจัดการจัดดูแลด้วยตนเอง อบต.จะไม่เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในการจัดสรรจะมีกลุ่มที่ดูแลคลองปากปิต ซึ่งต้องนำผลการทำงานทั้งหลาย เข้ารายงานที่ประชุม ใน สภา ผู้นำดำเนินการในเรื่องนี้เป็นอย่างดี เขาจะสรรจัดเองว่าส่วนหนึ่งในหมู่บ้านเอง ที่เกี่ยวข้องแต่ลชุดที่มาเนีย หลังจากที่ได้รับค่าบริการแล้ว จะจัดสรรให้กับผู้ดูแลอย่างไร	การจัดการขยะ การจัดการขยะ อบต.เป็นส่วนหนึ่ง ที่เน้นในเรื่องของ การคัดแยกขยะ เพราะฉะนั้นการคัดแยกขยะกลุ่มจะมีการจัดการแยก ถ้าเป็นขยะที่สามารถสร้างรายได้สามารถจัดการได้เลยโดยไม่ต้องให้ทางอบต. ในส่วนเป็นเศษอาหาร ที่ย่อยสลายได้ จะติดต่อกับอบต. หากไม่ไปทำน้ำหมักเอง แต่ทำทางท่องเที่ยวสามารถต่อยอด	การจัดบันทึกเกี่ยวกับสถิติ การจัดสถิติ เป็นเรื่องการดำเนินงานของกลุ่ม ทางอบต.จะไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่เบื้องต้นเลยก็คือ ข้อมูลทางนักท่องเที่ยว ทางคุณมังกร นุชแนวดีศรี อย่างน้อยจะต้องมีการจดบันทึก ส่วนหนึ่งในเรื่องของการจัดเก็บค่าบริการซึ่งจะมีผลในการดำเนินงานของกลุ่ม

ตารางที่ 4 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านกิจกรรม

ชื่อผู้สัมภาษณ์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	แนวโน้มนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังจิตสำนึกธรรมาภิบาล	การเตรียมความพร้อมในกีให้บริหาร	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวจะมีอะไรบ้าง
<p>มังกร นุชแนวาศศิริ, (2564)</p>	<p>โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากบิตได้กำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ประกอบด้วยกิจกรรม 10 โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมรักษาสีเขียวตลอด และรักษาระบบนิเวศป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือคายัค ตลาดำหน่วยสืบค้นหาชุมชน มีแปรรูปผลิตภัณฑ์จำหน่าย แพคเกจบ้านพักโฮมสเตย์ และนวดแผนไทย ทำให้ชุมชนได้มีการตื่นตัว การรักษาสิ่งแวดล้อมชุมชน ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วม มีรายได้เพิ่มขึ้น</p>	<p>หลีกเลี่ยงการนำแก้วพลาสติก หรือถุงพลาสติกและกล่องโฟมเข้ามาใช้ แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นขยะที่จัดการยาก และเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สอดแทรกการปลูกจิตสำนึกการเป็นพลโลกที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยให้ความรู้นักท่องเที่ยวรู้จักธรรมชาติที่อยู่รอบตัวเราอย่างชัดเจน จนตระหนักและเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบจากการกระทำของตนเองที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม</p>	<p>การเตรียมความพร้อมในการบริหาร เป็นการเตรียมความพร้อมที่ไม่พร้อม ทางเราจะไปศึกษาอบรมเพิ่มเติมโครงการที่ได้งบประมาณ และไปอบรมด้วยตนเอง เปรียบเสมือนน้ำไม่เต็มแก้ว ที่หากความรู้จากที่อื่น และนำมาพัฒนาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของเรา</p>	<p>ในส่วนของปัญหาจากการดำเนินการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1. ภัยพิบัติและภัยธรรมชาติ มักจะได้รับผลกระทบทางลบ อยู่ค่อนข้างมาก ทั้งการหยุดให้บริการ การลดจำนวนนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณสุขที่อาจเกิดปัญหา เป็นต้น 2. สิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่น พื้นดิน ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	เน้นในบันทึกท่องเที่ยว มีการปลูกฝังจิตสำนึกรักธรรมชาติ	การเตรียมความพร้อมในกีฬาระเบียง	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
<p>ผู้ใหญ่วิทยาพร รัตนพงษ์, (2564)</p>	<p>1. กิจกรรม พายเรือ ปลูกป่า โกลก</p> <p>2. การจัดการขยะ พายเรือ แล้วเก็บขยะตามชายฝั่งเพื่อ ทำความสะอาดให้กับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</p> <p>3. เพิ่มเติมพื้นที่ป่า คือ กิจกรรมที่เป็นการปลูกป่าเพิ่ม ปลูกป่าโกงกางเพิ่ม</p>	<p>สร้างกิจกรรมเพื่อรักษา สภาพแวดล้อมและทรัพยากรทาง ธรรมชาติ ได้แก่ เก็บขยะใน สถานที่ท่องเที่ยว</p>	<p>การเตรียมความพร้อมในกีฬาระเบียง</p>	<p>ปัญหาที่พบในปัจจุบัน</p> <p>1. เรื่องของเรือคายัค ที่มีปริมาณที่ ไม่เพียงพอ ถ้าได้กำลังเสริมเข้ามา ช่วยเช่น เรือประมง ก็คงจะเกิดผลที่ ดี</p> <p>2. สัตว์ป่า เป็นเรื่องของเวลา คือ สัตว์ป่าส่วนใหญ่เป็นเยาวชน หาก นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในช่วงนี้ที่ เยาวชนไม่ว่าง เนื่องจากเยาวชนยัง เป็นนักเรียน อาจจะมีปัญหาสัตว์ป่า อาจจะมีจำนวนที่ไม่เพียงพอ</p> <p>3. สิ่งอำนวยความสะดวก คือ น้ำ จะ มีปัญหาบ้างในบางครั้ง เพราะต่อ น้ำประปามาใช้ยังไม่สมบูรณ์ 100 เปอร์เซ็นต์ รวมถึงปัญหาทางเข้า ตอนนี้เป็นหินคลุก ที่ยังเป็นปัญหา อยู่ในตอนนี้</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	แนวโน้มนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังจิตสำนึกที่รับผิดชอบต่อสังคม	การเตรียมความพร้อมในกีให้บริหาร	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
นางวันวิสาข์ ทุนจีน, (2564)	<p>1. การขยายเรือชมธรรมชาติ</p> <p>2. ปลูกป่า โกงกาง เป็นกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจในการปลูกป่า สามารถที่จะปลูกป่า โกงกางเพิ่มเติมได้ ถือเป็น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ชัดเจน</p> <p>3. การดูหอย การเกาะหอยนางรม ทางธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่เป็นป่าโกงกาง ก็จะมีหอยนางรมที่เข้ามาอาศัยอยู่ ส่วนนี้เป็นการท่องเที่ยวที่ภายใต้ ที่กำลังคิดค้นที่จะเกิดขึ้นให้ได้</p> <p>จากที่มีการปลูกต้นไม้แล้ว ก็รวมถึงการเกาะหอยบ้าง สามารถที่จะได้รับประทานอาหารที่สดใหม่</p>	<p>การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม การปลูกจิตสำนึก รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งเหล่านี้ยังอยู่เสมอ จะพูดคุยในเรื่องการอนุรักษ์เชิงภาพรวมว่าทุกเส้นทางของการท่องเที่ยว คือ โซนพื้นที่ของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเด็ด อย่างไม่ทำลาย</p>	<p>การเตรียมความพร้อมในการบริหารที่ชัดเจน เป็นการบริหารที่เหมาะสม แต่อาจจะต้องใช้เวลาในการปรับการบริหารจัดการ เพื่อให้เป็นการเป็นความสมบูรณ์แบบมากขึ้น</p>	-

ชื่อผู้สัมภาษณ์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	เน้นในนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังจิตสำนึกกิจกรรมชาติ	การเตรียมความพร้อมในกีฬารบริหาร	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
<p>นายธนรัตน์ ภิโสธมย์, (2564)</p>	<p>กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กิจกรรมเด่น คือ การพายเรือคายัค ชมธรรมชาติสองฝั่งคลอง ในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ การออกไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ว่าที่นิสิตอะไรบ้าง เช่น การไปออกบูธงานอีเวนต์ต่างๆ การไปนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่ดังของที่นี่ ก็คือ ฝั่มด้อยอม ที่ทำจากไม้ไผ่กาง เป็นการใช้ย้อมจากสีธรรมชาติ โดยไม่ใช้สารเคมีใดๆทั้งสิ้น มีการนำเปลือกโง่งการที่แห้งแล้วคลองปากปิดขึ้นมา เพื่อเป็นการชู</p>	<p>การปลูกฝังจิตสำนึกกิจกรรมชาติที่คลองปากปิติมกิจกรรมพายเรือ นักท่องเที่ยว รวมถึงเยาวชน พายเรือเจอบุขะก็เก็บนำมาทำ โดยการเล่นนักท่องเที่ยวฟังก่อนว่าขยะมาจากไหน ขยะจะถูกพัฒนาจากทะเล นักท่องเที่ยวก็ให้ความร่วมมือกันอย่างดี</p>	<p>การเตรียมความพร้อมในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิติมจะมีแพจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิติมสามารถติดตามความเคลื่อนไหว ติดตามสอบถาม ได้จากทางเพจ อย่างเช่น วันนี้ตลาดประชารัฐเปิดใหม่ ทางเพจก็จะแจ้งข้อมูลอยู่ตลอด ส่วนใหญ่จะติดต่อจากทางผู้นำชมรมชาติจำนวนมาก ติดต่อสอบถามอะไรบ้าง จะพายเรือหรือไม่ ก่อนจะทำกิจกรรมแต่ละครั้งทางเราจะอธิบายข้อมูลในส่วนของคุณคลองปากปิติมก่อนเสมอ ในส่วนของโฮมสเตย์ ห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิติม ยังไม่มีโฮมสเตย์มากเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ทางเราได้สนับสนุนการท่องเที่ยว โดย</p>	<p>ปัญหาในส่วนท่องเที่ยวเองไปถึงเรื่องการบริหารจัดการ เรื่อง เรือคายัค ตอนนี้มีจำนวนไม่เพียงพอ หากนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ในส่วนของเรือคายัคจะไม่เพียงพอ จึงอยากให้หมู่บ้านบริหารจัดการด้วยตนเอง โดยไม่ต้องรอนงบประมาณจากส่วนราชการ อย่างเช่น รอให้ซื้ออุปกรณ์เพิ่ม มองว่าชุมชนสามารถทำได้ และมีศักยภาพมากเพียงพอกับนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอนแต่ถ้านักท่องเที่ยวมา 1 ปี 2 ปี ก็จะไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยว</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	เน้นในนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังจิตสำนึกภักธรรมาติ	การเตรียมความพร้อมในกีให้บริหาร	ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง
นางปิยะธิดา หฤทัยน้อย, (2564)	สถานที่ท่องเที่ยว คลองปาก บิตมีตัน โกงกางเป็นจำนวนมาก จึงเป็นจุดเด่นอีกจุดเด่น หนึ่ง ตอนนี้ค่อนข้างจะมี ชื่อเสียง	นักท่องเที่ยวจะให้ความร่วม หรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว แต่ทางเราไม่ได้ให้นักท่องเที่ยว สนุกอย่างเดียว แต่จะมีการแทรก บอกกล่าวให้กับนักท่องเที่ยวใน เรื่องของการเก็บขยะ เนื่องจาก ขยะผลัดฟุ้งมาจากทะเล จึงปลูก จิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว	จะมีการตรวจสอบว่ามีคุณสมบัติเพียงพอ ไหมที่จะเป็นโฮมสเตย์	ปัญหาที่พบ 1. นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก จะ ก่อให้เกิดขยะ ปัญหาขยะตามมา ทันที ทางเราก็ไม่สามารถบอก นักท่องเที่ยวทุกคน ทุกคณะได้ ที่จะ ให้คัดแยกขยะในขณะนั้นเลย ซึ่ง เป็นไปได้ยากอย่างแน่นอน

ตารางที่ 5 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วม

ชื่อผู้สัมภาษณ์	การท่องเที่ยวที่ผ่านมา ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการหรือไม่อย่างไร	กิจกรรมที่ผ่านมา ท่านได้มีส่วนร่วมในทำเนียบกิจกรรมหรือไม่	ทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวหรือไม่
<p>มังกร นุชแนวาศศิริ, (2564)</p>	<p>เริ่มตั้งแต่ปีที่แม่น้ำท่วมหนักปี 2560 โดยนำได้พบปะทำสถานที่เสียหายอย่างมาก ทำให้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่นั้น โดยนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ แต่ยังไม่มีการวางแผนจัดการที่เหมาะสมจึงร่วมช่วยกันของคนในชุมชน ฟันฟูสภาพแวดล้อมซึ่งจะเป็นวิธีการที่จะทำนุบำรุงและปรับปรุงสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น</p>	<p>ทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการจัดกิจกรรม เข้าร่วมทุกกิจกรรม และยังสรรหากิจกรรมภายนอก เพื่อมาใช้ในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน</p>	<p>ชุมชนได้มีการดำเนินการในเรื่องของการเตรียมความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยว หากมองว่าองค์กรที่เข้าไปทำงานร่วมกับชาวบ้านและองค์กรชาวบ้าน จึงมีพันธะสัญญาในการทำงานร่วมกันสร้างจุดมุ่งหมายในการทำงานร่วมกัน และร่วมกันทำงาน ซึ่งกระบวนการทำงานในการเตรียมความพร้อมชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวมี ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่กำหนดทิศทางงาน 2. การวางแผน เพื่อเตรียมความพร้อมชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน 4. การติดตามและประเมินผล เป็นการติดตามประเมินผลทั้งในด้านกิจกรรมและการทำงานในภาพรวม

ชื่อผู้สัมภาษณ์	การท่องเที่ยวที่ผ่านมา ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการหรือไม่อย่างไร	กิจกรรมที่ผ่านมา ท่านได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือไม่	ทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวหรือไม่
<p>ผู้ใหญ่ประวิทย์ รัตนพงษ์, (2564)</p>	<p>มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มเอานำคน และเครื่องจักร อย่างเช่น แม็คโคร รถไถ่ เพื่อใช้ในการปรับพื้นที่และ ป่า เริ่มตั้งแต่ก่อตั้งปี 2560</p>	<p>-</p>	<p>การมีส่วนร่วมจะให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งเป็นไป ได้ยาก แต่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวในชุมชนมีส่วนร่วม แต่จะมี บางกลุ่มที่ไม่รู้เรื่องในการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเลยก็มี อีกทั้งคนจากพื้นที่ ต่างๆ เข้ามาช่วยในการทำกิจกรรมหลากหลาย อย่างเช่น ภาครัฐช่วย</p>
<p>นางวันวิสาข์ หุ่นจีน, (2564)</p>	<p>การจัดการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในฐานะภาคเอกชน มี ส่วนร่วมในส่วนของ การสนับสนุน การพัฒนาระดับ แหล่งท่องเที่ยว โดยการทำชุมชนเข้มแข็ง ฉะนั้นสิ่งที่ ภาคเอกชนอย่างสนับสนุนได้ ก็คือ การบริหารจัดการ สร้างเพิ่มเติม อาทิเช่น ศาลา ที่พัก ที่เป็นที่จัดการอยู่ ทั้งหมดในปัจจุบัน</p>	<p>เข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนการ จัดการ กระบวนการท่องเที่ยว การ ทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ดึงภาคี เครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วม และที่ สำคัญภาคเอกชนเป็นที่ปรึกษา ส่วน หนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ หมู่บ้านนวัตกรรม</p>	<p>การมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน ชุมชนจะมีส่วนร่วม เพียงบางกลุ่ม เป็นเรื่องปกติของในชุมชน 1 ชุมชน มักจะมีคนอยู่ 3 ประเภท การท่องเที่ยวคลองปากปิดก็ เช่นนั้นเหมือนกัน 1. ประเภทแรก 20% จิตอาสา คนเหล่านี้อยากทำดี เพื่อทุกคนเสมอ คนเหล่านี้เห็นคนทำดีแล้วอยากทำดี ด้วย คนเหล่านี้คือนักจัดการที่ดี เป็นนักการชุมชน 2. ประเภทสอง 40 % ดีเอาด้วย ช่วยอวยหลัง 3. ประเภทสาม 40 % ดีก็ไม่เอาด้วย ไม่ได้ก็ไม่เอา ฉะนั้นวันนี้ชุมชนท่องเที่ยวไม่ว่าจะหมู่บ้านไหนก็ตาม</p>

ชื่อผู้สัมภาษณ์	การท่องเที่ยวที่ผ่านมา ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการหรือไม่อย่างไร	กิจกรรมที่ผ่านมา ท่านได้มีส่วนร่วมในดำเนินงานหรือไม่	ทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวหรือไม่
นายชนรัตน์ ภิโสรัมย์, (2564)	การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว หากมีกรุ๊ปทัวร์มาลง ทางพัฒนาชุมชนจะนำเต้นท์มาอำนวยความสะดวก เพื่อจัดสินค้า OTOP โมบาย เกิดกระบวนการเป็นสัดส่วน ทุกคนอยู่แต่ละเต็นท์ เป็นการขายสินค้าประชาชนที่ OTOP ที่แท้จริง จะทำให้การจำหน่ายสินค้าที่ไม่มีความน่าเบื่อ	ในส่วนนี้หากมีนักท่องเที่ยวหรือกรุ๊ปทัวร์คณะติดต่อมาทางพัฒนาชุมชนโดยตรง จะมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวท่องเที่ยว ชุมชนนวัตกรรมวิถี ทางสายฝ่ายท่า ม้าร้อง ที่จะดูการท่องเที่ยว แต่ว่าถ้ามีการดูงานด้านอื่นด้วย ทางพัฒนาชุมชนก็จะดูแลด้านอื่นๆ ไปด้วย	มักจะได้มีคนประเภท 20 เป็นหัวใจที่ 1 และได้คนประเภท 40 เหล่านี้ เมื่อทำดี เห็นดี เป็นหัวใจ ที่ 2 การให้ความมีส่วนร่วมในชุมชน คนในชุมชนเป็นคนน่ารัก ทุกคนมีรอยยิ้มกับการบริการนักท่องเที่ยว อย่างเช่น คุณมังกร นุชแนวศิริ จะมีคำพูดที่ว่าน่าฟัง หากได้ฟัง แล้วรู้สึกประทับใจ ทุกคนให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างดีมาก
นางปิยะธิดา หนีบุญน้อย, (2564)	ในส่วนการมีส่วนร่วมในการจัดการที่ผ่านมา จะให้ส่วนร่วมเรื่องแนวคิด เป็นที่ปรึกษาในการเขียนโครงการ ในเรื่องของ การดำเนิน การของกลุ่ม เพื่อที่ขอรับงบประมาณสนับสนุน	-	ชุมชนมีส่วนร่วมไม่ว่าจะทางตรง ทางอ้อม การขับเคลื่อนถ้าพวกเขาเห็นว่าเกิดประโยชน์ยังส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้เรียนรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ และการกระจายรายได้จากท่องเที่ยวสู่คนทุกกลุ่มในชุมชนอย่างเป็นธรรม พวกเขาจะมาให้ส่วนร่วมกันเอง เบื้องต้นเลยต้องสร้างให้พวกเขาเห็นว่า สิ่งที่จะทำนั้นเดินไปด้วยความอยู่รอด

**ตอนที่ 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิด อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

จากการรวบรวมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงจำนวน 7 คน ได้แก่ จากการเก็บรวบรวมพบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมี ดังนี้

ตารางที่ 6 ชื่อผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ชื่อผู้ประกอบการ	สินค้า/บริการ
นายมังกร ชุนเนวดีศรี	แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พายเรือคายัค)
นางอังศณา มะหะหมัด	ผ้ามัดย้อม(สีธรรมชาติ)
นางกัญพมาศ น่วมพรม	หอยเสียบดอง
นางพวงรัตน์ ชูจันทร์	กระเป๋าผ้าลดโลกร้อน
นายสุรชัย ยี่ละหมัด	โฮมสเตย์
นางสำลี เพ็ชรมณี	นวดแผนไทย
นางสนภา ทองงาม	น้ำพริกแกง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พายเรือคายัค) ในปีพ.ศ. 2560 เกิดน้ำท่วมใหญ่ที่อำเภอบางสะพาน เกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก หลังน้ำท่วมทำให้ชาวบ้านได้เข้าไปสำรวจคลองปากปิด และพบว่าคลองปากปิดนั้นมีความสวยงาม มีทั้งสันทรายมีเกาะทะเลเล็ก ชาวบ้านจึงร่วมมือสามัคคีกันจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวขึ้น จึงเห็นว่ากิจกรรมพายเรือเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมทางน้ำ เพื่อเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน พาหนะที่ใช้เป็นเรือคายัค (kayak) เพราะมีความกะทัดรัด น้ำหนักเบา สามารถเคลื่อนย้ายสะดวกสบาย ตัวเรือเป็นไฟเบอร์หากชำรุดสามารถซ่อมแซมได้ง่าย และมีสีสวยสวยงาม จากเส้นทางทำกิจกรรมพายเรือคายัค เพื่อแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศจากลำคลองไปสู่ทะเล แหล่งสร้างรายได้เสริม อีกทั้งนักท่องเที่ยวประทับใจมาก เนื่องจากระยะทางไม่ไกลมาก ตามเส้นทางมีความสวยงามเหมาะสมกับการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน และ

พันธุ์สัตว์ที่พบ ได้แก่ สัตว์ที่อาศัยอยู่บนต้นไม้ ได้แก่ แสม นกอพยพตามฤดูกาล และนกประจำถิ่น สัตว์ที่อาศัยอยู่ในดินเลน ได้แก่ กุ้ง ปู แสม หอยนางรม และยังมีกิจกรรมเก็บขยะในลำคลองสำหรับนักท่องเที่ยวสนใจหรือไม่จะนำเยาวชนเข้ามาส่วนร่วม ล่องเรือเก็บขยะที่พัฒมาจากทะเลกิจกรรมทางน้ำเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนเป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ใหม่ กระตุ้นการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ โดยการพายเรือคายัคตามธรรมชาติในระบบนิเวศป่าชายเลนในเส้นทางเรือจากคลองปากปิดไปยังสู่ทะเลที่มีสันทราย สองฝั่งคลองมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เหมาะกับการทำกิจกรรมทางน้ำ และการบริการที่ประทับใจของเจ้าหน้าที่

ทั้งนี้ยังการจัดกิจกรรมพายเรือคายัค นำไปสู่การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจึงสามารถเปิดโอกาสให้กับชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จัดการทรัพยากรในแบบอนุรักษ์ให้มีความยั่งยืน

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของมัดย้อม (สีธรรมชาติ) หมู่บ้านมีพื้นที่ป่าชายเลน จึงค้นพบภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนป่าชายเลนที่มีการย้อมผ้าจากเปลือกโกงกาง จึงนำมาทดลองและใช้เป็นกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ใต้องค์ความรู้ด้านการย้อมสีธรรมชาติ จากไม้โกงกางเป็นหลัก โดยที่มีทีมการทำงานที่รู้อายุของต้นโกงกางชำนาญพื้นที่สามารถเข้าไปตัดไม้โกงกางเป็นชิ้นเล็ก ๆ เพื่อที่ว่าในพื้นที่อนุรักษ์จึงต้องถนอมต้นโกงกางไว้ ต้นโกงกางสามารถคืนสมานแผลได้ระยะเวลา 3 เดือน ส่วนตัวผ้าที่ใช้ในการทำมัดย้อมหลักเลยจะใช้ผ้าเส้นใยธรรมชาติ ผ้าคอนตอนหรือผ้าฝ้าย โดยมีแผนดำเนินการครอบคลุมเรื่องเรื่องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำระบบแต้มสี และพัฒนาลวดลายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย และน่าสนใจตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความคิดที่ว่า “มีผ้าฝ้ายเดียวในโลก ชิ้นเดียว ผ้าใครก็เป็นลายมือคนนั้น” ใส่ใจความเป็นสายเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ จะไม่มีการใช้สารเคมีปนเปื้อน งานย้อมทำจากสิ่งธรรมชาติทั้งหมด สิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ พบว่า การสร้างเอกลักษณ์ให้มีความเด่น ปรับสี ปรับลาย ให้รู้ถึงกับสถานที่ที่นักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการสอนเทคนิคการทำผ้ามัดย้อม มาประกอบกับการออกแบบลายให้เกิดความสวยงาม เช่น ลายแมงกะพรุน ก้นหอย การเก็บลาย อังศณา มะหะหมัด, (2564) กล่าวว่า “สอนเทคนิคการวางลายให้ดูว่าเป็นยังไง สีสามารถปรับยังงัยอีก และให้เหมือนว่าที่นักท่องเที่ยวมาเรียนรู้กับเราทางเรามีต้นโกงกาง หากนักท่องเที่ยวกลับบ้านของตนเอง เจอพืชชนิดอื่น นักท่องเที่ยวสามารถทำจากพืชชนิดอื่นได้” จากที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และปฏิบัติทำผ้าของตนเอง ทางคุณอังศณา มะหะหมัดยังมีบริการหลังการขายให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ที่ซื้อผ้า “จะแจ้งให้กับนักท่องเที่ยวทราบ ถ้าผ้าสีจางลงให้ส่งกลับมา ทางเราจะย้อมสีให้ใหม่” เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อีกครั้ง จึงเป็นการพัฒนาต่อยอดจัดทำธุรกิจสร้างรายได้ใหม่ให้ชุมชนเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งอาจจะมีผู้ประกอบการออกแบบและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมรายใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่างานที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของตลาดเป็นการสร้างได้ชุมชนอีกด้วย

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของหอยเสียบดอง เริ่มจากทำกิจกรรมชุดหอยเสียบ หอยที่ชาวประมง ชาวบ้านในพื้นที่ หาตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งหาได้บริเวณหาดทราย ลักษณะของหอยเสียบขนาดตัวสมบูรณ์มีความกว้างของเปลือกหอยประมาณ 2 เซนติเมตร ถึง 2.5 เซนติเมตร เปลือกหอยมีสีเหลืองบริเวณปากมีสีเหลืองปนเขียว จะฝังอยู่ที่พื้นทรายไม่ลึกมาก โดยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ทีละหลายๆตัว จึงพบมากบริเวณหาดทราย บริเวณชายฝั่งทะเล เนื่องจากหอยเสียบมีเนื้อน้อย แต่ก็ได้รับความอย่างมาก ชาวบ้านจะนิยมแปรรูปเป็นหอยเสียบเสียบดอง เพื่อใช้รับประทานอาหารเป็นกับข้าว เป็นการถนอมอาหารอย่างหนึ่ง ที่อุดมไปด้วยไอโอดีน สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จึงนำไปของฝากจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ปราศจากสารเคมี สามารถนำไปปรุงอาหารชนิดอื่นๆได้อีก เช่น หอยเสียบผัดพริกเผา หอยเสียบผัดกระเพรา หอยเสียบดองน้ำปลา เป็นต้น นี่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่สร้างรายได้ให้คนในชุมชนอย่างยาวนาน ถือว่าเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ดีทีเดียว

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มของกระเป๋าผ้าลดโลกร้อน (กระเป๋าผ้า หัตถถนอวิถี) เนื่องจากปัจจุบันเกิดภาวะโลกร้อน ส่วนหนึ่งมาจากการใช้พลาสติกซึ่งย่อยสลายยาก ถุงพลาสติกเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ทุกวันนี้หลายคนจึงเริ่มลดใช้ถุงพลาสติกกันมากขึ้น พร้อมหันมาใช้ถุงผ้าหรือกระเป๋าผ้าแทน จึงได้มีการทำกระเป๋าผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติก ปัจจุบันพบว่า มีการคิดทำรูปแบบของลวดลายของกระเป๋า มีความทันสมัยขึ้นให้เข้ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพื่อให้มีจุดเด่น ความวิจิตรงดงาม ประณีต การออกแบบลวดลายและสีสันทันของกระเป๋าผ้ามีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นๆ จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การทำกระเป๋าผ้า ที่เป็นความทันสมัย ความสวยงาม สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีแผนดำเนินการเสริมสร้างให้มีระบบขายตรงผู้ผลิตถึงมือผู้ซื้อ โดยการขายตรง ขายผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ขายตรงผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับความสะดวก และเพื่อไม่ให้ผู้ซื้อได้ราคาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และสร้างให้มีการจำหน่ายที่กลุ่มผลิต โดยอาศัยแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด จัดวางผลิตภัณฑ์ เพื่อหากนักท่องเที่ยวที่มาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะได้มีสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้เองหรือนำไปเป็นของฝากที่ระลึกได้ตามต้องการ

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มของโฮมสเตย์ เริ่มจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ให้ความสำคัญ ในมุมมองของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ

1. มุมมองของนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวต้องทำความเข้าใจก่อน การพักโฮมสเตย์ไม่ใช่การพักโรงแรมหรือรีสอร์ท จากที่ผู้ประกอบการเคยสัมผัสในบางกลุ่ม นักท่องเที่ยวบางท่านยังไม่เข้าใจคำว่า โฮมสเตย์ ยังติดภาพลักษณ์ของโรงแรมหรือรีสอร์ท แต่ทางกลับกันรู้ว่าโฮมสเตย์ต้องอยู่ในรูปแบบไหน จะไม่มีการเปรียบเทียบระหว่างโฮมสเตย์กับโรงแรม โฮมสเตย์ ก็คือวิถีของบ้านในบริบทของบ้านแต่ละหลัง

2. มุมมองของเจ้าบ้าน : เจ้าบ้านมีหน้าที่จะทำให้แขกที่มาพักรู้สึกประทับใจ

1. ความสะอาด 2. ความปลอดภัย 3. วิถีในบริบทของชาวเล

ปัจจุบันด้วยกระแสการท่องเที่ยวแบบอิงกับวิถีชุมชนกำลังเติบโต ได้เปิดโอกาสธุรกิจโฮมสเตย์ ได้รับความนิยมนมากขึ้น และให้ความเป็นชุมชนในการต่อยอดเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่การท่องเที่ยวชุมชน สิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวพบว่า ทางผู้ประกอบการโฮมสเตย์จะใส่ใจเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย มิตรภาพความเป็นเจ้าบ้าน วิถีในบริบทของตนเอง ทางนักท่องเที่ยวก็สามารถนำไปบอกต่อปากต่อปากในกลุ่มผู้คนที่หลากหลาย ซึ่งระหว่างเจ้าบ้านกับแขกที่มาพัก จึงเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนมีการดำเนินวิถีชีวิตวัฒนธรรม และประเพณี อาหารประจำถิ่น โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนเป็นหลัก เน้นความเรียบง่าย ที่สำคัญคือการอภัยภัยไมตรีที่มีต่อแขกที่มาพักแรม ธุรกิจโฮมสเตย์จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเติมเต็ม ให้กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความสมบูรณ์ แข็งแรงและมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

6. การสร้างมูลค่าเพิ่มของนวดแผนไทย ส่วนการดำเนินงานของกลุ่มนวดไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ด้วยวิธีการนวดการคลึง การบีบ การการดึงประคบ การอบ ตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจ กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และนำความประทับใจเหล่านั้นไปบอกต่อยังกลุ่มอื่นๆ ต่อไป นอกจากนี้นวดแผนไทยยังมีพื้นที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยบริการให้กับลูกค้าที่ว่างจากการทำกิจกรรมหรือไม่ได้ร่วมกิจกรรมก็สามารถมานวดแผนไทยโดยนำภูมิปัญญา มาตรฐาน เอกลักษณ์ของวัฒนธรรม และชื่อเสียงการนวดของไทย ซึ่งเปรียบเสมือนรสสัมผัสที่สามารถรับรู้ผ่านการนวดโดยฝีมือเท่านั้น สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในธุรกิจบริการนวดแผนไทย ได้แก่ นวดเพื่อสุขภาพ สปา เป็นต้น

7. การสร้างมูลค่าเพิ่มของน้ำพริกแกง ด้วยมองว่า “น้ำพริกแกงป่าแจ็ด” ฝีมือของกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่สามารถจะเพิ่มมูลค่าได้ เนื่องจากขั้นตอนวิธีการทำคุณภาพของวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ตลอดจนทั้งรสชาติที่ได้มาตรฐาน อาหารไทยนึกถึงที่ไรก็ไม่วันเบื่อ นึกแต่อยากจะได้รับประทานทุกที อาหารไทยเป็นอาหารที่มีมนต์เสน่ห์มากๆ เพราะด้วยวิถีกรรมวิธี ขั้นตอน วัตถุดิบต่างๆ ล้วนแล้วแต่ต้องมีชั้น มีตอน และลดขั้นตอน ลดส่วนผสม แต่ละเมนูนั้นล้วนสามารถใช้ น้ำพริกแกงของป่าแจ็ด พริกแกงบางสะพาน อย่างเช่น แกงมัสมั่นเนื้อ แกงเผ็ดเป็ดย่าง แกงกระหรี่ไก่ ห่อหมกปลาอินทรี เป็นต้น พบว่าน้ำพริกแกงป่าแจ็ดที่แสดงเอกลักษณ์ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน เนื่องจากมีรสชาติถูกปากคนบางสะพาน รสเผ็ดร้อนมาจากพริกสด พริกแห้ง พริกขี้หนู มีสีส้มสวยงาม มีความสดใหม่ ไม่เสีย ไม่บูดง่าย มีส่วนประกอบหลากหลายชนิดที่มีคุณประโยชน์ทางโภชนาการ และป้องกันโรคร้ายต่างๆ ได้ด้วย อาทิ ข้าว ตะไคร้ ใบมะกรูด กระชาย พริก กระเทียม ตะไคร้ และหอมแดง พริกแกง เป็นวัตถุดิบที่สำคัญอย่างมากในการปรุงอาหาร ซึ่งสามารถนำไปปรุงอาหารได้มากมายหลายประเภท เช่น แกง ผัด และอื่นๆ โดยมีพริกเป็นส่วนประกอบหลัก นอกจากนี้ น้ำพริกแกงยังเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับความนิยมในการบริโภค และมีแนวคิดดำเนินโครงการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์น้ำพริกป่าแจ็ด ด้วยมุ่งประเด็นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะมองว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายสินค้า และจึงนำมาเป็นของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยไม่มีค่าติของลูกค้า ลูกค้าชอบ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวอำเภอบางสะพาน จากต่างถิ่นจะ ถ้ามถึงน้ำพริกเครื่องแกงป่าแจ็ดอยู่เสมอ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	91	36.40
2. หญิง	159	63.60
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าสองในสาม (คิดเป็นร้อยละ 63.6) เป็นเพศหญิง เนื่องจาก นักท่องเที่ยวผู้หญิงมักชอบที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ทางแหล่งท่องเที่ยวจัดกิจกรรม โดยธรรมชาติผู้หญิงชอบพบปะเพื่อนชอบเจอจากพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้น ในการเก็บข้อมูลซึ่งมักเก็บข้อมูลในช่วงการจัดกิจกรรมกรุ๊ปทัวร์ของนักท่องเที่ยวจึงมีโอกาสและได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. 20 ปีหรือต่ำกว่า	53	21.20
2. 21-30 ปี	96	38.40
3. 31-40 ปี	52	20.80
4. 41-50 ปี	33	13.20
5. 51 ปีขึ้นไป	16	6.40
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงอายุของนักท่องเที่ยวเกือบหนึ่งในสาม มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (คิดเป็นร้อยละ 38.4) พบว่า ที่สามารถช่วยเหลือดูแลตนเองได้ดี และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยจึงสามารถทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 21-30 ปี สามารถทำความเข้าใจในการกรอกข้อมูลแบบสอบถามได้

ตารางที่ 9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช	68	27.20
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส	64	25.60
3.ปริญญาตรี	98	39.20
4. สูงกว่าปริญญาตรี	20	8.00
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงถึงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (คิดเป็นร้อยละ 39.2) อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับโอกาสในการศึกษา เพราะ การศึกษาของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมฐานะทางสังคม จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ดี แต่เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้ด้วย จึงมีโอกาสนในการศึกษามากกว่า ดังนั้นในการศึกษาของนักท่องเที่ยวบางส่วนจึงมีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 8.0)

ตารางที่ 10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	154	61.60
2. สมรส	96	38.40
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงสถานภาพของนักท่องเที่ยว (คิดเป็นร้อยละ 61.6) มีสถานภาพโสด พบว่าการเป็นโสด จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในช่วงแสวงหาแรงบันดาลใจในการกระทำสิ่งต่างๆ และต้องการพักผ่อนจากการทำงานที่เคร่งครัดในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 5,000 บาท	58	23.20
2. 5,001-10,000 บาท	50	20.00
3. 10,001-15,000 บาท	56	22.40
4. 15,000 บาทขึ้นไป	72	28.80
รวม	236	94.40
Missing	14	5.60
รวม	250	100.00

จากตารางรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 28.8) มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป พบว่า นักท่องเที่ยว มีโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น เพราะ นักท่องเที่ยวยังมีประสิทธิภาพในการทำงาน จึงหาเวลาว่างไปเที่ยวพักผ่อนหรือศึกษาดูงาน ที่ไม่มีรายได้หรือไม่ตอบแบบสอบถาม Missing (คิดเป็นร้อยละ 5.6) พบว่า นักท่องเที่ยวยังเป็นเยาวชนที่ไม่มีรายได้

ตารางที่ 12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. นักเรียน/นักศึกษา	83	33.20
2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	20.00
3. พนักงานบริษัทเอกชน	37	14.80
4. ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	40	16.00
5. รับจ้าง	22	8.80
6. อื่นๆ	18	7.20
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว (คิดเป็นร้อยละ 33.2) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเยาวชนและวัยรุ่น จึงหาเวลาว่างมาเพื่อพักผ่อน หรือทำกิจกรรมเพื่อออกกำลังกาย อย่างเช่น พายเรือคายัค อีกทั้งปัจจุบันมักนิยมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น ก็เริ่มจากกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

**ตอนที่ 4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศ์ประศาสน์
อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สรุปได้ผลดังนี้

ตารางที่ 13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	148	59.20
2. เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	42	16.80
3. เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	60	24.00
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (คิดเป็นร้อยละ 59.20) รองลงมา คือ เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (คิดเป็นร้อยละ 24) และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (คิดเป็นร้อยละ 16.80)

ตารางที่ 14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด	จำนวน	ร้อยละ
1. ครอบครัว	113	45.20
2. เพื่อน	78	31.20
3. หมู่คณะ / หน่วยงาน	59	23.60
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว (คิดเป็นร้อยละ 45.20) รองลงมา คือ เพื่อน (คิดเป็นร้อยละ 31.20) และหมู่คณะ (คิดเป็นร้อยละ 23.60)

ตารางที่ 15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-3 คน	73	29.20
2. 4-6 คน	96	38.40
3. 7- 9 คน	30	12.00
4. 10 คนขึ้นไป	51	20.40
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 4-6 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.40) รองลงมา คือ จำนวน 1-3 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.20) จำนวน 10 คนขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 20.40) และจำนวน 7-9 คน (คิดเป็นร้อยละ 12)

ตารางที่ 16 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงวันเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วันจันทร์-ศุกร์	33	13.20
2. เสาร์-อาทิตย์	151	60.40
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล	66	26.40
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงช่วงวันเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากวันเสาร์เป็นวันหยุด และจะมีตลาดประรัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาวันเสาร์ (คิดเป็นร้อยละ 60.40) รองลงมา วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล (คิดเป็นร้อยละ 26.40) และวันจันทร์-ศุกร์ (คิดเป็นร้อยละ 13.20)

ตารางที่ 17 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้การประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ครอบครัว	52	20.80
2. เพื่อน	79	31.60
3. รายการโทรทัศน์	16	6.40
4. อินเทอร์เน็ต	31	12.40
5. โซเชียล เช่น Line Facebook เป็นต้น	66	26.40
6. อื่นๆ	6	2.400
รวม	250	100.00

จากตารางการแสดงผลแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากเพื่อน ทำให้การตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด (คิดเป็นร้อยละ 31.60) รองลงมา คือ โซเชียล เช่น Line Facebook เป็นต้น ครอบครัว (คิดเป็นร้อยละ 20.80) อินเทอร์เน็ต (คิดเป็นร้อยละ 12.40) รายการโทรทัศน์ (คิดเป็นร้อยละ 6.40) และอื่นๆ (คิดเป็นร้อยละ 2.40)

ตารางที่ 18 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ

การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	จำนวน	ร้อยละ
1. รถจักรยานยนต์	68	27.20
2. รถยนต์ส่วนตัว	124	49.60
3. รถโดยสารประจำทาง	11	4.40
4. บริษัทนำทัวร์	36	14.40
5. อื่นๆ	11	4.40
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 49.60) เนื่องจากให้ความสะดวกสบายในการเดินทาง รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ (คิดเป็นร้อยละ 27.20) บริษัทนำทัวร์ (คิดเป็นร้อยละ 14.40) รถโดยสารประจำทางและอื่นๆ (คิดเป็นร้อยละ 4.40) ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ตารางที่ 19 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่การเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ก็ครั้ง

ความถี่การเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	97	38.80
2. 2 ครั้ง	44	17.60
3. 3 ครั้ง	29	11.60
4. 4 ครั้งขึ้นไป	80	32.00
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงความถี่การเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 1 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 38.8) ซึ่งเป็นครั้งแรกของนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ 4 ครั้งขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 32) เพราะ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่ชอบในการทำกิจกรรม 2 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 17.60) และ 3 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 11.60)

ตารางที่ 20 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คนประมาณเท่าไร	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 500 บาท	121	48.40
2. 501-1,000 บาท	80	32.00
3. 1,001-1,500 บาท	16	6.40
4. มากกว่า 1,500 บาท	33	13.20
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาห้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ต่ำกว่า 500 บาท (คิดเป็นร้อยละ 48.40) เนื่องจากจะเป็นคนในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ จึงไม่ค่อยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากนัก รองลงมา คือ 501-1,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 32.00) มากกว่า 1,500 บาท (คิดเป็นร้อยละ 13.20) และ 1,001-1,500 บาท (คิดเป็นร้อยละ 6.40)

ตารางที่ 21 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อของผู้ประกอบการชุมชนในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำพริกแกง	17	6.80
2. หอยเสียบดอง,ปลากรอบ จากชาวประมง	52	20.80
3. กระเป๋าค่า หัตถถนวัตวิถี	34	13.60
4. ผ้ามัดย้อม จากเปลือกโกกทาง	84	33.60
5. อื่นๆ	63	25.20
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ สนใจผ้ามัดย้อม ที่ทำจากเปลือกโกกทาง (คิดเป็นร้อยละ 33.60) เนื่องจากเป็นการทำจากธรรมชาติ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รองลงมา คือ อื่นๆ (คิดเป็นร้อยละ 25.20) เช่น อาหาร ขนม น้ำ เป็นต้น หอยเสียบดอง,ปลากรอบ จากชาวประมง (คิดเป็นร้อยละ 20.80) กระเป๋าค่า หัตถถนวัตวิถี (คิดเป็นร้อยละ 13.60) และน้ำพริกแกง (คิดเป็นร้อยละ 6.80)

ตารางที่ 22 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดที่ว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดอีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี

ความคิดที่ว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กี่ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	97	38.80
2. 2 ครั้ง	44	17.60
3. 3 ครั้ง	29	11.60
4. 4 ครั้งขึ้นไป	80	32.00
รวม	250	100.00

จากตารางแสดงคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดอีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 1 ครั้ง ภายใน 1 ปี (คิดเป็นร้อยละ 38.80) รองลงมา คือ 4 ครั้งขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 32) 2 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 17.60) และ 3 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 11.60)

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดใน
ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 23 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนใน
ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น	4.16	0.76	มาก
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ เป็นต้น	3.90	0.80	มาก
3. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ไร่กลองยาว 4 พี่น้อง	3.83	0.83	มาก
4. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	3.98	0.81	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวคลองปิดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	3.90	0.78	มาก
รวม	3.95	0.79	มาก

ผลการศึกษการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนอยู่ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95, S.D. = 0.590$) เพราะ ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายสู่ธรรมชาติ อันดับแรก คือ มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค การทำผ้ามัดย้อม จากเปลืองโง้งตามธรรมชาติ ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น รองลงมา คุณภาพโดยรวมของ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บ้ายบอกทาง บ้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง อันดับสุดท้ายคือ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พื้น้อง

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดในด้านบริการ

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในด้านบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ด้านบริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ	3.86	0.83	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรมโฮมสเตย์ไว้รองรับเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.88	0.83	มาก
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	3.95	0.78	มาก
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.85	0.82	มาก
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด	3.81	0.79	มาก
รวม	3.87	0.81	มาก

ผลการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านบริการ พบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนอยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87, S.D. = 0.612$) เพราะ ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดได้ให้ความสนใจ ในด้านบริการ และสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว โดยมีประเด็นอยู่ในระดับมาก อันดับแรกมีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ไว้รองรับเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ และการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย อันดับสุดท้ายคือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดใน ด้านบุคลากร

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนใน
ด้านบุคลากรสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.07	0.79	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.06	0.81	มาก
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.22	0.70	มากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม	4.10	0.78	มาก
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.24	0.72	มากที่สุด
รวม	4.14	0.91	มาก

ผลการศึกษการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านบุคลากร พบว่า
ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนอยู่ใน
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14, S.D. = 0.609$) เพราะ ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก
ปิด บุคลากรทุกท่านได้มีความพร้อมในการบริการให้กับนักท่องเที่ยวเต็มที่ โดยมี 2 ประเด็น ที่อยู่ใน
ระดับมากที่สุด อันดับแรก คือเจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ในอีก 3 ประเด็น อยู่ใน
ระดับมาก อันดับแรก คือเจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่าง
รวดเร็ว และเหมาะสม รองลงมา คือเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา อันดับสุดท้าย คือเจ้าหน้าที่
ให้บริการอย่างรวดเร็ว

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดใน ด้านภาพลักษณ์

ตารางที่ 26 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนใน
ด้านภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ด้านภาพลักษณ์	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	4.10	0.72	มาก
2. เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้	4.09	0.75	มาก
3. ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่	4.04	0.76	มาก
4. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดแสดงความรับผิดชอบต่อเมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น	4.10	0.74	มาก
5. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.18	0.72	มาก
รวม	4.10	0.73	มาก

ผลการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านภาพลักษณ์พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนอยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10, S.D. = 0.616$) เพราะ ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีภาพลักษณ์ที่ดี เริ่มก่อตั้งขึ้นมายังไม่มีการเกิดอุบัติเหตุจากสถานที่ท่องเที่ยว อันดับแรก คือทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี รองลงมา คือทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดแสดงความรับผิดชอบต่อเมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด และเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ อันดับสุดท้าย คือทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดในภาพรวม

ตารางที่ 27 สรุปแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนในภาพรวม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	0.59	มาก
2. ด้านบริการ	3.87	0.61	มาก
3. ด้านบุคลากร	4.14	0.60	มาก
4. ด้านภาพลักษณ์	4.10	0.61	มาก
รวม	3.21	0.48	มาก

จากตารางแสดงความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{x}= 3.12, S.D. = 0.480$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.14, S.D. = 0.608$) รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ ($\bar{x}= 4.10, S.D. = 0.610$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}= 3.95, S.D. = 0.590$) อันดับสุดท้ายคือ ด้านบริการ ($\bar{x} = 3.87, S.D. = 0.612$)

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดอยู่ในระดับมาก เพราะ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดได้มีความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายภาคี เช่น ภาคเอกชน (บริษัทสหวิริยา) ภาครัฐทั้งส่วนจังหวัดและท้องถิ่น เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ในทั้งด้านอุปกรณ์ที่ใช้ทำกิจกรรมกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการส่งเสริม เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้พิจารณาลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อการศึกษาไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

สมมติฐานที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย **ด้านเพศ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านเพศ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	เพศ				Sig.	Sig.(2- talled)
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.93	0.57	3.97	0.6	0.81	0.56
2. ด้านบริการ	3.81	0.57	3.9	0.63	0.48	0.26
3. ด้านบุคลากร	4.13	0.60	4.14	0.61	0.94	0.84
4. ด้านภาพลักษณ์	4.09	0.64	4.11	0.601	0.34	0.83

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปสถานภาพของนักท่องเที่ยวเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ข้อมูลทั่วไปของ

นักท่องเที่ยวมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย **ด้านอายุ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด แตกต่างกัน



ตารางที่ 29 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	อายุ						F	sig				
	20 ปีหรือต่ำกว่า		21-30 ปี		31-40 ปี				41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)			\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	0.68	4.11	0.52	3.92	0.62	3.87	0.50	3.75	0.60	2.986	0.020*
2. ด้านบริการ	3.90	0.56	3.95	0.60	3.85	0.64	3.79	0.61	3.53	0.69	1.891	0.113
3. ด้านบุคลากร	4.20	0.63	4.20	0.57	4.08	0.60	4.02	0.65	3.98	0.67	1.046	0.384
4. ด้านภาพลักษณ์	4.03	0.73	4.21	0.55	4.09	0.59	4.04	0.56	3.86	0.74	1.703	0.150

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปสถานภาพของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.020 แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทั่วไปสถานภาพของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 29

1.2.1 **ด้านอายุ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ในด้านผลิตภัณฑ์**

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ในด้านผลิตภัณฑ์**

		20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
อายุ	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.11	3.85	3.87	3.75
20 ปีหรือต่ำกว่า	3.83		-0.27* (0.00)	-0.08	-0.03	0.08
21-30 ปี	4.11	-		0.191	0.24* (0.04)	0.35* (0.02)
31-40 ปี	3.85	-	-		0.04	0.16
41-50 ปี	3.87	-	-	-		0.11
51 ปีขึ้นไป	3.75	-	-	-	-	

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ทางด้านผลิตภัณฑ์**

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						F	sig				
	20 ปีหรือต่ำกว่า		21-30 ปี		31-40 ปี				41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)			\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)
1. มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำฟาร์มโยม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น	3.96	.83	4.29	.73	4.10	.79	4.21	.60	4.06	.85	1.796	0.130
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ เป็นต้น	3.70	.86	4.04	.76	4.00	.81	3.76	.79	3.69	.70	2.348	0.055*
3. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 ฟันธง	3.68	.82	3.98	.72	3.96	1.0	3.58	.75	3.50	.63	3.040	0.018*
4. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	3.91	.86	4.22	.72	3.79	.89	3.85	.75	3.75	.68	3.594	0.007*
5. แหล่งท่องเที่ยวคลองปัดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	3.91	.92	4.00	.74	3.73	.74	3.94	.74	3.75	.77	1.156	0.331

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ เป็นต้น มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม และคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลท่องเที่ยวสัญลักษณ์ เป็นต้น**

		20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
อายุ	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.1	3.85	3.87	3.75
20 ปีหรือต่ำกว่า	3.83	-	-0.34*	-0.30	-0.05	0.01
			(.013)			
21-30 ปี	4.11	-	-	0.04	0.28	0.35
31-40 ปี	3.85	-	-	-	0.24	0.31
41-50 ปี	3.87	-	-	-	-	0.07
51 ปีขึ้นไป	3.75	-	-	-	-	-

มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และสัญลักษณ์ เป็นต้น พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มช่วงอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.013 ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ
ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทาง
ธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 ฟัน้อง**

		20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30	31-40	41-50	51 ปีขึ้นไป
		กว่า	ปี	ปี	ปี	ไป
อายุ	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.11	3.85	3.87	3.75
20 ปีหรือต่ำกว่า	3.83	-	-0.00*	-0.28	0.10	0.17
			(.033)			
21-30 ปี	4.11	-	-	0.01	0.40*	0.47*
					(.015)	(.031)
31-40 ปี	3.85	-	-	-	0.38*	0.46*
					(.035)	(.049)
41-50 ปี	3.87	-	-	-	-	0.07
51 ปีขึ้นไป	3.75	-	-	-	-	-

มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 ฟัน้อง พบว่า มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม กลุ่มช่วงอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.033 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (4.11) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.015 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (4.11) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 51 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.75) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.031 กลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.85) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.035 กลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.85) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 51 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.75) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.049 ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ
ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการ
ท่องเที่ยว**

		20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30	31-40	41-50	51 ปีขึ้นไป
		กว่า	ปี	ปี	ปี	ไป
อายุ	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.11	3.85	3.87	3.75
20 ปีหรือต่ำกว่า	3.83	-	-0.31*	0.11	0.05	0.15
			(.022)			
21-30 ปี	4.11	-	-	0.43*	0.37*	0.46*
				(.002)	(.022)	(.030)
31-40 ปี	3.85	-	-	-	-0.06	0.03
41-50 ปี	3.87	-	-	-	-	0.09
51 ปีขึ้นไป	3.75	-	-	-	-	-

คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์
ทางการท่องเที่ยว กลุ่มกลุ่มช่วงอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มช่วง
อายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.022 กลุ่มกลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปีหรือต่ำกว่า
(ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.85) โดยมีค่า Sig เท่ากับ
0.002 กลุ่มกลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี ที่มี
ค่าเฉลี่ย (3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.022 กลุ่มกลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่า
น้อยกว่ากลุ่มช่วงอายุ 51 ปี ที่มีค่าเฉลี่ย (3.75) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.030 ดังตารางที่ 34

สมมติฐานที่ 1.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ระดับการศึกษา มีผลต่อการ
สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา กว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ระดับการศึกษา										
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.		Sig					
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)						
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	.597	3.87	.559	4.09	0.58	4.04	0.55	4.015	.008*
2. ด้านบริการ	3.81	.624	3.78	.484	3.95	0.66	3.96	0.67	1.440	.232
3. ด้านบุคลากร	3.98	.662	4.05	.539	4.24	0.57	4.47	0.59	5.038	.002*
4. ด้านภาพลักษณ์	3.98	.595	3.99	.616	4.20	0.62	4.43	0.50	4.415	.005*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₁ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 35

1.3.1 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ด้านผลิตภัณฑ์**

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ในด้านผลิตภัณฑ์**

		ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษา ตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.06	-0.29* (0.00)	-0.23
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.22* (0.01)	-0.16
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	0.05
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 36

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก
ปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์

	ระดับการศึกษา							
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.		สูงกว่าปริญญาตรี			
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
1. มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัธยม ตลาดนัด ประชากรรัฐ เป็นต้น	3.88	0.83	4.14	0.75	4.31	0.70	5.040	.002*
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์	3.76	0.83	3.80	0.78	4.03	0.80	2.094	.102
3. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง	3.68	0.80	3.67	0.79	4.02	0.79	3.411	.018*
4. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	3.81	0.73	3.92	0.74	4.15	0.87	2.664	.049*
5. แหล่งท่องเที่ยวคลองปิดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	3.88	0.80	3.83	0.72	3.96	0.81	0.371	.774

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง และคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 37

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ**

	ระดับการศึกษา				
	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษาตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.88	4.14	4.31	4.40
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.88	-	-0.25* (0.04)	-0.42* (0.00)	-0.51* (0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส.	4.14	-	-	-0.16	-0.25
ปริญญาตรี	4.31	-	-	-	-0.09
สูงกว่าปริญญาตรี	4.40	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความหลากหลายของการจัดกิจกรรม พบว่า ความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐกลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.31) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.40) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.68	3.67	4.02	3.90
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.68	-	0.00	-0.34*	-0.22
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.67	-	-	-0.34*	-0.22
ปริญญาตรี	4.02	-	-	-	1.20
สูงกว่าปริญญาตรี	3.90	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม พบว่า มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.68) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.02) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.67) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.02) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 39

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.81	3.92	4.15	3.95
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.81	-	-0.11	-0.34*	-0.14
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.92	-	-	-0.23	-0.08
ปริญญาตรี	4.15	-	-	-	2.03
สูงกว่าปริญญาตรี	3.95	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า มีคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.81) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 40

1.3.2 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านบุคลากร

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.06	-0.25*	-0.48*
				(0.00)	(0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.19*	-0.42*
				(0.04)	(0.00)
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-0.23
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 41

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของการประชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร

	ระดับการศึกษา						F	sig		
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.		ปริญญาตรี				สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)			\bar{x}	(S.D.)
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	3.81	0.90	3.95	0.74	4.24	0.70	4.50	0.60	6.928	.000*
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.00	0.77	3.86	.081	4.18	0.80	4.35	0.87	3.094	.028*
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.10	0.81	4.19	0.58	4.26	0.70	4.50	0.60	1.809	.146
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม	3.91	0.76	4.05	0.70	4.19	0.80	4.45	0.88	3.258	.022*
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4.09	0.76	4.19	0.75	4.31	0.66	4.55	0.68	2.640	.050*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณต์จำแนกเป็นรายข้อ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว เหมาะสม และเจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 42

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.14	-0.43*	-0.69*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.29*	-0.54*
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-255
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.0 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 43

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษา ตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.14	-0.18	-0.35
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.32*	-0.49*
				(0.01)	(0.01)
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-1.66
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 44

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการ** และ **ประสานงานแก้ไขให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและเหมาะสม**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษา ตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.13	-0.28*	-0.53
				(0.02)	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.14	-0.40*
					(0.04)
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-0.25
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม พบว่ากลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 ดังตารางที่ 45

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษา ตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.09	-0.21	-0.46*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.11	-0.36
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-0.24
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 46

1.3.2 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านภาพลักษณ์

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านภาพลักษณ์

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.87	4.09	4.04
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.80	-	-0.01	-0.21*	-0.45*
				(0.02)	(0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.87	-	-	-0.20*	-0.43*
				(0.03)	(0.00)
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-0.23
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.03 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 47

ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านภาพลักษณ์**

ด้านภาพลักษณ์	ระดับการศึกษา						F	sig		
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส		ปริญญาตรี				สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)			\bar{x}	(S.D.)
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	3.88	0.68	4.05	0.72	4.16	0.74	4.65	0.48	6.622	.000*
2. เวลาที่ใช้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้	3.91	0.72	4.06	0.79	4.18	0.75	4.35	0.58	2.656	.049*
3. ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่ปลอดภัย	3.88	0.74	3.84	0.82	4.22	0.72	4.30	0.57	5.302	.001*
4. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคน่าเชื่อถือ	4.04	0.74	3.97	0.73	4.16	0.74	4.45	0.68	2.558	.056*
5. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.18	0.69	4.03	0.73	4.24	0.76	4.40	0.59	1.779	.152

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์จำหน่าย การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เวลาที่ใช้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่ และทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคน่าเชื่อถือ เมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 48

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.88	4.05	4.16	4.65
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.88	-	-0.16	-0.28*	-0.76*
				(0.01)	(0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	4.05	-	-	-0.11	0.60*
					(0.00)
ปริญญาตรี	4.16	-	-	-	-0.048*
					(0.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.65	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.65) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 49

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เวลาที่ให้บริการ ตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส.	ปริญญาตรี	
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.91	4.06	4.18	4.35
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.91	-	-0.151	-0.27*	-0.43*
				(0.02)	(0.02)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	4.06	-	-	-0.12	-0.28
ปริญญาตรี	4.18	-	-	-	-0.16
สูงกว่าปริญญาตรี	4.35	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ดังตารางที่ 50

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.		
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.88	3.84	4.22	4.30
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	3.88	-	0.03	-0.34*	-0.41*
				(0.00)	(0.02)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.84	-	-	-0.38*	-0.45*
				(0.00)	(0.01)
ปริญญาตรี	4.22	-	-	-	-0.07
สูงกว่าปริญญาตรี	4.30	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่ พบว่า กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.22) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.30) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.22) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบ เมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น**

	ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา			
		มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.04	3.97	4.16	4.45
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	4.04	-	0.07	-0.11	-0.40*
					(0.03)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.97	-	-	-0.19	-0.48*
					(0.01)
ปริญญาตรี	4.16	-	-	-	-0.28
สูงกว่าปริญญาตรี	4.45	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบ เมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นพบว่า ทางแหล่งท่องเที่ยวจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการผิดพลาดจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.03 กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.97) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.45) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 52

สมมติฐานที่ 1.4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย **ด้านสถานภาพ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน

ตารางที่ 53 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านสถานภาพ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	สถานภาพ					
	โสด	สมรส	Sig.	Sig.(2-tailed)		
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.60	3.88	0.56	0.447	0.096
2. ด้านบริการ	3.96	0.58	3.72	0.62	0.452	0.002*
3. ด้านบุคลากร	4.22	0.59	4.01	0.61	0.509	0.010*
4. ด้านภาพลักษณ์	4.15	0.64	4.03	0.56	0.041	0.122

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านสถานภาพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ ด้านบุคลากร แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทั่วไปสถานภาพของนักท่องเที่ยว ด้านสถานภาพ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ดังตารางที่ 53

สมมติฐานที่ 1.5 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย **ด้านรายได้ต่อเดือน** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน



ตารางที่ 54 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				F	Sig
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,000บาทขึ้นไป		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.96 0.64	3.98 0.60	3.91 0.57	3.98 0.54	0.153	0.928
2. ด้านบริการ	4.02 0.63	3.8 0.55	3.87 0.65	3.82 0.62	1.494	0.217
3. ด้านบุคลากร	4.34 0.58	3.97 0.54	3.99 0.59	4.18 0.63	4.819	0.003*
4. ด้านภาพลักษณ์	4.24 0.63	3.98 0.61	4.01 0.56	4.17 0.63	2.318	0.076

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร มีค่า Sig เท่ากับ 0.003 แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ย ไม่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และด้านภาพลักษณ์ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 54

1.5.1 ด้านรายได้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ด้านบุคลากร**

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ในด้านบุคลากร**

		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.34	3.97	3.99	4.18
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.34	-	0.37*	0.34*	0.15
5,001-10,000 บาท	3.97	-	(0.00)	(0.00)	-
10,001-15,000 บาท	3.99	-	-	-0.02	-0.21
15,000 บาทขึ้นไป	4.18	-	-	-	-0.19

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.34) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.34) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.99) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 55

ตารางที่ 56 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบุคลากร

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						F	sig		
	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-15,000 บาท				15,000 บาทขึ้นไป	
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)				
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.24	0.80	4.06	0.79	3.95	0.74	4.06	0.80	1.379	0.250
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.31	0.75	3.80	0.83	3.89	0.82	4.14	0.77	4.759	0.003*
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.43	0.72	4.06	0.65	4.04	0.76	4.21	0.64	3.818	0.011*
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม	4.28	0.74	3.94	0.76	3.95	0.79	4.18	0.81	2.649	0.050*
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.43	0.72	3.98	0.65	4.13	0.74	4.33	0.71	4.517	0.004*

หมายเหตุ *ระดับความนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม และเจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 56

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว**

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.31	3.8	3.89	4.14
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.31	-	0.51* (0.00)	0.41* (0.00)	0.171
5,001-10,000 บาท	3.80	-	-	-0.09	-0.33* (0..02)
10,001-15,000บาท	3.89	-	-	-	-0.246
15,000บาทขึ้นไป	4.14	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว พบว่า ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.31) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.31) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ดังตารางที่ 57

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง**

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.43	4.06	4.04	4.21
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.43	-	0.37* (0.00)	0.39* (0.00)	0.22
5,001-10,000 บาท	4.06	-	-	0.02	-0.14
10,001-15,000 บาท	4.04	-	-	-	-0.17
15,000 บาทขึ้นไป	4.21	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.43) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.43) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 58

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม**

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.28	3.94	3.95	4.18
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.28	-	0.18	0.29*	0.18
				(0.04)	
5,001-10,000 บาท	3.94	-	-	0.11	0.00
10,001-15,000 บาท	3.95	-	-	-	-0.10
15,000 บาทขึ้นไป	4.18	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม พบว่า ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.28) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.95) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 ดังตารางที่ 59

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,000 บาทขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.43	3.98	4.13	4.33
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.43	-	-0.45* (0.00)	.030* (0.02)	0.09
5,001-10,000 บาท	3.98	-	-	-0.14	0.35* (0.00)
10,001-15,000 บาท	4.13	-	-	-	-0.20
15,000 บาทขึ้นไป	4.33	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.43) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.98) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.43) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.13) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ย 15,000 บาทขึ้นไป (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.33) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 60

สมมติฐานที่ 1.6 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย **ด้านอาชีพ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน



ตารางที่ 61 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ กับ แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว		รับจ้าง		อื่นๆ		F	Sig
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.94	0.66	4.05	0.56	3.91	0.46	4.00	0.55	3.99	0.63	3.69	0.50	1.105	0.359
2. ด้านบริการ	3.97	0.57	3.94	0.62	3.75	0.63	3.80	0.62	3.85	0.53	3.66	0.69	1.413	0.220
3. ด้านบุคลากร	4.27	0.60	4.22	0.58	4.05	0.57	4.07	0.57	3.96	0.57	3.87	0.74	2.336	0.043*
4. ด้านภาพลักษณ์	4.17	0.66	4.12	0.61	4.03	0.50	4.20	0.58	4.08	0.57	3.74	0.65	1.702	0.135

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร มีค่า Sig เท่ากับ 0.04 แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทั่วไปสถานภาพของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ ไม่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และด้านภาพลักษณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 61

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านอาชีพ ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปาก
ปิด ในด้านบุคลากร

	นักเรียน/		รับราชการ/พนักงาน		พนักงาน		ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	รับจ้าง	อื่นๆ	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ	
อาชีพ	4.27	4.27	4.22	4.05	4.07	3.87	4.07	3.96	3.87	
นักเรียน/นักศึกษา	4.27	-	0.041	0.216	0.20	0.39*	0.20	0.30*	0.39*	
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.22	-	-	.175	.159	0.26	.159	(0.03)	(0.01)	
พนักงานบริษัทเอกชน	4.05	-	-	-	-0.16	0.08	-0.16	0.08	0.18	
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	4.07	-	-	-	-	0.10	-	0.10	0.19	
รับจ้าง	3.96	-	-	-	-	-	-	-	0.09	
อื่นๆ	3.87	-	-	-	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอาชีพรับจ้าง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.96) โดยที่ค่า Sig เท่ากับ 0.03 กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.03 ดังตารางที่ 62

ตารางที่ 63 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอาชีพ ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านบุคลากร**

ด้านบุคลากร	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ	F	sig		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)				
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.17 0.79	4.16 0.71	3.92 0.79	4.00 0.81	4.05 0.95	3.89 0.75	0.906	.478		
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.20 0.85	4.16 0.76	3.95 0.88	3.88 0.85	3.91 0.61	4.00 0.68	1.416	.219		
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.41 0.68	4.32 0.58	4.22 0.67	4.13 0.56	3.86 0.94	3.67 0.77	5.284	.000*		
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไข ปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และ เหมาะสม	4.23 0.73	4.16 0.81	4.00 0.81	4.13 0.75	3.86 0.71	3.78 0.94	1.650	.148		
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.31 0.74	4.32 0.71	4.16 0.60	4.20 0.75	4.14 0.56	4.00 0.97	0.880	.495		

หมายเหตุ *ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 63

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับอาชีพที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง**

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับ			ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
		นักเรียน/นักศึกษา	ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน			
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	4.41	4.32	4.22	4.13	3.86	3.78
นักเรียน/นักศึกษา	4.41	-	0.09	0.19	0.28* (0.03)	.54* (0.00)	0.74* (0.00)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.32	-	-	0.10	0.19	0.45* (0.00)	0.65* (0.00)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.22	-	-	-	.091	.353	0.55
ผู้ประกอบการธุรกิจ ส่วนตัว	4.13	-	-	-	-	-.045	0.11
รับจ้าง	3.86	-	-	-	-	-	0.15
อื่นๆ	3.78	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.41) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มอาชีพผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.13) โดยที่ค่า Sig เท่ากับ 0.03 กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.41) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มอาชีพรับจ้าง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.41) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ที่มี

ค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอาชีพรับจ้าง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 64

ตารางที่ 65 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน			
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านบริการ	ด้านบุคลากร	ด้านภาพลักษณ์
H_1 : ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด				
1. ด้านเพศ	×	×	×	×
2. ด้านอายุ	✓	✓	×	×
3. ด้านระดับการศึกษา	✓	×	✓	✓
4. ด้านสถานภาพ	×	×	×	×
5. ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	×	×	✓	×
6. ด้านอาชีพ	×	×	✓	×

หมายเหตุ × ไม่ยอมรับสมมติฐาน

✓ ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

2.1 สมมติฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว **ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน



ตารางที่ 66 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด				F	Sig
	เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	เพื่อหาความสนุกกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.94 (0.59)	3.91 (0.52)	4.03 (0.62)	0.623	0.573	
2. ด้านบริการ	3.78 (0.61)	3.98 (0.58)	4.01 (0.609)	3.736	0.025*	
3. ด้านบุคลากร	4.02 (0.64)	4.25 (0.46)	4.36 (0.54)	7.863	0.000*	
4. ด้านภาพลักษณ์	4.03 (0.62)	4.11 (0.55)	4.29 (0.61)	3.926	0.021*	

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 H_1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 66

2.1.1 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ด้านบริการ**

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ด้านบริการ**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา	ค่าเฉลี่ย	3.78	3.98	4.01
ท่องเที่ยว				
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.78	-	-0.19	0.22*
				(0.01)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	3.98	-	-	-0.02
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.01	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบริการ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (3.78) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.98) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 67

ตารางที่ 68 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านบริการ**

	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				F	Sig
	เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ	3.78 0.79	4.10 0.65	3.90 1.00	2.489 0.08		
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พัก แรม โฮมสเตย์	3.76 0.83	4.00 0.73	4.10 0.85	4.216 0.01*		
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการชำระเงิน	3.82 0.70	4.10 0.82	4.17 0.71	5.060 0.00*		
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เป็นต้น	3.84 0.81	3.81 0.86	3.90 0.83	0.162 0.85		
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด	3.72 0.80	3.9 0.72	3.97 0.80	2.500 0.08*		

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน และมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 68

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์

		เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	3.76	4.00	4.10
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.76	-	-0.24	-0.34*
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.00	-	-	(0.00)
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.10	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ กลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (3.76) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.10) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 69

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง
สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีมาตรฐาน**
การให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา	ค่าเฉลี่ย	3.82	4.10	4.17
ท่องเที่ยว				
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	3.82	-	-0.27* (0.04)	0.34* (0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.10	-	-	-0.071
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.17	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน พบว่า มี
มาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน กลุ่มเพื่อพักผ่อนชม
อนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (3.82) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (ที่มีค่าเฉลี่ย
4.10) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (3.82) ซึ่งมีค่า
น้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีค่า Sig เท่ากับ
0.00 ดังตารางที่ 70

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทาง
สร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีศูนย์บริการ**
นักท่องเที่ยวหลายจุด

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา	ค่าเฉลี่ย	3.72	3.90	3.97
ท่องเที่ยว				
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	3.72	-	-0.18	0.25*
				(0.04)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	3.90	-	-	-0.06
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.97	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุดพบว่า มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด กลุ่มเพื่อ
พักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (3.72) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 ดังตารางที่ 71

2.1.2 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ด้านบุคลากร**

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ด้านบุคลากร**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา	ค่าเฉลี่ย	4.02	4.25	4.36
ท่องเที่ยว				
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	4.02	-	-0.23*	-0.33*
			(0.02)	(0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.25	-	-	-0.10
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.36	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบุคลากร พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (4.02) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.25) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (4.02) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 72

ตารางที่ 73 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านบุคลากร**

ด้านบุคลากร	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				F	Sig
	เพื่อพักผ่อนเที่ยวชม อนุรักษ์ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ใหม่	เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์			
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)			
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	3.93 0.82	4.17 0.69	4.37 0.68	7.308	0.001*	
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.93 0.81	4.26 0.70	4.25 0.83	4.889	0.008*	
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.11 0.7	4.24 0.65	4.47 0.62	5.730	0.004*	
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม	3.97 0.79	4.24 .692	4.32 0.77	4.995	0.007*	
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.15 0.74	4.33 .612	4.38 0.739	2.725	0.068	

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ทางด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง และเจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 73

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต **เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา**

	เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย 3.93	4.17	4.37
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	3.93	-	-0.44* (0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.17	-	-0.200
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์	4.37	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา กลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.37) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 74

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีการทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	3.93	4.26	4.25
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	3.93	-	-0.32* (0.02)	-0.31* (0.01)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.26	-	-	-0.01
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์	4.25	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วกลุ่มเพื่อพักผ่อนชมเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.26) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.25) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 75

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา	ค่าเฉลี่ย	4.11	4.24	4.47
ท่องเที่ยว				
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ	4.11	-	-0.13	-0.35*
				(0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.24	-	-	-0.02
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.47	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง กลุ่มเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.47) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 76

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	4.15	4.33	4.38
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	4.15	-	-0.18	-0.23*
				(0.03)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.33	-	-	-0.05
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์	4.38	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม พบว่า กลุ่มเพื่อพักผ่อนชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.15) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.38) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.03 ดังตารางที่ 77

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ด้านภาพลักษณ์**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	4.03	4.11	4.29
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	4.03	-	-0.08	-0.26* (0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.11	-	-	-0.17
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.29	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่มีค่าเฉลี่ย (4.03) ซึ่งมิต้านน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.29) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 78

ตารางที่ 79 แสดงผลการเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านภาพลักษณ์**

ด้านภาพลักษณ์	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว							
	เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ		เพื่อหาประสบการณ์ใหม่		เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์			
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	4.01	0.70	4.05	0.62	4.35	0.79	5.024	0.007*
2. เวลาที่ใช้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้	4.01	0.74	4.05	0.73	4.32	0.74	3.630	0.028*
3. ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่ปลอดภัย	3.98	0.76	4	0.73	4.22	0.76	2.138	0.12
4. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น	4.03	0.72	4.19	0.67	4.23	0.81	2.006	0.137
5. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.1	0.73	4.29	0.70	4.32	0.70	2.394	0.093

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต ทางด้านลักษณะ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต และเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 79

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต **การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต**

	เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย 4.01	4.05	4.35
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	4.01	-	-0.34* (0.00)
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.05	-	-0.30* (0.03)
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.35	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิต กลุ่มเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งมี

ค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.03 ดังตารางที่ 80

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้**

		เพื่อพักผ่อน เที่ยวชม อนุรักษ์ ธรรมชาติ	เพื่อหา ประสบการณ์ ใหม่	เพื่อหาความรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	4.01	4.05	4.32
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ ธรรมชาติ	4.01	-	-0.03	-0.30*
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.05	-	-	(0.00)
เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	4.32	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ พบว่า เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้ กลุ่มเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 81

2.2 สมมติฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์คลองปากปัด มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์คลองปากปัด

H_0 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์คลองปากปัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์คลองปากปัด แตกต่างกัน



ตารางที่ 82 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด										F	Sig	
	ครอบครัว	เพื่อน	รายการโทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	โซเชียล เช่น Line	Facebook	อื่นๆ	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}			(S.D.)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.76	4.05	3.78	3.85	4.08	4.08	3.85	0.58	0.54	4.10	0.59	2.739	0.02*
2. ด้านบริการ	3.61	4.02	3.88	3.83	3.90	3.90	3.83	0.50	0.64	4.03	0.49	3.053	0.01*
3. ด้านบุคลากร	3.82	4.19	3.95	4.14	4.36	4.36	4.14	0.46	0.46	4.17	0.48	5.385	0.00*
4. ด้านภาพลักษณ์	3.89	4.15	4.04	4.07	4.24	4.24	4.07	0.54	0.56	4.23	0.61	2.121	0.06

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางผลการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านภาพลักษณ์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดแตกต่างกัน ดังตารางที่ 82

2.2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ในด้านผลิตภัณฑ์**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ					โซเชียล	อื่นๆ
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line	Facebook	
ครอบครัว	3.76	-	-0.28*	-0.01	-0.09	-0.31*	-0.34	
เพื่อน	4.05	-	-	0.27	0.19	-0.03	-0.05	
รายการโทรทัศน์	3.78	-	-	-	-0.07	-0.30	-0.32	
อินเทอร์เน็ต	3.85	-	-	-	-	-0.22	-0.24	
โซเชียล เช่น Line	4.08	-	-	-	-	-	-0.02	
Facebook	4.10	-	-	-	-	-	-	
อื่นๆ	4.10	-	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.76) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.05) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.76) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 83

ตารางที่ 84 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านผลิตภัณฑ์**

	ทางด้านผลิตภัณฑ์													
	ครอบครัว เพื่อน		รายการโทรทัศน์		อินเทอร์เน็ต		โซเชียล เช่น Line Facebook		อื่นๆ	F sig				
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)						
1. มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำฟาร์มตั๋ยม ตลาดนินด ประชา รัฐ เป็นต้น	3.94	0.82	4.19	0.78	3.69	1.01	4.13	0.56	4.36	0.64	4.67	0.51	3.721	0.00*
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์	3.63	0.79	4.08	0.79	3.88	0.61	3.81	0.87	3.95	0.79	3.83	0.98	2.070	0.07
3. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ไร่กลองยาว 4 ฟันอง	3.69	0.87	3.92	0.81	3.81	0.65	3.61	0.84	3.91	0.83	4.00	0.89	1.086	0.36
4. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	3.79	0.66	4.05	0.84	3.69	0.87	3.97	0.94	4.12	0.77	4.17	0.75	1.598	0.16
5. แหล่งท่องเที่ยวคลองปิดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	3.73	0.74	3.99	0.79	3.81	0.75	3.74	0.89	4.03	0.76	3.83	0.75	1.342	0.24

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดพระราชวัง เป็นต้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 84

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัด พระราชวัง เป็นต้น**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line	อื่นๆ
ครอบครัว	3.94	-	-0.24* (0.00)	0.25	-0.18	-0.42* (0.00)	-0.72
เพื่อน	4.19	-	-	0.50* (0.01)	0.06	-0.17	-0.47
รายการโทรทัศน์	3.69	-	-	-	-0.44	-0.67* (0.00)	0.97* (0.00)
อินเทอร์เน็ต	4.13	-	-	-	-	-0.23	-0.53
โซเชียล เช่น Line	4.36	-	-	-	-	-	-0.30
Facebook	4.36	-	-	-	-	-	-0.30
อื่นๆ	4.67	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัด พระราชวัง เป็นต้น พบว่า มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัด พระราชวัง เป็นต้น กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.19)

โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.19) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มโทรทัศน (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรายการโทรทัศน (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.69) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายการโทรทัศน (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.69) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.67) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 85

2.2.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line Facebook	อื่นๆ
ครอบครัว	3.61	-	-0.40* (0.00)	-0.26	-0.21	-0.29* (0.00)	-0.42
เพื่อน	4.02	-	-	.143	0.19	-0.11	-0.01
รายการโทรทัศน	3.88	-	-	-	-0.04	-0.02	-0.15
อินเทอร์เน็ต	3.83	-	-	-	-	-0.07	-0.20
โซเชียล เช่น Line Facebook	3.90	-	-	-	-	-	-0.13
อื่นๆ	4.23	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบริการ พบว่า แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.61) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.02) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.61) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 86

ตารางที่ 87 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต ทางด้านบริการ

ด้านบริการ	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต													
	ครอบครัว	เพื่อน	รายการโทรทัศน์		โซเชียล		อื่นๆ	F	Sig					
			โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	Line	Facebook								
\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)							
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ	3.48	0.91	4.11	0.64	3.81	0.65	3.9	0.83	3.88	0.92	3.5	0.83	4.091	0.00*
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิตมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์	3.58	0.93	3.99	0.74	3.88	0.95	3.94	0.68	3.92	0.86	4.33	0.81	2.085	0.06
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	3.81	0.79	4.04	0.77	4.06	0.77	3.84	0.77	3.95	0.79	4.33	0.81	1.017	0.40
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เป็นต้น	3.69	0.89	4.03	0.71	3.56	1.09	3.77	0.80	3.88	0.79	3.83	0.98	1.568	0.17
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด	3.5	0.91	3.92	0.71	4.06	0.68	3.68	0.74	3.88	0.79	4.17	0.75	2.817	0.01*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านบริการ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายชื่อพบว่า มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 87

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	อื่นๆ
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line Facebook	
ครอบครัว	3.48	-	-	-0.33	-0.42*	-0.39*	0.01
เพื่อน	4.11	-	-	0.30	0.21	0.23	0.61
รายการโทรทัศน์	3.81	-	-	-	-0.09	-0.06	0.31
อินเทอร์เน็ต	3.90	-	-	-	-	0.02	0.40
โซเชียล เช่น Line Facebook	3.88	-	-	-	-	-	0.37
อื่นๆ	3.50	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ พบว่า มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.48) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.48) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.19) ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มอินเทอร์เน็ต (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.48) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 88

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ					
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	โซเชียล เช่น Line Facebook	อื่นๆ
ครอบครัว	3.50	-	0.42*	-0.56*	-0.17	-0.37*	0.66*
เพื่อน	3.92	-	-	-0.13	0.24	0.04	-0.24
รายการโทรทัศน์	4.06	-	-	-	0.38	0.18	-0.10
อินเทอร์เน็ต	3.68	-	-	-	-	0.20	-0.48
โซเชียล เช่น Line Facebook	3.88	-	-	-	-	-	-0.28
อื่นๆ	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด พบว่า มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.50) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.50) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มรายการโทรทัศน์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.50) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.48) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.05 ดังตารางที่ 89

2.2.3 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบุคลากร

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ					
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรศัพท์	อินเทอร์เน็ต	โซเชียล เช่น Line	Facebook อื่นๆ
ครอบครัว	3.82	-	-	-0.12	-0.31*	-0.53*	-0.34
เพื่อน	4.19	-	-	0.24	0.05	-0.16	0.02
รายการโทรศัพท์	3.95	-	-	-	-0.19	-0.40*	-0.21
อินเทอร์เน็ต	4.14	-	-	-	-	-0.21	-0.02
โซเชียล เช่น Line	4.36	-	-	-	-	-	0.19
Facebook	4.17	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบุคลากร พบว่า แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.82) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.19) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.82) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอินเทอร์เน็ต (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.82) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายการโทรศัพท์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 90

ตารางที่ 91 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากบิต **ทางด้านบุคลากร**

ด้านบุคลากร	การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ฯ ก็ครั้ง							F	Sig					
	ครอบครัว	เพื่อน	รายการโทรทัศน์	โซเชียลมีด		อื่นๆ								
				อินเทอร์เน็ต	Line					Facebook				
\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)								
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	3.77	0.94	4.11	0.81	4	0.81	4.06	0.72	4.27	0.62	4.17	0.40	2.52	0.03*
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.63	0.86	4.18	0.82	3.88	0.95	4.03	0.79	4.33	0.59	4	0.63	5.24	0.00*
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	3.9	0.82	4.25	0.68	4.13	0.71	4.32	0.54	4.39	0.65	4.17	0.40	3.25	0.00*
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไข ปัญหาให้ มีนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และ เหมาะสม	3.77	0.89	4.22	0.72	3.75	0.93	3.97	0.65	4.35	0.66	4.33	0.81	4.72	0.00*
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4.04	0.79	4.22	0.79	4	0.7	4.32	0.59	4.44	0.58	4.17	0.75	2.31	0.04*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ทางด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 91

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรศัพท์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line	อื่นๆ
ครอบครัว	3.77	-	0.34*	-0.23	-0.29	-0.50*	-0.39
เพื่อน	4.11	-	-	0.14	0.04	-0.15	-0.05
รายการโทรศัพท์	4.00	-	-	-	-0.06	-0.27	-0.16
อินเทอร์เน็ต	4.06	-	-	-	-	-0.20	-0.10
โซเชียล เช่น Line Facebook	4.27	-	-	-	-	-	0.10
อื่นๆ	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.27) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 92

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล เช่น Line Facebook		อื่นๆ
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรศัพท์	อินเทอร์เน็ต	Facebook	อื่นๆ	
ครอบครัว	3.63	-	0.54*	-0.24	-0.39*	-0.69*	-0.36	
เพื่อน	4.18	-	-	0.14	-0.15	-0.15	-0.05	
รายการโทรศัพท์	3.88	-	-	-	-0.15	-0.45*	-0.12	
อินเทอร์เน็ต	4.03	-	-	-	-	-0.30	0.03	
โซเชียล เช่น Line Facebook	4.33	-	-	-	-	-	0.33	
อื่นๆ	4.00	-	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.63) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.63) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอินเทอร์เน็ต (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.03) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.63) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.33) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 93

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line Facebook	อื่นๆ
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	3.90	4.25	4.13	4.32	4.39	4.17
ครอบครัว	3.90	-	0.34*	-0.22	-0.41*	-0.49*	-0.26
			(0.00)		(0.00)	(0.00)	
เพื่อน	4.25	-	-	0.12	-0.06	-0.14	-0.08
รายการโทรทัศน์	4.13	-	-	-	-0.19	-0.26	-0.04
อินเทอร์เน็ต	4.32	-	-	-	-	-0.07	0.15
โซเชียล เช่น Line Facebook	4.39	-	-	-	-	-	0.22
อื่นๆ	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.25) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอินเทอร์เน็ต (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 94

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรศัพท์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line Facebook	อื่นๆ
		3.77	4.22	3.75	3.97	4.35	4.33
ครอบครัว	3.77	-	0.44* (0.00)	0.01	-0.19	-0.57* (0.00)	0.56
เพื่อน	4.22	-	-	-0.46* (0.02)	0.24	-0.13	0.11
รายการโทรศัพท์	3.75	-	-	-	-0.21	-0.59* (0.00)	0.58
อินเทอร์เน็ต	3.97	-	-	-	-	-0.381* (0.02)	0.36
โซเชียล เช่น Line Facebook	4.35	-	-	-	-	-	0.01
อื่นๆ	4.33	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่ให้บริการ และประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้ นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มเพื่อน (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.22) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มอินเทอร์เน็ต (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.97) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.35) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ดังตารางที่ 95

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว**

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	รายการ				โซเชียล	
		ครอบครัว	เพื่อน	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	เช่น Line Facebook	อื่นๆ
ครอบครัว	4.04	-	-0.17	0.03	-0.28	-0.40*	-0.12
เพื่อน	4.22	-	-	-0.21	-0.10	-0.22	0.04
รายการโทรทัศน์	4.00	-	-	-	-0.32	-0.43*	-0.16
อินเทอร์เน็ต	4.32	-	-	-	-	-0.11	0.15
โซเชียล เช่น Line	4.44	-	-	-	-	-	0.27
Facebook	4.44	-	-	-	-	-	0.27
อื่นๆ	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.44) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายการโทรทัศน์ (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.00) ซึ่งมิต่ำกว่ากลุ่มโซเชียล เช่น Line Facebook (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.44) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ดังตารางที่ 96

2.3 สมมติฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว **ความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด

H_0 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 97 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านความถี่การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง									
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป	F	Sig				
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)						
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	0.62	3.87	0.53	3.97	0.55	3.96	0.59	0.389	0.76
2. ด้านบริการ	4.00	0.59	3.78	0.57	3.88	0.59	3.76	0.63	2.817	0.04*
3. ด้านบุคลากร	4.25	0.61	4.03	0.60	4.07	0.54	4.08	0.61	2.004	0.11
4. ด้านภาพลักษณ์	4.23	0.59	4.01	0.60	4.03	0.60	4.03	0.64	2.163	0.09

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ความถี่การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้งมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 H_1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 97

2.3.1 ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ครั้ง ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ

	ค่าเฉลี่ย	การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง			
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง
ความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว					
1 ครั้ง	4.00	-	0.22*	0.11	0.24*
2 ครั้ง	4.03	-	(0.04)	-0.10	0.02
3 ครั้ง	4.07	-	-	-	0.12
4 ครั้งขึ้นไป	4.08	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบริการ พบว่า ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่ม 1 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่ม 2 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.03) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 กลุ่ม 1 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.00) ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่ม 4 ครั้งขึ้นไป (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 98

ตารางที่ 99 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด **ทางด้านบริการ**

	ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ครั้ง									
	1 ครั้ง		2 ครั้ง		3 ครั้ง		4 ครั้ง			
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
การสร้างมูลค่าเพิ่ม										
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ	3.99	0.83	3.82	0.89	3.79	0.77	3.75	0.81	1.343	0.26
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์	4.09	0.83	3.75	0.86	3.86	0.74	3.70	0.81	3.807	0.01*
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	4.07	0.79	3.95	0.83	4.03	0.77	3.78	0.72	2.254	0.08
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เป็นต้น	3.94	0.86	3.73	0.92	3.97	0.68	3.78	0.76	1.104	0.348
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด	3.92	0.75	3.66	0.93	3.76	0.83	3.78	0.74	1.204	0.309

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.0

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านบริการ ความถี่การเคยเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 99

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างความถี่การเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง ที่มีผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์

		ความถี่การเคยเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ครั้ง			
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้งขึ้นไป
ความถี่การ เดินทาง	ค่าเฉลี่ย	4.09	3.75	4.86	3.70
	1 ครั้ง	4.09	-	0.34*	0.23
			(0.02)		(0.00)
	2 ครั้ง	3.75		-0.11	0.05
	3 ครั้ง	3.86	-	-	0.16
	4 ครั้งขึ้นไป	3.70	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ กลุ่มเคยเดินทาง 1 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.78) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่ม 2 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่ม 1 ครั้ง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.78) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่ม 4 ครั้งขึ้นไป (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 100

2.4 สมมติฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

H_0 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน



ตารางที่ 101 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านสนใจชื่อเสียงของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยว กับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ
สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว									
	น้ำพริกแกง	หอยเสียบดอง, ปลากรอบ	กระเป๋าทัดถนั้ววิถี	ผ้าม้าย้อม จาก เปลือกโกงกาง	อื่นๆ	F	Sig			
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)					
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 0.50	3.93 0.51	4.1 0.70	3.94 0.61	3.92 0.57	0.619	0.649			
2. ด้านบริการ	3.96 0.49	3.92 0.59	3.99 0.58	3.93 0.61	3.66 0.63	2.727	0.03*			
3. ด้านบุคลากร	4.04 0.63	4.13 0.57	4.15 0.63	4.18 0.56	4.11 0.67	0.251	0.909			
4. ด้านภาพลักษณ์	4.07 0.60	4.06 0.63	4.09 0.69	4.18 0.5	4.05 0.64	0.555	0.695			

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านสนใจชื่อเสียงของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านบริการ แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านสนใจชื่อเสียงของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 H_1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสนใจชื่อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แตกต่างกัน ดังตารางที่ 101

2.4.1 ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ในด้านบริการ

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการ
ท่องเที่ยว ที่มีผลแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
คลองปากปัด ในด้านบริการ

ผลิตภัณฑ์ของ ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ผลิตภัณฑ์				
		น้ำพริก แกง	หอยเสียบดอง, ปลากรอบ	กระเป๋ หัตถนวัต วิธี	ผ้ามัดย้อม	อื่นๆ
น้ำพริกแกง	3.93	-	0.04	-0.02	0.03	0.30
หอยเสียบดอง, ปลา กรอบ	3.93	-	-	-0.07	-0.01	0.25* (0.02)
กระเป๋หัตถนวัตวิธี	4.10	-	-	-	0.06	0.33* (0.00)
ผ้ามัดย้อม	3.94	-	-	-	-	0.27* (0.00)
อื่นๆ	3.92	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านบริการ พบว่า กลุ่มหอยเสียบดอง,ปลากรอบ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอื่น (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มกระเป๋ หัตถนวัตวิธี (ที่มีค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มผ้ามัดย้อม จากไม้โกงกาง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 ดังตารางที่ 102

ตารางที่ 103 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด **ทางด้านบริการ**

ด้านบริการ	ด้านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยว											
	นำพริกแกง	หอยเสียบ ดอง, ปลากรอบ	กระเป่า หัตถ์ถนุวิถี	ผ้าฝ้าย จากไม้ ไผ่	อื่นๆ	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)	F
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ	3.94	0.65	3.9	0.79	3.88	0.72	3.9	0.88	3.73	0.90	0.518	0.723
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์	4.06	0.89	3.92	0.81	3.94	0.88	3.95	0.77	3.67	0.88	1.465	0.213
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	4.24	0.56	3.92	0.88	4.24	0.60	4.00	0.77	3.68	0.77	3.774	0.005*
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เป็นต้น	3.68	0.77	4.00	0.90	3.91	0.79	3.93	0.80	3.93	0.80	2.118	0.079
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด	3.76	0.83	3.83	0.83	4.00	0.69	3.88	0.81	3.6.	0.77	1.743	0.141

หมายเหตุ *ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ด้านความสนใจผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวในครั้ง นี้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด ทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 103

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้ง นี้ ที่มีผลแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน

ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	น้ำพริก	หอยเสียบดอง, ปลากรอบ	กระเป๋าทัดถวัลวิถี	ผ้ามัดย้อม	อื่นๆ
		แกง				
น้ำพริกแกง	3.68	-	0.31	0.00	0.23	0.55* (0.00)
หอยเสียบดอง, ปลากรอบ	4.00	-	-	-0.31	-0.07	0.24
กระเป๋าทัดถวัลวิถี	3.91	-	-	-	0.23	0.55* (0.00)
ผ้ามัดย้อม	3.93	-	-	-	-	0.31* (0.01)
อื่นๆ	3.93	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน พบว่า มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน กลุ่มน้ำพริกแกง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.68) ซึ่งมิต้าน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มกระเป๋าทัดถวัลวิถี (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งมิต้าน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มผ้ามัดย้อม จากไม้โกงกาง (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งมิต้าน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ (ที่มีค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.01 ดังตารางที่ 104

ตารางที่ 105 สรุปผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน			
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน บริการ	ด้าน บุคลากร	ด้าน ภาพลักษณ์
H ₁ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด				
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	×	✓	✓	✓
2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ	✓	✓	✓	×
3. ความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	×	✓	×	×
4. ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ	×	✓	×	×

หมายเหตุ × ไม่ยอมรับสมมติฐาน

✓ ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงคุณภาพและปริมาณ งานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกกับผู้นำชุมชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 7 คน ส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด จำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ Independent t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และ LSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีจำนวนมากกว่าสองในสาม (คิดเป็นร้อยละ 63.6) ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด เกือบหนึ่งในสาม มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (คิดเป็นร้อยละ 38.4) ส่วนใหญ่จบระดับศึกษาปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 39.20) มากกว่าครึ่งหนึ่งมีสถานภาพโสด (คิดเป็นร้อยละ 61.6) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 33.20)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ (คิดเป็นร้อยละ 59.20) เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว (คิดเป็นร้อยละ 45.20) มีจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.40) นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ (คิดเป็นร้อยละ 60.40) เพื่อน ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด (คิดเป็นร้อยละ 31.60) เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 49.60) ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด 1 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 38.80) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 48.40) สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของ

ผู้ประกอบการผ้าม้าย้อม จากเปลือกไม้โกงกาง (คิดเป็นร้อยละ 33.60) และคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี (คิดเป็นร้อยละ 38.80)

จากการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของกลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด อยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.14$) เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากเจ้าหน้าที่เป็นคนในพื้นที่ จะมีความชำนาญในเส้นทางอย่างมาก รองลงมาด้านภาพลักษณ์ ($\bar{x} = 4.14$) ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จะมีการปล่อยให้นักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เหตุอันตรายจะคอยดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.14$) มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้าม้าย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเป็นอย่างมาก และด้านบริการ ($\bar{x} = 4.14$) มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการชำระเงิน เป็นการต้อนรับและให้ความอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ผลการทดสอบ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวในด้านเพศ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านอาชีพ มีผลต่อการสร้างของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ผลการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด วัตถุประสงค์ในการ

เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยว และความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

แนวทางในการแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศ์ประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในส่วนของผู้ประกอบการชุมชน แบ่งออกเป็นดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พายเรือคายัค) กิจกรรมพายเรือเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมทางน้ำ เพื่อเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน พาหนะที่ใช้เป็นเรือคายัค (kayak) พบว่า นักท่องเที่ยวประทับใจมาก เนื่องจากระยะทางไม่ไกลมาก เหมาะสมกับการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนเป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ใหม่ กระตุ้นการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของมัตย้อม(สีธรรมชาติ) เป็นกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ได้องค์ความรู้ด้านการย้อมสีธรรมชาติ จากไม้โกงกางเป็นหลัก การสร้างเอกลักษณ์ให้มีความเด่น ปรับสีปรับลาย ให้รู้ถึงกับสถานที่ที่มาท่องเที่ยว อีกทั้งสอนเทคนิคการทำผ้ามัตย้อม มาประกอบกับการออกแบบลายให้เกิดความสวยงาม เช่น ลายแมงกะพรุน ก้นหอย เป็นต้น

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของหอยเสียบดอง เริ่มจากทำกิจกรรมชุดหอยเสียบ หอยที่ชาวประมง ชาวบ้านในพื้นที่ หาตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งหาได้บริเวณหาดทราย ลักษณะของหอยเสียบขนาดตัวสมบูรณ์มีความกว้างของเปลือกหอยประมาณ 2 เซนติเมตร ถึง 2.5 เซนติเมตร หอยเสียบมีเนื้อน้อย แต่ก็ได้รับความนิยมอย่างมาก ชาวบ้านจะนิยมแปรรูปเป็นหอยเสียบเสียบดอง เพื่อใช้รับประทานอาหารเป็นกับข้าว ที่อุดมไปด้วยไอโอดีน สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จึงนำเป็นของฝากจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ นี้เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่สร้างรายได้ให้คนในชุมชนอย่างยาวนาน ถือว่าเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ดีทีเดียว

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มของกระเป๋าผ้าลวดโลกร้อน (กระเป๋าผ้า หัตถถนวัตวิถี) กระเป๋าผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดการใช้พลาสติก ปัจจุบันพบว่า มีการคิดทำรูปแบบของลวดลายของกระเป๋า มีความทันสมัยขึ้นให้ เข้ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพื่อทำให้มีจุดเด่น ความวิจิตรงดงาม ประณีต การออกแบบลวดลาย และสีสันทของกระเป๋าผ้ามีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นๆ จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การทำกระเป๋าผ้า ที่เป็นความทันสมัย ความสวยงาม สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มของโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ให้ความสำคัญ ในมุมมองของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 2 มุม คือ

1. มุมของนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวต้องเข้าใจกับคำว่า โฮมสเตย์
2. มุมมองของเจ้าบ้าน : เจ้าบ้านมีหน้าที่จะทำให้แขกที่มาพักรู้สึกประทับใจ 1. ความสะอาด 2. ความปลอดภัย 3. วิธีในบริบทของชาวเล

พบว่า ทางผู้ประกอบการโฮมสเตย์ใส่ใจเรื่อง ความสะอาด ความปลอดภัย มิตรภาพความเป็นเจ้าบ้าน วิธีในบริบทของชาวเล ทางนักท่องเที่ยวก็สามารถนำไปบอกต่อปากต่อปากกับผู้คนหมู่มากจากความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการสัมผัสความอัธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้าน

6. การสร้างมูลค่าเพิ่มของนวดแผนไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ด้วยวิธีการนวดการคลึง การบีบ การตัด การดึงประคบ การอบ ตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจ กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

7. การสร้างมูลค่าเพิ่มของน้ำพริกแกง พบว่า น้ำพริกแกงป่าแจ็ด ที่แสดงเอกลักษณ์ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน เนื่องจากมีรสชาติถูกปากคนบางสะพาน รสเผ็ดร้อนมาจากพริกสด พริกแห้ง ปรุงง่าย มีสีส้มสวยงาม มีความสดใหม่ ไม่เสีย ไม่บูดง่าย มีส่วนประกอบการหลากหลายชนิดที่มีคุณประโยชน์ทางโภชนาการและป้องกันโรคร้ายต่างๆ ได้ด้วย

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยในเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากลักษณะข้อค้นพบจากรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญๆ ที่สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีช่วงอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของจรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองเพศมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ในส่วนของรายได้ต่อเดือน และอาชีพไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบ ส่วนใหญ่รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป และในส่วนของประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พบว่าสอดคล้องกับวิจัยของอภิดิฐ อุทิศธรรม

ศักดิ์(2559) ได้ศึกษาทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาดีกรดีศึกษา เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันที่ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาดีกรดี เพลินวานและอาจเป็นเพราะค่าเข้าชมฟรี อาหารต่างๆ มี ราคาที่ไม่สูงมากนัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาจึงมักเป็นกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ มากับครอบครัว/ญาติ และไม่เคยเดินทางมาก่อน สอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือต้องการ เปลี่ยนสภาพแวดล้อมเดิมๆ และเพื่อให้ร่างกายได้รับการพักผ่อนวัยรุ่นสมัยใหม่ชอบออกเดินทางเพื่อ แสวงหาสิ่งแปลกใหม่ เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ ที่ไม่เคยไปหรือไม่เคยเจอมาก่อน และ เพื่อน ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัย ชลระดา หนันดี (2552) วิจัยเรื่อง พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารมาจาก บุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก เป็นตัวชี้วัดในการตัดสินใจที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว นั้น นอกจากนั้น จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-วัน อาทิตย์ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ต่ำกว่า 500 บาท นักท่องเที่ยวสนใจผ้ามัดย้อม จากเปลือกโกกังก และคิด ว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ วัชร ไพศาลกุล (2563) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัด สมุทรปราการ

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

จากการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน ภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยมากในทุกด้านโดยเฉพาะ

ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง และความรู้เกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากเจ้าหน้าที่เป็นคนในพื้นที่จะมีความชำนาญในเส้นทางอย่างมาก ซึ่ง สอดคล้องกับวิจัยของนิวัฒน์ ไพพิทักษ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์วัฒนธรรมปาง

ช่าง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่/พนักงาน มีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จะไม่มีการปล่อยให้นักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เหตุอันตราย คอยดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของสุพาดา สิริกฤตดา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย พบว่า เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดและความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบอกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี

ด้านผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของณรงค์ อนุพันธ์และคณะ (2561) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดท่องเที่ยวชุมชนโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ อาหารทะเลของผู้มาเที่ยว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี ในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับด้านบริการมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้อง ในการชำระเงิน เป็นการต้อนรับและให้ความอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ วัชรไพศาลกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คู้บางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคู้บางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก เช่นเดียวกับด้านสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะให้มีการแบ่งแยกกลุ่มในการทำกิจกรรม หากทำกิจกรรมพร้อมกันหมด พอถึงเวลาจะทำกิจกรรมพายเรือคายัคทำให้เรือไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว หรือเพิ่มกิจกรรมเดินชมป่าไม้โกงกาง และให้มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลายช่องทางเพิ่มมากขึ้น

ด้านบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีบริการร้านค้าและร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะ ให้มีการทำร้านค้าสำหรับของที่ระลึกโดยเฉพาะ ในส่วนของร้านค้าให้มีการเพิ่มร้านค้า เนื่องจากปัจจุบันมีแต่เพียงร้านน้ำ หากไม่ใช้วันเสาร์จะทำให้ไม่มีร้านค้าบริการกับนักท่องเที่ยว

ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้นผู้วิจัยได้เสนอแนะ ควรมีการจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเจ้าหน้าที่บางคนเป็นเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ หากเป็นวันจันทร์-ศุกร์ก็จะทำให้ขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญเส้นทางนั้น การให้เยาวชนเป็นเจ้าหน้าที่ (มีคฤหาสน์น้อย) เป็นแนวคิดที่ดีและเสริมสร้างประสบการณ์ในการบริการให้กับนักท่องเที่ยว แต่ขอให้เยาวชนศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมระบบนิเวศของพื้นที่เพื่อสามารถนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้

ด้านภาพลักษณ์ จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี ดังนั้นผู้วิจัยได้เสนอแนะ ควรมีการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ทั้งในด้านชีวิตและทรัพย์สินให้มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมสรุปกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการในด้านต่างๆที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัด หรือพื้นที่ของจังหวัดอื่นๆ เพื่อที่จะทำให้ได้รับข้อมูลมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลมาศึกษาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้เพื่อความแตกต่าง



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2563. แหล่งที่มา <http://masterplan.andamanecotourism.com>.
- จรัสพันธ์ สิริเจริญ. 2550. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉันทยาพร เสมอใจ. 2545. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชนิศา ครุจิรานวัฒน์. 2546. เจตคติของผู้ประกอบการด้านที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในเขตภาคกลางของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ชาย โปธิสิตา. 2559. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยคุณภาพ. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ณรงค์ อนุพันธ์, ศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ, และสุภลักษณ์ วงศ์ไพศาลลักษณ์. 2561. การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านเกษตรอินทรีย์สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์)ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานราก ที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรำไพพรรณี
- दनัย จันทร์ฉาย. 2547. เจาะลึกการตลาดจาก A-Z : แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ่ง. กรุงเทพฯ : ดีเอ็มจี.
- ดรศรี เอ็มพันธ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. 2539. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : แนวคิดหลักการและความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในอุทยานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : กรมป่าไม้.
- นิวัฒน์ ไทพิทักษ์. 2553. จากการศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์วัฒนธรรมปางช้าง จังหวัดลำปาง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.,
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- ปราโมช รอดจำรัส. 2553. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว = *Tourist behavior* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพ์สนีย์ พรหมศิริ. 2547. กลยุทธ์การตลาด สำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงประชาธุรกิจ.
- พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. 2553. Value-Added Activities เพิ่มมูลค่าด้วย กิจกรรมเพิ่มมูลค่า.
- วิภาวัฒน์ชัย บุญยภักดี. 2556. สรุปปัญหาและแก้ไขผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ.

- วิภา ศรีระทุ. 2551. **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**. กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
- วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. 2538. **คุณภาพในงานบริการ** พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริม
เทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539. **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541. **การบริหารตลาดยุคใหม่** กรุงเทพฯ : อีวีฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , ศุภร เสรีรัตน์ , อองอาจ ปทพานิช , และปริญญา ลักษิตานนท์ 2546. **การบริหาร
การตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , สุพาดา สิริกุดตา , วลัยลักษณ์ อัดธิธวงศ์ , ปณิศา ลัยขานนท์ , และพิมพ์ หิรัญกิติ
2549. **การวิจัยตลาด** : ฉบับมาตรฐาน. ธรรมสาร, กรุงเทพฯ.
- สุกัญญา เจริญศรี. 2552. **การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดา
มันหลังจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต
กรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ ปิยวรรณ เพชรหมี. 2560. **การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา
ท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ**. Journal of Community Development
Research, 10(14).
- สุพาดา สิริกุดตา 2557. **แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของ
สิงห์บุรี ประเทศไทย**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
น. 215-230.
- เสวี เวชบุษกร. 2538. **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: อักษรการพิมพ์.
- อุษณีย์ วิชรไพศาลกุล. 2563. **แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนา
เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัด
สมุทรปราการ**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, น. 107-119
- Boo, E. 1991. **Management the competitive destination of the future**.: WTO News.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., 1993. **Consumer behavior (7th ed.)**. Fort
Worth: Fort Worth: The Dryden Press.
- Goog, C. V. 1973. **Diction Education** (3th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C., 2000. **Multivariate data analysis** (6th ed.). New
Jersey: Pearson Education.: :Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 1987. **Consumer behavior**. Upper Saddle River, NJ:
Prentice – Hill International.

Shelly, M. W. 1975. **Responding to Social Chang**. Pennsylvania Doeden: Hautchiaon Press, Inc.

Vroom, W. H. 1964. **Working and Motivation**. New York: Wiley and Sons, lus.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
บรรยากาศเก็บข้อมูล



ภาพผนวกที่ 1 สัมภาษณ์ผู้นำธรรมชาติ

ภาพผนวกที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้าน



ภาพผนวกที่ 3 สัมภาษณ์หน่วยงาน
พัฒนาชุมชน

ภาพผนวกที่ 4 สัมภาษณ์หน่วยงาน
อบต.พงศ์ประศาสน์



ภาพผนวกที่ 5 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
โฮมสเตย์

ภาพผนวกที่ 6 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
นวดแผนไทย



ภาพผนวกที่ 7 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
ผ้ามัดย้อม



ภาพผนวกที่ 8 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
หอยเสียบดอง



ภาพผนวกที่ 9 เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และแบบสอบถามนักท่องเที่ยว

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองปากปิด
ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อผู้วิจัย นางสาวมุกดา อุ่นกาย นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิศดา เตชเถกิง

แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติส่วนตัว ประวัติการทำงานอย่างย่อ ของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ประวัติส่วนตัว ประวัติการศึกษา และประวัติการทำงานอย่างย่อ ของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____

เพศ _____ อายุ _____

ตำแหน่งในชุมชน _____

ประสบการณ์ในการทำงาน _____

ระดับการศึกษาสูงสุด (ถ้ามี) _____

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับศักยภาพต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบล พงศ์ ประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวประเด็นคำถาม : ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรม

2.1 ด้านพื้นที่

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีทรัพยากรที่สามารถรับรองการท่องเที่ยวอะไรบ้าง
2. ท่านคิดว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดนั้นมีความโดดเด่นกว่าที่อื่น ที่สามารถดึงดูดความ สนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างไร 3) ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้สูงสุดกี่รายต่อวัน 4) ท่านคิดว่าปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีพื้นที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว หรือไม่ อะไรบ้าง เช่น ลาดจอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น

2.2 ด้านการจัดการ

1. ท่านคิดว่าตั้งแต่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดเริ่มมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นจนถึงปัจจุบัน มีความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคของผู้นำหมู่บ้านอย่างไร
2. ท่านคิดว่าท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีการจัดกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีการแบ่งหน้าที่ในการ บริหารจัดการหรือไม่ อย่างไร
3. เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในหมู่บ้านฝ่ายท่า ท่านคิดว่าจะมีการจัดสรรผลประโยชน์ภายในชุมชน อย่างไร
4. ท่านคิดว่าท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีการจัดการขยะที่เกิดการท่องเที่ยวอย่างไร
5. ท่านคิดว่าท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด มีการจัดบันทึกเกี่ยวกับสถิติ หรือรายชื่อของนักท่องเที่ยว หรือไม่อย่างไร

2.3 ด้านกิจกรรม

1. ท่านคิดว่าที่ผ่านมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิตมิจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอะไรบ้าง
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวมีการเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม หรือมีการปลูกฝังจิตสำนึกรักธรรมชาติ ให้นักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการอย่างไร
4. ท่านคิดว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง และมีสาเหตุมาจากอะไร

2.4 ด้านการมีส่วนร่วม

1. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านที่ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการหรือไม่ อย่างไร
2. การจัดการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านที่ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่าทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด
ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์)

ชื่อผู้วิจัย นางสาวมุกดา อุ่นกาย นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถลิง

แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ส่วนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

เพศ..... อายุ.....

ชื่อกลุ่มสินค้า/บริการ.....

ตำแหน่งในชุมชน.....

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

1. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่เป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. สิ่งดึงดูด

1.1 ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

.....

.....

2. ที่พัก

2.1 ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวของท่านมีที่พักแรมหรือไม่/ถ้ามีเป็นลักษณะไหน

.....

.....

3. กิจกรรม

3.1 ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดของท่านมีกิจกรรมที่น่าสนใจอะไรบ้าง

.....

.....

4. เกร็ดลักษณะของสินค้า/บริการ

4.1 ท่านคิดว่าปัจจุบันสินค้า/บริการที่ระลึกมีบรรจุภัณฑ์หรือไม่/ถ้ามี มีเอกลักษณ์หรือไม่

.....
.....

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....
.....



แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. งานวิจัยนี้ทำเพื่อนำมาใช้ในการประกอบการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

โดยมีนักวิจัย นางสาวมุกดา อุ่นกาย

3. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอน จำนวน 5 หน้า

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 20 ปี หรือต่ำกว่า 2. 21-30 ปี

3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี 5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส
 3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท
 2. 5,001-10,000 บาท
 3. 10,001-15,000 บาท
 4. 15,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว
 5. รับจ้าง 6. อื่นๆ (ระบุ.....)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

1. เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมอนุรักษ์ธรรมชาติ
 2. เพื่อหาประสบการณ์ใหม่
 3. เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

- 1. ครอบครัว/ญาติ
- 2. เพื่อน
- 3. หมู่คณะ/หน่วยงาน

3. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ (ไม่รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

- 1. 1-3 คน
- 2. 4-6 คน
- 3. 7-9 คน
- 4. 10 คนขึ้นไป

4. ช่วงวันเวลาที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

- 1. วันจันทร์-ศุกร์
- 2. วันเสาร์-อาทิตย์
- 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล

5. แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้การประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปัด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ครอบครัว
- 2. เพื่อน
- 3. รายการโทรทัศน์
- 4. อินเทอร์เน็ต
- 5. โซเชียล เช่น Line Facebook เป็นต้น
- 6. อื่น ๆ

6. การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะใด

- 1. รถจักรยานยนต์
- 2. รถยนต์ส่วนตัว
- 3. รถโดยสารประจำทาง
- 4. บริษัทนำทัวร์
- 5. อื่น ๆ

7. ท่านเคยเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด กี่ครั้ง

- 1. 1 ครั้ง
- 2. 2 ครั้ง
- 3. 3 ครั้ง
- 4. 4 ครั้งขึ้นไป

8. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คนละประมาณเท่าไร

- 1. ต่ำกว่า 500 บาท
- 2. 500-1,000 บาท
- 3. 1,001-1,500 บาท
- 4. มากกว่า 1,500 บาท

9. ท่านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการมาท่องเที่ยวแหล่งอนุรักษ์คลองปากปิด ในครั้งนี้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. น้ำพริกแกง
- 2. หอยเสียบดอง ปลากรอบ จากชาวประมง
- 3. กระจเปา หัตถถนวัตวิถี
- 4. ผ้ามัดย้อม จากเปลือกโกงกาง,ใบหูกวาง
- 5. อื่นๆ.....

10. ท่านคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด อีกกี่ครั้งภายใน 1 ปี

1. 1 ครั้ง
2. 2-3 ครั้ง
3. ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

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

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีความหลากหลายของการจัดกิจกรรม เช่น พายเรือคายัค ทำผ้ามัดย้อม ตลาดนัดประชารัฐ เป็นต้น					
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ เป็นต้น					
3. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น รำกลองยาว 4 พี่น้อง					
4. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว					
5. แหล่งท่องเที่ยวคลองปิดเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง					
ด้านบริการ					
1. มีบริการร้านค้าและร้านของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ					
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดมีบริการที่พักแรม โฮมสเตย์ ไร่รองรับเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน					
4. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เป็นต้น					
5. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหลายจุด					
ด้านบุคลากร					
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตรงต่อเวลา					
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว					
3. เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง					
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการและประสานงานแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม					
5. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด					
ด้านภาพลักษณ์					
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิด					
2. เวลาที่ให้บริการตรงตามที่กำหนดหรือที่แจ้งไว้					
3. ทางแหล่งท่องเที่ยวคลองปากปิดมีการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เช่น การเดินชมในเขตพื้นที่					
4. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองปากปิดจะแสดงความรับผิดชอบเมื่อมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น					
5. ทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปากปิด

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	มุกดา อุ๋นกาย
เกิดเมื่อ	06 March 1997
ประวัติการศึกษา	ปี 2558-2561 ปริญญาตรีสาขารัฐศาสตร์ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปี 2555-2557 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบางสะพานวิทยา

