

A Study of Tourist Behavior and the Tourist Journey Model of Eco - Friendly Tourists in Khung Bang Kachao, Samut Prakan Province, Thailand.

Sanchai Kiatsongchai¹ Sukhuman Klamsaengsai^{2*} Angsikarn Sasithornwetchakul³
Praphatsorn Vardhanabhuti⁴ Phitirat Wongsutinwattana⁵

Received: 13-11-2024, Revised: 15-02-2025, 31-03-2025, Accepted: 02-04-2025

Abstract

This research aims to investigate behaviors and develop a tourist journey model for eco-friendly tourists in Bang Kachao community, Samut Prakan Province, Thailand. Using mixed methods research, data were collected through questionnaires from 400 samples and in-depth interviews with 60 participants. Data were analyzed using descriptive statistics and K-Means cluster analysis. The findings identified four tourist segments based on motivations: Cultural Heritage Seekers (13.75%), Local Wisdom Appreciators (35.00%), Community Income Contributors (20.75%), and Lifestyle Activity Enthusiasts (30.50%). All groups predominantly used Facebook for sharing experiences and chose Bang Nam Phueng Floating Market as their main destination. The tourist journey model revealed three key stages: pre-trip digital information search, during-trip focus on natural and cultural experiences, and post-trip social media sharing. This research provides insights for developing targeted marketing strategies and sustainable tourism management that align with different tourist segments' needs.

Keywords: Tourist Behavior; Tourist Journey; Eco-friendly tourists; Community-based Tourism; Bang Kachao

¹ School of Management Science, Loei Rajabhat University

² School of Management, Walailak University

³ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization)

⁴ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization)

⁵ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization)

*Corresponding Author E-mail: ksukhuma@gmail.com

การศึกษาพฤติกรรมและโมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ในชุมชนคู้บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย

สัณชัย เกียรติทรงชัย¹ สุขุมาล กล้าแสงใส^{2*} อังศิกานต์ ศศิธรเวชกุล³
ประภัสสร วรธนะภูติ⁴ พิธิรัตน์ วงศ์สุทินวัฒนา⁵

วันรับบทความ: 13-11-2024, วันแก้ไขบทความ: 15-02-2025, 31-03-2025, วันตอบรับบทความ: 02-04-2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและพัฒนาโมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคู้บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก 60 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์กลุ่มด้วยวิธี K-Means ผลการวิจัยสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามแรงจูงใจได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสืบสานวัฒนธรรม (13.75%) กลุ่มรับรู้คุณค่าภูมิปัญญา (35.00%) กลุ่มกระจายรายได้สู่ชุมชน (20.75%) และกลุ่มเน้นกิจกรรมและวิถีชีวิต (30.50%) โดยทุกกลุ่มใช้ Facebook เป็นช่องทางหลักในการแชร์ประสบการณ์ และเลือกตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นจุดหมายหลัก โมเดลเส้นทางการเดินทางแสดงให้เห็นพฤติกรรมใน 3 ช่วงสำคัญ ได้แก่ ช่วงก่อนการเดินทางที่เน้นการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัล ช่วงระหว่างการเดินทางที่มุ่งเน้นประสบการณ์ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม และช่วงหลังการเดินทางที่เน้นการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว; เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว; นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม; การท่องเที่ยวชุมชน; คู้บางกะเจ้า

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

³ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

⁴ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

⁵ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ ติดต่ออีเมล: ksukhuma@gmail.com

บทนำ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในหลายประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลัก อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ยังนำมาซึ่งปัญหา เช่น ความแออัดของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรที่ไม่เพียงพอ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (United Nations World Tourism Organization, 2019) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นแนวทางที่มีความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม เดิมทีเป็นเรื่องของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ใส่ใจต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และชุมชน แต่ ณ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้กลายเป็นแนวทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่มนุษย์ได้รับผลกระทบจากสิ่งที่ตัวเองทำ ทั้งจากภาวะโลกร้อน และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 จากรายงานการเดินทางอย่างยั่งยืนประจำปี 2567 ของ Booking.com ซึ่งรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้เดินทางกว่า 31,000 คน จาก 34 ประเทศ โดยรายงานฉบับนี้สำรวจเชิงลึกในแง่ทัศนคติ การให้ความสำคัญ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางอย่างยั่งยืนต่อการตัดสินใจของผู้คนทั่วโลกและนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการสำรวจยังคงสะท้อนถึงความต้องการในการออกเดินทางอย่างยั่งยืนและความตระหนักถึงความยั่งยืน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งชุมชนท้องถิ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 94 ยืนยันว่าการเดินทางอย่างยั่งยืนมีความสำคัญ และได้แนะนำแนวทางการปฏิบัติด้านความยั่งยืนเข้ามาปรับใช้ในการเดินทาง ซึ่งร้อยละ 96 เลือกเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชุมชนที่แท้จริง ร้อยละ 97 ของผู้เดินทางเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าขนาดเล็กหรือร้านค้าอิสระ และร้อยละ 95 วางแผนการเดินทางเพื่อให้สามารถเดิน ปั่นจักรยาน หรือใช้ระบบขนส่งสาธารณะได้ (Bangkok, 2024) คຸ່ງບາງกะเจ้า ตั้งอยู่ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางกระสอบ ตำบลบางยอ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอบัว และตำบลบางกะเจ้า มีเนื้อที่ประมาณ 11,818.75 ไร่ (Office of Natural Resources and Environmental Policy

เจ้าพระยาและอยู่ท่ามกลางความเป็นเมือง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตรแบบบ้านสวนและพื้นที่ป่าเป็นที่ราบลุ่มที่ได้รับอิทธิพลน้ำเค็มจากทะเลเปรี๊ยะเหมือนพื้นที่ชุ่มน้ำขนาดใหญ่ทำให้เกิดเป็นระบบนิเวศในลักษณะ 3 น้ำ ทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นลักษณะโดดเด่นเฉพาะของพื้นที่ (Sommechai et al., 2015) อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่และเป็นปอดของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากลมมรสุมจากอ่าวไทยจะพัดเอาอากาศบริสุทธิ์ที่ผลิตจากพื้นที่แห่งนี้เข้าไปฟอกอากาศเสียในกรุงเทพฯ เป็นเวลากว่าปีละ 9 เดือน (Thompad, 2020) โดยเมื่อปี พ.ศ. 2549 นิตยสาร Time Magazine ได้ประกาศยกย่องให้พื้นที่สีเขียวคຸ່ງບາງกะเจ้าเป็น “The Best Urban Oasis of Asia” ทำให้คຸ່ງບາງกะเจ้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ (Chaipattana Foundation, 2020) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ มีกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ การเยี่ยมชมตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง การศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน และการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ (Tourism Authority of Thailand, 2022)

ที่ผ่านมา มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคั้งบางกะเจ้าในหลายมิติ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวยั่งยืน (Khongprasert et al, 2021; Mukda et al, 2020) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (Lertchanrit, 2018; Mukda et al, 2020; Prasongthan, 2019) การตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Phetkaew & Kaewnuch, 2019; Dabpetch, 2021) หรือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Lertchanrit, 2018; Prasongthan, 2019) เป็นต้น แต่ยังคงขาดการศึกษาที่บูรณาการระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมและเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งแบบภาพรวมและแบบรายกลุ่ม

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมตลอดจนโมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีพฤติกรรมบางอย่างร่วมกันและมีพฤติกรรมบางอย่างแตกต่างกัน ตลอดจนวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในภาพรวมด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอโมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ 1. การกระทำของบุคคล 2. กระบวนการตัดสินใจ 3. กิจกรรมทางกายภาพ และ 4. กิจกรรมทางจิตใจ (Kotler & Keller, 2016) โดยการค้นหาลักษณะของพฤติกรรมสามารถค้นหาได้จากคำถามที่เกี่ยวกับ 6Ws และ 1H ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ 1) ประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ 2) สิ่งที่มีผลกระทบต่อ 3) ทำไมจึงซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ให้ 5) ชื่อเมื่อใดโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงฤดู ช่วงเดือนของปี ช่วงวันของเดือน ช่วงเวลาของโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ 6) ชื่อที่ไหน ช่องทางหรือแหล่งที่ทำการซื้อ 7) ชื่ออย่างไร ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก ตัดสินใจซื้อและความรู้สึกหลังการซื้อ

ปัจจุบันเนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและภาวะวิกฤตของสิ่งแวดล้อมทั่วโลก รวมทั้งนโยบายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวที่ใส่ใจและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่มีความตื่นตัวด้านการอนุรักษ์ (Ministry of Tourism and Sports, 2023; Tourism Authority of Thailand, 2024; UNWTO, 2024) ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือการที่ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตระหนักถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม ภัยจากภาวะโลกร้อน และผลกระทบจากพฤติกรรม โดยต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญ นักท่องเที่ยวตามแนวคิดนี้จะใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Martinez & Lopez, 2023; Park & Lee, 2024; Srijanya, 2020; Van Quang & Ha, 2023) ร่วมป้องกัน รักษา ฟื้นฟู และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยปฏิบัติผ่านการศึกษาข้อมูล ทำตามกฎระเบียบ จัดการขยะ ใช้ยานพาหนะที่เหมาะสม อนุรักษ์ระบบนิเวศ และเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น (Tourism Authority of Thailand, n.d.) งานวิจัยของ (Li, et al., (2024) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งประเด็นสำคัญเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดจากการรับรู้ผลกระทบ ค่านิยมส่วนตัว และการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แสดงออกผ่านการเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลดขยะและประหยัดพลังงาน และการร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ และการสนับสนุนจากภาครัฐกิจ และ 4) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ผ่านการศึกษาข้อมูล ร่วมกิจกรรมท้องถิ่น และให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ให้บริการ

สำหรับปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว การศึกษาส่วนใหญ่แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อเวลา สถานที่และประเภทของการท่องเที่ยว ทั้งนี้ แรงจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมกระทำกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ของบุคคล ไปยังเป้าหมาย เพื่อสนองความพึงพอใจให้กับตนเองในด้านต่าง ๆ ซึ่ง (Mcintosh & Goeldner, 1986) และ (Ritchie & Goeldner, 2009) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยแบ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1) แรงจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงจูงใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ 2) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม ลักษณะการดำรงชีวิต ศิลปะแขนงต่าง ๆ รับชมรับฟังดนตรี นาฏศิลป์ จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ความเชื่อ ตำนาน เรื่องราวในท้องถิ่นและศาสนา 3) แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

กล่าวถึงการได้พบปะบุคคลอื่นๆ ในสังคมเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ 4) แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง เป็นการทำกิจกรรมบางอย่างที่เป็นการสร้างการยอมรับจากผู้อื่น ชื่อเสียง

เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง ผ่านการศึกษาจุดสัมผัสอย่างหลากหลาย (Touch Point) ช่วงก่อนการเดินทาง ระหว่างเส้นทางการท่องเที่ยว และภายหลังการใช้บริการของนักท่องเที่ยว (Johnson, 2024) ซึ่ง (Guan, et al., 2023) ได้ศึกษาและจำแนกประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการวิเคราะห์ CiteSpace โดยแบ่งเป็น 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) ประสบการณ์เชิงอารมณ์ (Emotional Experience) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกทั้งด้านบวกและลบระหว่างการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) ครอบคลุมการตัดสินใจ การกระทำ และการมีปฏิสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว 3) อิทธิพลทางวัฒนธรรมและสังคม (Cultural and Social Influences) แสดงผลของวัฒนธรรมท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อประสบการณ์ และ 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) สะท้อนระดับความพอใจต่อประสบการณ์โดยรวม ซึ่งส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ นอกจากนี้ (Hadinejad & Moyle, 2023) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคแผนที่คอนเซปต์ โดยพบปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน คือ 1) ความคาดหวังและประสบการณ์จริง ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ 2) ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม โดยเฉพาะการปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น 3) คุณภาพการบริการที่ได้รับระหว่างการเดินทาง 4) ประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างท่องเที่ยว และ 5) การพบปะและเชื่อมต่อกับสังคมกับนักท่องเที่ยวอื่น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแผนที่คอนเซปต์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจทัศนคติของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

สำหรับบทความนี้ คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ (Kotler, et al., 2017) ที่กล่าวถึงเส้นทางผู้บริโภคสายใหม่ที่รองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ได้แก่ โมเดล 5A's ประกอบด้วย การรับรู้ (Aware) ดึงดูดใจ (Appeal) สอบถาม (Ask) ลงมือทำ (Act) และสนับสนุน (Advocate) และแนวคิดของ (Thippayakraisorn, 2018) ที่แบ่งเส้นทางของผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Customer's Journey) ออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ (Awareness) 2) การประเมินทางเลือก (Consideration) คือ การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ 3) ความชื่นชอบ (Preference) คือ การกตติตามเพื่อรับทราบข้อมูล 4) การซื้อ (Purchasing) 5) ความจงรักภักดี (Loyalty) 6) การบอกต่อ (Advocacy) มาปรับประยุกต์ใช้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนบางกะเจ้า โดยสรุปและแบ่งการวิเคราะห์ ออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ สนใจ (Awareness) 2) การค้นหาข้อมูล (Consideration and Evaluation) 3) การซื้อสินค้าและบริการ (Purchase) 4) การซื้อซ้ำ (Repurchase) และ 5) ความจงรักภักดีและบอกต่อ (Loyalty and Advocacy) ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวเป็นการศึกษาครอบคลุมเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความวิจัยนี้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเป็นการวิจัยแบบควบคู่กันไปของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Questionnaires) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ (Structured In-depth Interviews) เพื่อทวนสอบผลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณ (Methodology Triangulation) โดยผู้วิจัยเจาะจงเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 18 ปีบริบูรณ์ เป็นนักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนหรือหมู่บ้าน และมีการอุดหนุนสินค้าและบริการท้องถิ่นที่ผลิต โดยชุมชนภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือโดยการประยุกต์จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นออกแบบแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปในทุกข้อคำถาม และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด โดยใช้เทคนิคแบบอัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ซึ่ง (Punch, K. F., & Bellamy, C. 2014) ได้ระบุตัวอย่างขั้นต่ำ 30 ตัวอย่างในการตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่น จากผลการทดสอบ พบว่า ได้คะแนนค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.887 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ในระดับสูง หลังจากนั้นผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่คู้บางกะเจ้า จำนวน 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางกระสอบ ตำบลบางยอ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอบัว และตำบลบางกะเจ้า โดยทำการกระจายเก็บข้อมูลในวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ช่วงเดือน พฤศจิกายน 2564-มกราคม 2565 โดยผู้วิจัยให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเอง ณ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ท่าเรือ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พักต่าง ๆ ในพื้นที่คู้บางกะเจ้าและด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงได้ปรับไปเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ร่วมด้วยอีกส่วนหนึ่ง จากนั้นผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อคำถาม โดยดำเนินการเก็บจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด 400 ตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลเชิงพรรณนา 2) เทคนิควิธีการ K-Mean Cluster Analysis ในการวิเคราะห์จัดกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้ตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยเริ่มวิเคราะห์จัดกลุ่มจาก 2 กลุ่มเป็นต้นไป และใช้เกณฑ์การพิจารณาจัดกลุ่ม ดังนี้ 1) จำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่ม หรือ cluster มีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ของจำนวนตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้คือต้องมีจำนวนสมาชิกไม่น้อยกว่า 8 คน 2) แต่ละกลุ่มหรือ cluster ต้องมีความ

แตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มให้มากที่สุด และภายในกลุ่มจะต้องมีความใกล้เคียงกันหรือคล้ายคลึงกันของค่าเฉลี่ย

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured In-depth Interview) โดยประเด็นหลักของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย วิธีการเดินทางมาชุมชนคั้งบางกะเจ้า เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทำความรู้สึกที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนคั้งบางกะเจ้า ตลอดจนประเด็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ภายหลังจากการท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวแบบเจาะจง เช่นเดียวกับการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 60 ตัวอย่าง โดยการกระจายที่มนักวิจัยเก็บข้อมูลตำบลละ 10 ตัวอย่าง ใน 6 ตำบล และรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน คั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย

การศึกษาด้านวิธีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า แสดงให้เห็นความสอดคล้องในหลายประเด็นสำคัญ โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพได้ขยายความและเสริมรายละเอียดที่ลึกซึ้งเพิ่มเติมจากข้อค้นพบในการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้ ในด้านพาหนะและรูปแบบการเดินทางผลการวิจัยเชิงปริมาณระบุว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยการขับรถส่วนตัว (ร้อยละ 70.9) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่านักท่องเที่ยวนิยมขับรถส่วนตัวมาเอง โดยข้อมูลเชิงคุณภาพได้เสริมให้เห็นว่า นอกจากรถยนต์ส่วนตัวแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เลือกใช้ระบบขนส่งสาธารณะหลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส ต่อด่วนวินมอเตอร์ไซค์และเรือ หรือแท็กซี่ต่อด่วนรถไฟฟ้าและเรือ สะท้อนความต้องการประสบการณ์การเดินทางที่แตกต่างกัน สำหรับลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง ผลเชิงปริมาณระบุว่าส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 50.3) รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 39.8) ขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่าส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน รองลงมาคือครอบครัว ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากช่วงเวลาและกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน แต่ทั้งสองการศึกษายืนยันว่าการท่องเที่ยวคั้งบางกะเจ้าส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มมากกว่าคนเดียว ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบตรงกันว่าระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน หรือไม่พักค้างคืน (ร้อยละ 80.4 จากการวิจัยเชิงปริมาณ) ซึ่งเชื่อมโยงกับเหตุผลหลักในการเลือกมาคั้งบางกะเจ้าคือการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ เหตุผลในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวคั้งบางกะเจ้า พบว่าทั้งสองการศึกษาระบุเหตุผลหลักตรงกัน คือ (1) ความใกล้กรุงเทพฯ (2) ความเป็นพื้นที่สีเขียว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (3) ความหลากหลายของกิจกรรม (4) ความสะดวกในการเดินทาง และ (5) ชื่อเสียงของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพได้เพิ่มเติมมิติด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวว่า นอกจากปัจจัยเหล่านี้แล้ว อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่แตกต่าง บรรยากาศเรียบง่าย ความสงบ และการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน ยังเป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดในพื้นที่คั้งบางกะเจ้าคือตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งพบในทั้งสองการศึกษา

โดยการวิจัยเชิงปริมาณระบุว่ามีย่านท่องเที่ยวถึงร้อยละ 90.5 เดินทางไปเยี่ยมชม และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ระบุแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมรองลงมาเพิ่มเติม ได้แก่ คลองแพ และสวนศรีนครเขื่อนขันธ์

ความแตกต่างที่น่าสนใจปรากฏในด้านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ โดยผลเชิงปริมาณระบุว่ากิจกรรมชิมอาหารท้องถิ่นเป็นกิจกรรมยอดนิยม (ร้อยละ 69.6) รองลงมาคือการเที่ยววิถีชีวิตและโฮมสเตย์ และการปั่นจักรยาน ในขณะที่ผลเชิงคุณภาพพบว่าการปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำมากที่สุด รองลงมาคือการล่องเรือและชมหิ่งห้อย ความแตกต่างนี้อาจสะท้อนถึงช่วงเวลาของการเก็บข้อมูลและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ทั้งสองการศึกษาชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนได้รับความนิยมนสูง การศึกษาเชิงคุณภาพยังเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ การมีส่วนร่วมในชุมชน เช่น การเก็บขยะ การปลูกป่า การมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมเชิงวิชาการ เช่น การขับเคลื่อนแนวคิด Low Carbon การทำป้ายสื่อความหมาย โดยสรุป ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกันในประเด็นหลักเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทาง เหตุผลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ยอดนิยม โดยข้อมูลเชิงคุณภาพช่วยขยายความและเติมเต็มความเข้าใจเกี่ยวกับมิติต่างๆ ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้าอย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยใช้ข้อมูลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในการวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Cluster Analysis) ด้วยวิธี K-Means เพื่อแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่คั้งบางกะเจ้าโดยการกำหนดให้ตัวแปรแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ด้านสถานภาพและชื่อเสียง จำนวน 20 รายการ ที่จัดทำให้เป็นตัวแปรมาตรฐาน (Standardized Data) มาทำการแบ่งกลุ่ม ซึ่งสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสืบสานวัฒนธรรม อนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างความสัมพันธ์ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน 2) กลุ่มรับรู้คุณค่าภูมิปัญญาของชุมชนและสนใจเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีของแหล่งท่องเที่ยว 3) กลุ่มที่ต้องการกระจายรายได้ให้กับชุมชน และให้ภาพลักษณ์ตนเองในการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชน และรักษาสิ่งแวดล้อม และ 4) กลุ่มเน้นกิจกรรม วิถีชีวิตที่หลากหลายและต้องการให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยวดังตารางที่ 1

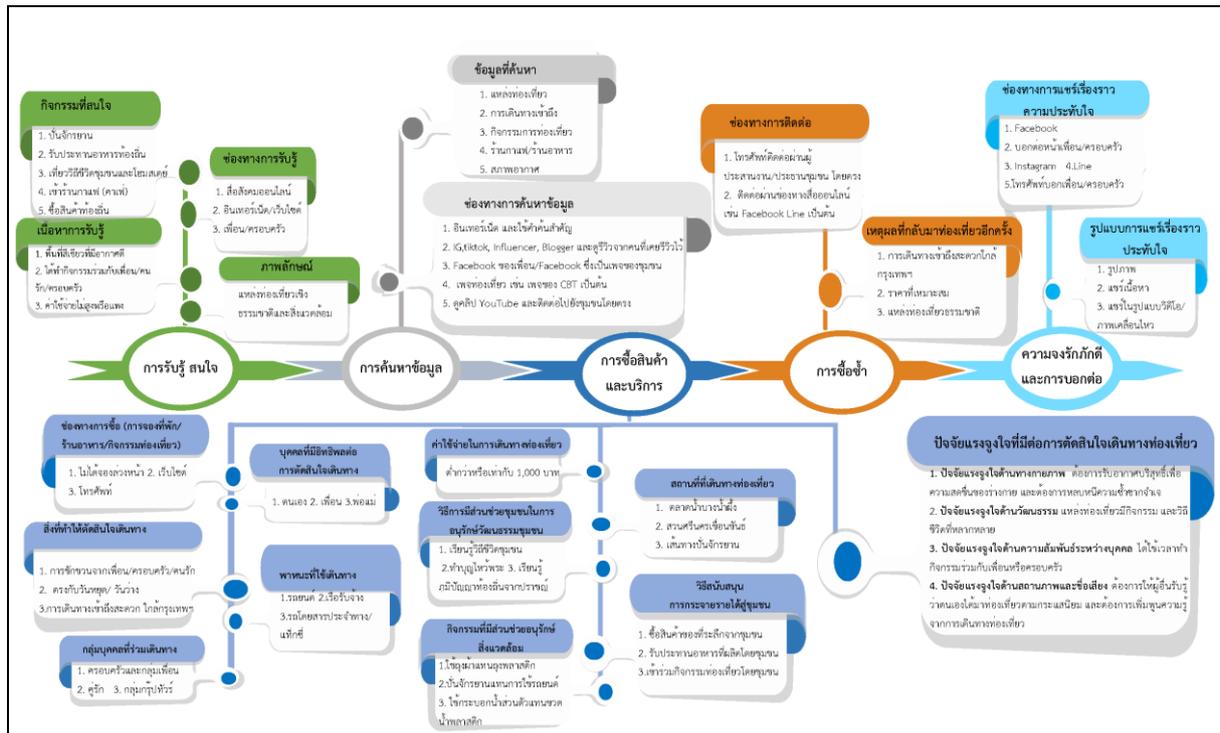
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของสมาชิกที่แยกตามกลุ่ม (Cluster)

กลุ่ม (Cluster)	จำนวน	ร้อยละ
1 กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมฯ	55	13.75
2 กลุ่มรับรู้คุณค่าภูมิปัญญาฯ	140	35.00
3 กลุ่มที่ต้องการกระจายรายได้ฯ	83	20.75
4 กลุ่มเน้นกิจกรรมฯ	122	30.50
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน คังบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย

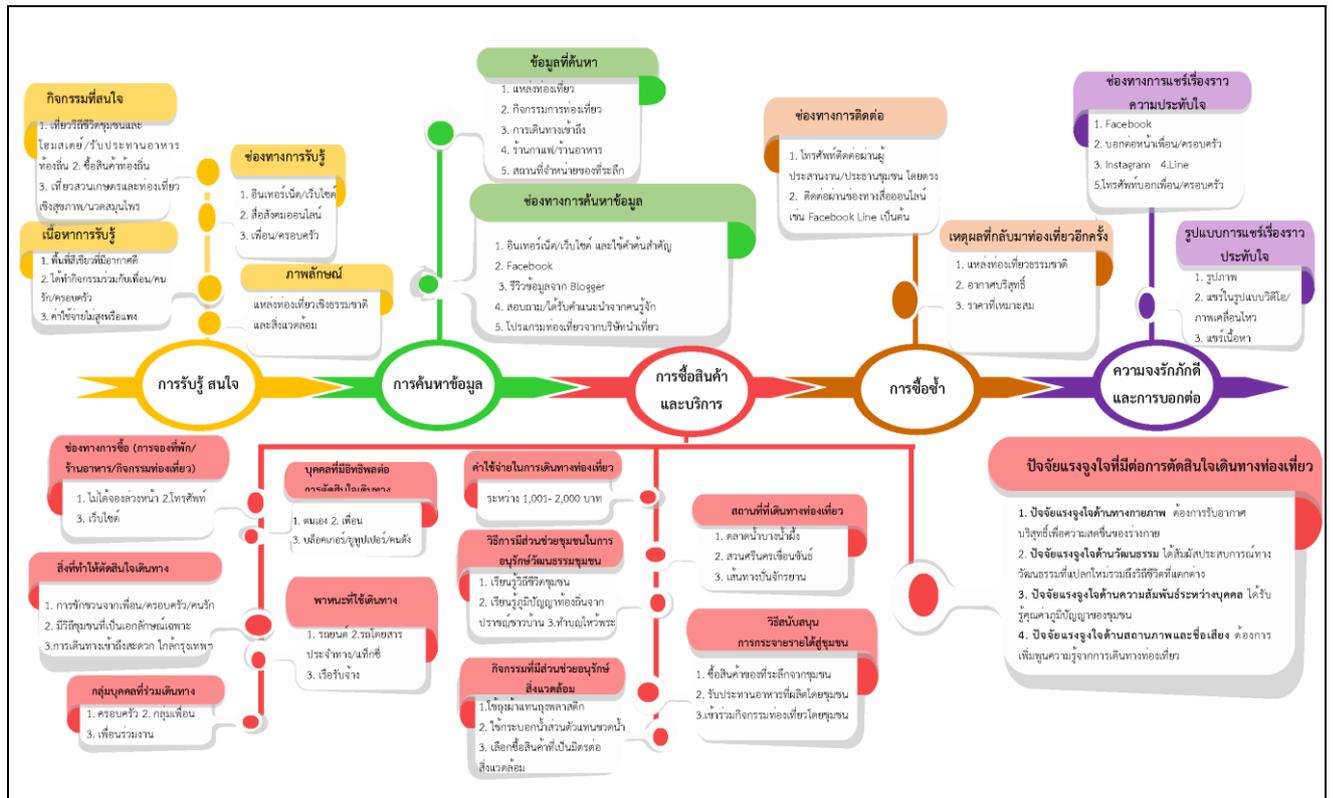
ในการวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tourist Journey) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่คังบางกะเจ้าในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวครอบคลุมเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการรับรู้ สนใจ และขั้นการค้นหาข้อมูล) ช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการซื้อสินค้าและบริการ) และช่วงภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการซื้อซ้ำ และขั้นความจงรักภักดี การบอกต่อ) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และด้านเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สามารถแสดงได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 กลุ่มสืบสานวัฒนธรรม อนุรักษ์ และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างความสัมพันธ์ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80.6) อยู่ในกลุ่ม Gen Y (ร้อยละ 60) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.8) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 54.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 30.9) รองลงมา คือ รับราชการ/พนักงานรัฐ (ร้อยละ 29.1) และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 21.8) โดยนักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์คังบางกะเจ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 47.3) โดยมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 65.5) กิจกรรมที่สนใจมากที่สุด คือ การปั่นจักรยาน (ร้อยละ 65.5) ส่วนใหญ่ไม่จองที่พัก/กิจกรรมล่วงหน้า (ร้อยละ 72.7) เดินทางด้วยรถยนต์ (ร้อยละ 74.5) มากับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 45.5) มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 60) แรงจูงใจหลักคือการใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุดคือตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (ร้อยละ 98.2) นักท่องเที่ยวสนับสนุนชุมชนด้วยการซื้อสินค้าของที่ระลึก (ร้อยละ 72.7) และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้วยการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (ร้อยละ 72.7) ส่วนใหญ่แชร์ประสบการณ์ผ่าน Facebook (ร้อยละ 79.6) ในรูปแบบรูปภาพ (ร้อยละ 79.6) (ภาพที่ 1)



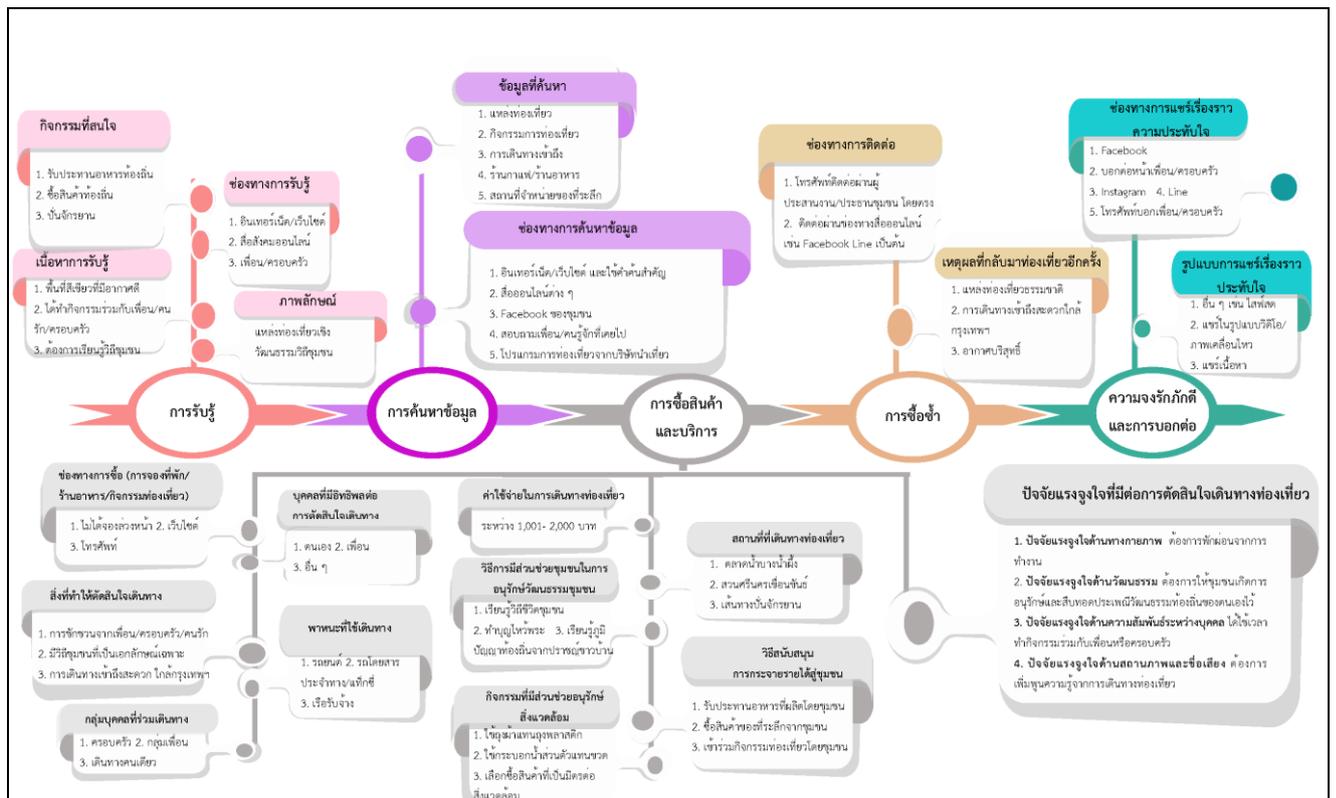
ภาพที่ 1 เส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 กลุ่มสี่ประสานวัฒนธรรม อนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างความสัมพันธ์ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 2 กลุ่มรับรู้คุณค่า ภูมิปัญญาของชุมชนและสนใจเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 77.1) อยู่ในกลุ่ม Gen Y (ร้อยละ 44.3) และ Gen X (ร้อยละ 37.1) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48.6) สถานภาพโสด (ร้อยละ 61.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 40.1) ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ (ร้อยละ 30) รองลงมา คือ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 24.3) และพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 21.4) ซึ่งจากการวิเคราะห์เส้นทาง การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์คั้งบางกะเจ้าผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด (ร้อยละ 42.9) มองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 63.6) สนใจกิจกรรมเที่ยววิถีชีวิตชุมชน/โฮมสเตย์ และรับประทานอาหารท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 71.4) ส่วนใหญ่ไม่จองที่พัก/กิจกรรมล่วงหน้า (ร้อยละ 63.6) เดินทางด้วยรถยนต์ (ร้อยละ 70.7) มากับครอบครัว (ร้อยละ 50.7) มีค่าใช้จ่าย 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 50.7) แรงจูงใจหลักคือได้สัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.90) สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด คือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (ร้อยละ 85) สนับสนุนชุมชนด้วยการซื้อสินค้าของที่ระลึก (ร้อยละ 85) และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้วยการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (ร้อยละ 82.1) ส่วนใหญ่แชร์ประสบการณ์ผ่าน Facebook (ร้อยละ 89.9) ในรูปแบบรูปภาพ (ร้อยละ 76.8) (ภาพที่ 2)



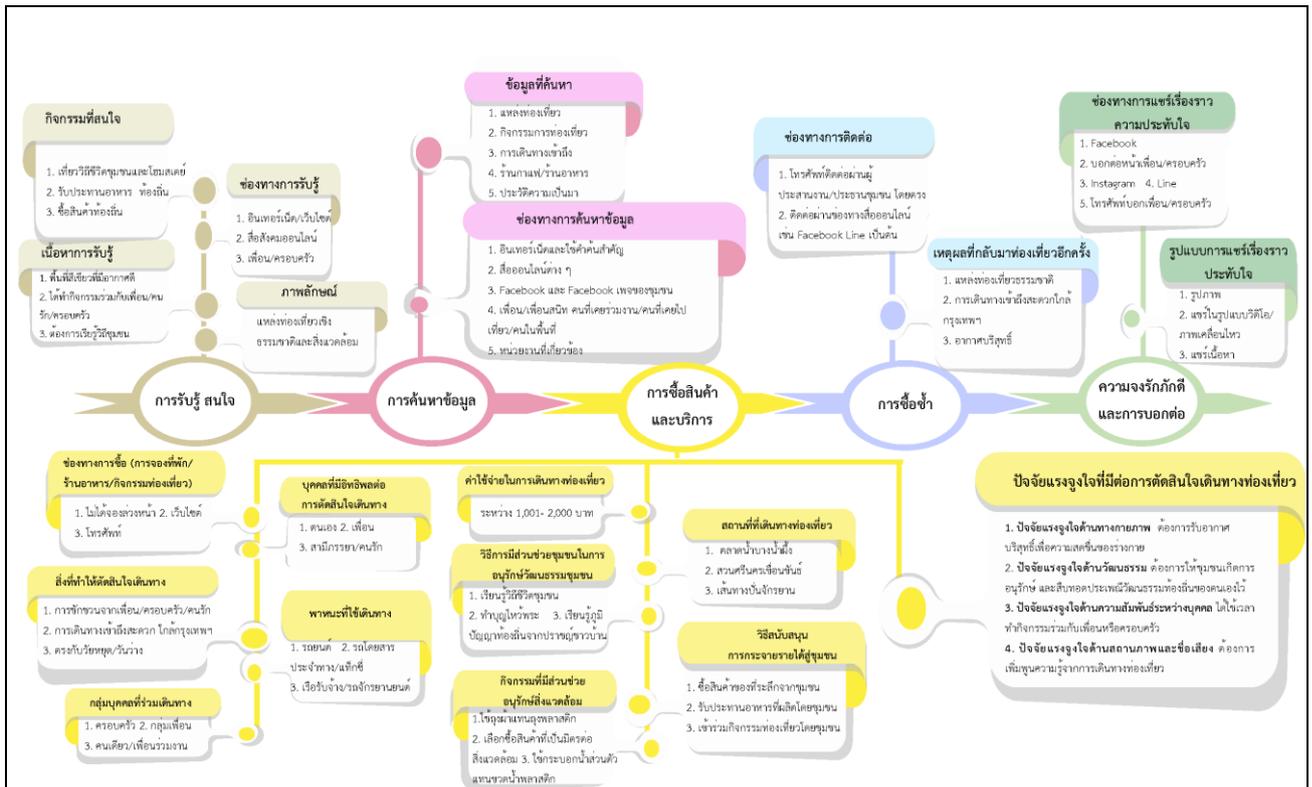
ภาพที่ 2 เส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ 2 กลุ่มรับรู้คุณค่า ภูมิปัญญาของชุมชนและสนใจเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีของแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ต้องการกระจายรายได้ให้กับชุมชนและให้ภาพลักษณ์ตนเองในการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.1) อยู่ในกลุ่ม Gen Y (ร้อยละ 39.8) และ Gen X (ร้อยละ 37.3) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.6) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.0) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 39.8) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 27.7) และรับราชการ/พนักงานรัฐ (ร้อยละ 26.5) ซึ่งจากการวิเคราะห์เส้นทาง การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์คั้งบางกะเจ้าผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด (ร้อยละ 38.6) มองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชุมชน (ร้อยละ 48.2) สนใจรับประทานอาหารท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 81.9) ส่วนใหญ่ไม่จองที่พัก/กิจกรรมล่วงหน้า (ร้อยละ 65.1) เดินทางด้วยรถยนต์ (ร้อยละ 73.5) มากับครอบครัว (ร้อยละ 49.4) มีค่าใช้จ่าย 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 47) แรงจูงใจหลักคือต้องการให้ชุมชนอนุรักษ์และสืบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.77) สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด คือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (ร้อยละ 96.4) สนับสนุนชุมชนด้วยการรับประทานอาหารเช้าที่ผลิตโดยชุมชน (ร้อยละ 90.4) และแชร์ประสบการณ์ผ่าน Facebook (ร้อยละ 79.5) (ภาพที่ 3)



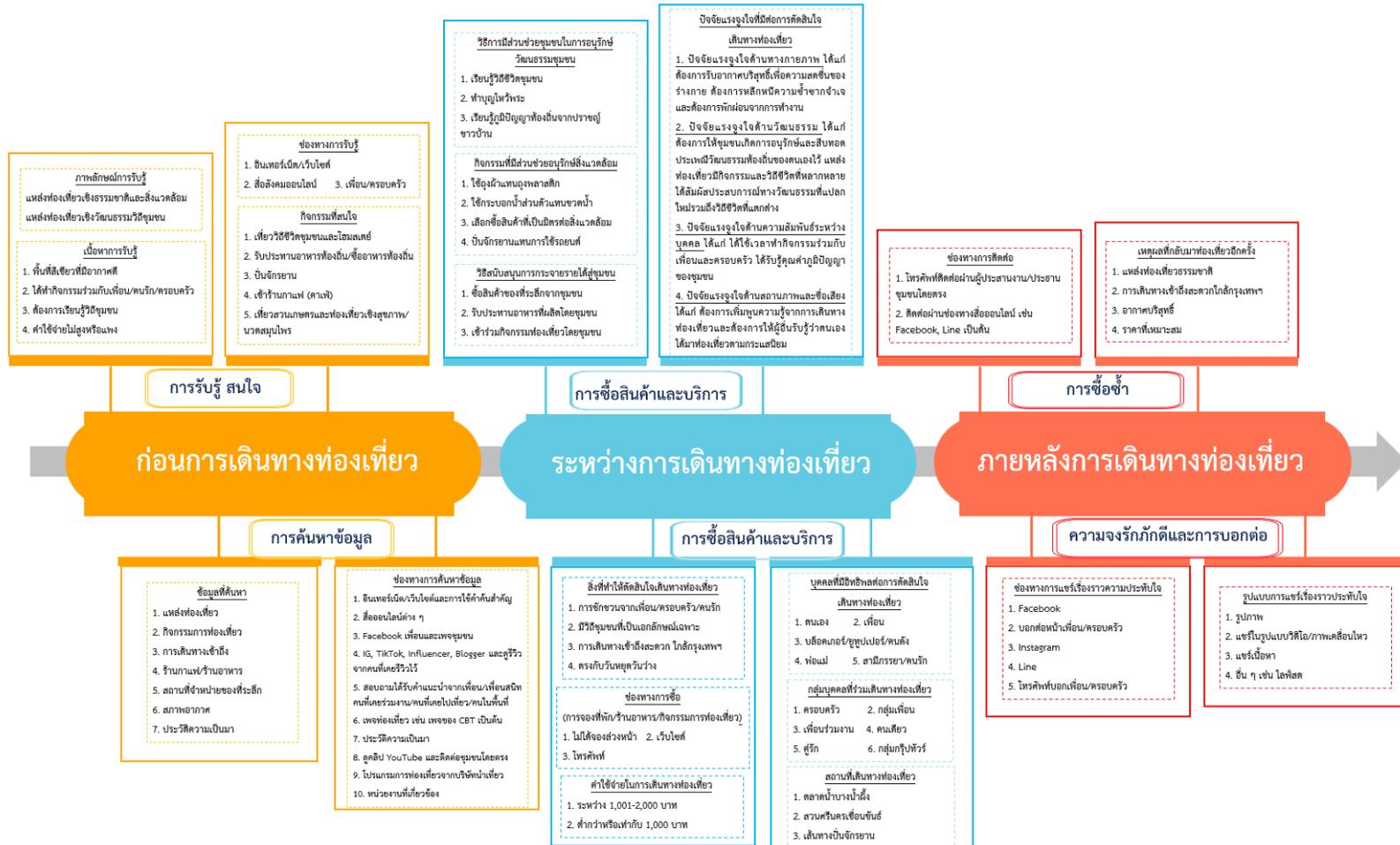
ภาพที่ 3 เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ต้องการกระจายรายได้ให้กับชุมชน และให้ภาพลักษณ์ตนเองในการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 4 กลุ่มเน้นกิจกรรม วิถีชีวิตที่หลากหลายและต้องการให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80.3) อยู่ในกลุ่ม Gen Y (ร้อยละ 55.7) และ Gen X (ร้อยละ 33.6) มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.3) สถานภาพโสด (ร้อยละ 67.2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 41.8) ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ (ร้อยละ 33.6) และพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 27.9) ซึ่งการวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์คั้งบางกะเจ้า ผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด (ร้อยละ 52.5) มองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 62.3) สนใจกิจกรรมเที่ยววิถีชีวิตชุมชนและโฮมสเตย์มากที่สุด (ร้อยละ 73) ส่วนใหญ่ไม่จองที่พัก/กิจกรรมล่วงหน้า (ร้อยละ 60.7) เดินทางด้วยรถยนต์ (ร้อยละ 72.1) มากับครอบครัว (ร้อยละ 50.8) มีค่าใช้จ่าย 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 50) แรงจูงใจหลัก คือ ต้องการรับอากาศบริสุทธิ์ (ค่าเฉลี่ย 4.54) สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุดคือตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (ร้อยละ 88.5) สนับสนุนชุมชนด้วยการซื้อสินค้าของที่ระลึก (ร้อยละ 80.3) และแชร์ประสบการณ์ผ่าน Facebook (ร้อยละ 95.9) (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 4 กลุ่มเน้นกิจกรรม วิถีชีวิตที่หลากหลายและต้องการให้คนในท้องถิ่นมีธรรมาศัยที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

นอกจากพฤติกรรมและเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอโมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย ช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการรับรู้ สนใจ และขั้นการค้นหาข้อมูล) ช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการซื้อสินค้าและบริการ) และช่วงภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (ขั้นการซื้อซ้ำ และขั้นความจงรักภักดี การบอกต่อ) ได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 โมเดลเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นลักษณะที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า โดยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพในภาคเอกชน และมีรายได้ระดับปานกลาง (15,001-30,000 บาท) สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Choeychid, 2020) และ (Lerspipatthananon, 2018) ที่พบลักษณะทางประชากรศาสตร์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือ แรงจูงใจในการเดินทางที่มุ่งเน้นการแสวงหาประสบการณ์เชิงธรรมชาติและ การพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเป็น "พื้นที่สีเขียว" และ "อากาศดี" ของคั้งบางกะเจ้า สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมในเมืองที่แออัด ซึ่ง (Ounokphan, 2020) ได้อธิบายว่าเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ นอกจากนี้ การที่นักท่องเที่ยวรู้สึก "ประทับใจ" "ผ่อนคลาย" และ "เพลิดเพลิน" สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในคั้งบางกะเจ้าตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานที่ต้องการพื้นที่พักผ่อนที่มีคุณภาพและเข้าถึงได้ง่ายและการเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทาง แสดงให้เห็นถึงความต้องการความยืดหยุ่นและอิสระในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและการควบคุมประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยตนเอง

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในคั้งบางกะเจ้าโดยใช้วิธี K-Mean Cluster Analysis แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่มตามแรงจูงใจ โดยกลุ่มรับรู้คุณค่าภูมิปัญญามีสัดส่วนมากที่สุด (35%) และมีแรงจูงใจหลักในการสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ สะท้อนแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่กำลังเติบโตในศตวรรษที่ 21 (Pine & Gilmore, 2011) ในขณะที่กลุ่มกระจายรายได้สู่ชุมชน (20.75%) และกลุ่มเน้นกิจกรรมและวิถีชีวิต (30.50%) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Goodwin, 2016) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุค Post-COVID ที่แสวงหาประสบการณ์ใกล้ชิดธรรมชาติ (Cohen, 2019) แม้กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมจะมีสัดส่วนน้อยที่สุด (13.75%) แต่มีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านกิจกรรมปั่นจักรยานสูงสุด (65.5%) สอดคล้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสวงหาประสบการณ์เชิงลึก (Smith & Richards, 2013) ทั้งนี้ ทุกกลุ่มมีการใช้ Facebook เป็นช่องทางหลักในการแชร์ประสบการณ์ (มากกว่า 79%) สะท้อนอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการท่องเที่ยวชุมชนในยุคดิจิทัล (Gretzel, 2018) และการที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นจุดหมายหลักของทุกกลุ่ม (มากกว่า 85%) แสดงถึงศักยภาพในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายตามแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Butler, 2019)

การวิเคราะห์โมเดลเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในคั้งบางกะเจ้าแสดงให้เห็นพฤติกรรมที่น่าสนใจใน 3 ช่วงสำคัญ ได้แก่ 1. ช่วงก่อนการเดินทาง คือการที่นักท่องเที่ยว Gen Y ใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการรับรู้และค้นหาข้อมูล สอดคล้องกับรายงานของ (Manager Online, 2022)

ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลออนไลน์เพื่อวางแผนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการเข้าถึง 2. ช่วงระหว่างการเดินทาง พบปัจจัยแรงจูงใจที่น่าสนใจประกอบด้วย 1) ด้านกายภาพ: ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ 2) ด้านวัฒนธรรม: มุ่งเน้นการอนุรักษ์และสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ และ 3) ด้านความสัมพันธ์: เน้นการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวและเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ounokphan, 2020) ที่พบว่านักท่องเที่ยว Gen Y ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น การมีประสบการณ์ร่วมกับชุมชน และการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ และ 3) ช่วงหลังการเดินทาง โดยพฤติกรรมการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook และ Instagram สะท้อนลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว Gen Y ที่ชอบถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านรูปภาพและวิดีโอ การแชร์เรื่องราวเชิงบวกยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนผ่านการบอกต่อแบบปากต่อปากในโลกออนไลน์ ซึ่งข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในคั้งบางกะเจ้าตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว Gen Y ที่แสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่น พร้อมกับการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบประเด็นที่สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าในสามด้านหลัก ด้านแรก คือการแสวงหาประสบการณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับ (Sriboonruang & Pimonsompong, 2013) ที่พบว่านักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงต้องการสัมผัส "ความเดิมแท้" ของท้องถิ่นผ่านการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนและประเพณี ด้านที่สอง คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่ง (Soonsan, 2020) ได้จำแนกเป็นแรงจูงใจดึง (Pull Factors) ที่เน้นความเป็นท้องถิ่น และแรงจูงใจผลัก (Push Factors) ที่มุ่งเน้นการหลีกเลี่ยงความจำเจ และด้านที่สาม คือพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทาง ซึ่งสะท้อนลักษณะของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ตามที่ (Sriboonruang & Pimonsompong, 2013) ได้ระบุไว้ ข้อค้นพบเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าคั้งบางกะเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างครบถ้วน ทั้งในแง่ของประสบการณ์ท้องถิ่น การหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และการสัมผัสธรรมชาติ

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ได้สร้างประโยชน์ทั้งเชิงวิชาการและการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในหลายมิติ โดยนำเสนอแนวคิดการด้านระเบียบวิธีวิจัยผ่านการใช้การวิเคราะห์แบบ K-Means Cluster Analysis ร่วมกับการศึกษา Tourist Journey ในรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งนำไปสู่การค้นพบใหม่ในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็น 4 กลุ่มตามแรงจูงใจ ละเอียดยกกว่างานวิจัยก่อนหน้าที่มักแบ่งเพียง 2-3 กลุ่ม และสามารถระบุความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาโมเดล Tourist Journey ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ครอบคลุม 3 ช่วงเวลาสำคัญ พร้อมทั้งแสดงให้เห็นบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในแต่ละช่วงของการเดินทาง ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้ากับพฤติกรรมดิจิทัลของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

การบูรณาการข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทำให้เกิดข้อเสนอในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ผลการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด (มากกว่า 85% ในทุกกลุ่ม) ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ เพื่อลดความแออัดและกระจายรายได้ให้ทั่วถึง
2. จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบประเด็นสำคัญที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละโซนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี การต่อยอดผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบท้องถิ่นและออกแบบของที่ระลึกที่โดดเด่น รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับ Influencer และ Blogger ในการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการใช้บริการขนส่งสาธารณะ พร้อมทั้งจัดทำแผนที่ดิจิทัลแสดงจุดสนใจในแต่ละตำบล การพัฒนาในประเด็นเหล่านี้จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวคั้งบางกะเจ้าให้มีความยั่งยืนและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผลการวิเคราะห์เส้นทางทางการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Journey) และจุดสัมผัสประสบการณ์ (Touch Points) ของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชี้ให้เห็นว่าชุมชนคั้งบางกะเจ้าควรพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เน้นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และระบบจองกิจกรรมที่ใช้งานง่าย ควบคู่กับการใช้การตลาดเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเพิ่มความภักดีของนักท่องเที่ยวในระยะยาว
4. จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนคั้งบางกะเจ้า สะท้อนไปยังหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่และชุมชนคั้งบางกะเจ้า ว่าควรพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ พร้อมทั้งนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อสร้างความยั่งยืนและคงคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น แม้ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า แต่การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงกับกรุงเทพฯ จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้ง 4 กลุ่มในเชิงลึก เพื่อนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
2. ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมของคน 3 เชื้อชาติ (ไทย จีน มอญ) ในพื้นที่ 6 ตำบล ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิม ภูมิปัญญาประยุกต์ และภูมิปัญญารูปแบบใหม่ เพื่อต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน
3. การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจะช่วยกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศของคั้งบางกะเจ้าได้

References

- Bangkok. (2024). *Sustainable travel report 2024*. Retrieved August 15, 2024, from <https://news.booking.com/th-th/thai-travelers-mission-leaving-destinations-better-than-found-unveils-bookingcom-sustainable-travel-report-2024/>
- Butler, R. W. (2019). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World* (4th ed.). Routledge.
- Chaipattana Foundation. (2020). *OUR Khung BangKachao*. Retrieved January 20, 2024, from <https://www.ourkhungbangkachao.com/th/about/index>
- Choeychid, P. (2020). *Domestic tourism behavior and consumer group media exposure in Bangkok and travel decision making were examined after the novel coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic* [Master's thesis, Thammasat University].
- Cohen, E. (2019). Rethinking post-tourism in the age of social distancing. *Annals of Tourism Research, 84*, 102991.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). UCL Press.
- Dabpetch, S. (2021). A study of tourists' experiences and perceptions throughout their journey in Bang Kachao. *Thai Journal of Tourism, 17*(2), 56–74.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development* (2nd ed.). Goodfellow Publishers.
- Gretzel, U. (2018). Social media and tourism. In C. Cooper, S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *The SAGE handbook of tourism management* (pp. 415–432). SAGE Publications.

- Guan, X., Huang, S., & Guo, Y. (2023). Knowledge mapping of tourist experience research: Based on citespace analysis. *Tourism Management Studies*, 45(2), 178–195.
- Hadinejad, A., & Moyle, B. (2023). Concept mapping in tourism: A case study of visitor attitudes. *Tourism Management*, 45(2), 156–170.
- Johnson, S. (2024). Tourist journey mapping: Understanding travel touchpoints. *Journal of Tourism Research*, 42(1), 15–28.
- Khongprasert, P., Kanjanakit, S., & Samahito, S. (2021). Development of creative tourism models in Bang Kachao, Samut Prakan Province. *Thai International Tourism Academic Journal*, 17(1), 1–15.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lerspipatthananon, W. (2018). Thai gen Y people's travelling behavior and motivation patterns. *Dusit Thani College Journal*, 12(Special Issue May), 134–149.
- Lertchanrit, T. (2018). A study of ecotourism patterns and behaviors in Bang Kachao green area. *Journal of Environmental Management*, 14(2), 78–95.
- Li, Y., Coca-Stefaniak, J. A., Nguyen, T. H. H., & Morrison, A. M. (2024). Sustainable tourist behavior: A systematic literature review and research agenda. *Tourism Management*, 85, 104–117.
- Manager Online. (2022). Look at the lifestyle "Gen X Y Z tourism: Travel for relaxation." Retrieved September 10, 2022, from <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9650000027397>
- Martinez, R., & Lopez, J. (2023). Understanding eco-friendly tourist behavior in Spanish protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 178–193.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *National tourism development plan no. 3 (2023–2027)*. Ministry of Tourism and Sports.

- Mukda, W., Kuntornbutr, S., & Thapchai, N. (2020). Guidelines for sustainable tourism development in Bang Kachao, Samut Prakan Province. *Thai Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 22–38.
- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2021). *Quality situation report environment of Kung Bang Kachao area*. Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning.
- Ounokphan, S. (2020). *Travel attitudes and behaviors: The study of differences between generation X and generation Y travelers* [Master's thesis, Mahidol University].
- Park, S., & Lee, J. (2024). Green tourist behavior in marine protected areas: The role of environmental education and regulations. *Marine Policy*, 89, 104–116.
- Phetkaew, P., & Kaewnuch, K. (2019). Guidelines for developing Bang Kachao's tourism marketing for family travelers. *Journal of Business Administration and Social Sciences*, 2(2), 45–60.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage* (Updated ed.). Harvard Business Review Press.
- Punch, K. F., & Bellamy, C. (2014). *Principles of social research: Research design in the social sciences*. SAGE Publications.
- Prasongthan, S. (2019). A study of tourists' behavior and satisfaction towards ecotourism in Bang Kachao, Samut Prakan Province. *Journal of Management Science*, 6(2), 45–62.
- Ritchie, J. R. B., & Goeldner, C. R. (2009). *Tourism principles, practices, philosophies* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Smith, M., & Richards, G. (2013). *The Routledge handbook of cultural tourism*. Routledge.
- Sommeechai, M., Pancharern, R., Maelim, S., & Poompong, N. (2015). Big tree species at Bang Kachao green space in Pha Pradaeng district, Samut Prakan province. In *Proceedings of Thai forest ecological research network (T-FERN): Natural capital resources: Value, development and conservation* (pp. 203–209). Faculty of Forestry, Kasetsart University.
- Soonsan, N. (2020). An analysis of Thai tourists' motivation for visiting a cultural road: A case study of ladyai cultural road, Phuket province. *The Journal of the University of the Thai Chamber of Commerce in Humanities and Social Sciences*, 39(2), 21–29.

- Sriboonruang, P., & Pimonsompong, C. (2013). The development of high value tourist destination for high value tourists in Thailand. *Journal of Southern Technology*, 14(1), 1–13.
- Srijanya, S. (2020). A study of environmentally friendly tourism behavior of tourists in Krabi Province. *Thailand Journal of Tourism Academic*, 14(2), 55–70.
- Thompad, B. (2020). *Strategic plan for developing the Kung Bang Kachao green area towards sustainability 2020–2022*. Strategic Studies Centre, National Defence Studies Institute.
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). 7 green ideas. Retrieved January 20, 2024, from <https://7greens.tourismthailand.org/แนวคิดสีเขียว-7-ประการ/หัวใจสีเขียว/>
- Tourism Authority of Thailand. (2022). *Kung Bang Kachao travel guide*. Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand. (2024). *Report on trends in thai tourism for the year 2024*. Tourism Authority of Thailand.
- United Nations World Tourism Organization. (2019). *International tourism highlights*. World Tourism Organization.
- United Nations World Tourism Organization. (2024). Tourism and environmental sustainability. *UNWTO Tourism Reports*, 12(1), 15–28.
- Van Quang, N., & Ha, V. (2023). Research on the behavior of gen z on using of green tourism: The role of knowledge sharing. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8), 1–16. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3172>