

แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์



นางสาววรรษมน อัจฉรวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

DEVELOPING MANAGEMENT GUIDELINES OF BUENGBORAPHET TOURISM
DESTINATIONS IN NAKHONSAWAN PROVINCE

Miss Watsamon Adcharawan



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด
จังหวัดนครสวรรค์

โดย

นางสาววรรณ อัจฉรวรรณ

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ)

วรรณชน อัจฉราวรรณ : แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์. (DEVELOPING MANAGEMENT GUIDELINES OF BUENGBORAPHET TOURISM DESTINATIONS IN NAKHONSAWAN PROVINCE) อ.ที่ปริกษาวิทยาพนธ์หลัก: รศ. ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์, 127 หน้า.

วรรณชน อัจฉราวรรณ: แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด
จังหวัดนครสวรรค์

(DEVELOPING MANAGEMENT GUIDELINES OF BUENGBORAPHET TOURISM DESTINATIONS IN NAKHONSAWAN PROVINCE)

อ.ที่ปริกษาวิทยาพนธ์หลัก: รศ.ดร. ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์,หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และใช้แบบสำรวจในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจสรุปตามประเด็นโดยเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย หลังจากนั้นนำผลวิเคราะห์ที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสำรวจ มาสร้างแบบสอบถามอีกฉบับเพื่อใช้สอบถามบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์มีแนวทางการพัฒนาในประเด็นสำคัญดังนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำบริเวณหาดทรายเทียม จัดรอบรถอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น สร้างหรือต่อเติมห้องสุขาให้มีห้องน้ำสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เสนอตัวเป็นผู้จัดงานหรือสนับสนุนในกิจกรรมและกิจการงานต่างๆเช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า การประกวดต่างๆ เป็นต้น ติดตั้งโทรศัพท์คนวงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดต่อชีวิตและทรัพย์สิน จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการเพื่อเป็นการประเมินผลการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ และ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษ หรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น ซึ่งแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ดังกล่าวได้รับการยืนยันว่ามีความเป็นไปได้มากที่สุดจากบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5478321139 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: DEVELOPING GUIDELINES / MANAGEMENT / TOURISM DESTINATIONS / BUENGBORAPHET

WATSAMON ADCHARAWAN: DEVELOPING MANAGEMENT GUIDELINES OF BUENGBORAPHET TOURISM DESTINATIONS IN NAKHONSAWAN PROVINCE. ADVISOR: ASSOC. PROF. PRAPAT LAXANAPHISUTH, Ph.D., 127 pp.

WATSAMON ADCHARAWAN: DEVELOPING MANAGEMENT GUIDELINES OF BUENGBORAPHET TOURISM DESTINATIONS IN NAKHONSAWAN PROVINCE.

ADVISOR: ASSOC. PROF. PRAPAT LAXANAPHISUTH, ph.D.,.....pp.

The purposes of this research were to study the comments of Thai tourists that come to travel in Buengboraphet tourism destination, Nakhonsawan Province and to develop the management guidelines of Buengboraphet tourism destinations in Nakhonsawan province. The instruments used in this research were questionnaires that answered by 400 tourist and surveys. The data of questionnaires was analyzed by means of frequencies, percentages, means, standard deviations and the data of surveys was conclude by descriptive explanation. After that, the analyzed results were brought to create final questionnaires for asking the manager and the related persons of Buengboraphet tourism destinations, for approving the results. The results were found that:

Significant guidelines for developing management of Buengboraphet tourism destinations in Nakhonsawan province were: Buengboraphet tourism destinations should add the equipments or plaything such as slider or safty equipments at Hat Sai Tiem, should increase the schedule of golf cart service, should build or add the toilet for the extraordinarily wanted persons(For example disabled persons, old persons, pregnant persons) in every toilets of Buengboraphet tourism destinations, should propose to oraganize or support in any events and activities such as meetings, exhibitions, contests etc. , should install CCTV in any place that may occur the harm to the tourists's life and belongings, should make tourists's service satisfaction assessment to evaluate the officials's works and should advertise by using television media or printing media in any chance such as special events holding or new attractions promoting etc. These developing management guidelines were approving by the manager and the related persons that were most properly with Buengboraphet tourism destinations.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Sports Science

Academic Year: 2013

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ดำเนินสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ ทั้งการเรียน และการดำเนินชีวิต ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอด จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และทำให้ผู้วิจัยบรรลุเป้าหมายหนึ่งของชีวิต ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตา กรุณาของท่าน ผู้วิจัยขอระลึกถึงพระคุณ และขอกราบขอพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ ที่ได้กรุณาให้ข้อคิด คำแนะนำ รวมทั้งการตรวจแก้ไขปรับปรุง ข้อบกพร่องต่างๆ อันส่งผลให้วิทยานิพนธ์นี้มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ร.ต.ต.ศตพร บุญทะจิตต์ ผู้อำนวยการกองกิจการพาณิชย์และหัวหน้าฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อประมวล คุณแม่เนตรณภิศ อัจฉราวรรณ ตลอดจนญาติพี่น้องและเพื่อนๆทุกคน ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในด้านการศึกษแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
คำจำกัดความของงานวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
บทที่ 2.....	6
วรรณคดีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
1. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนา.....	6
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	7
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	8
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	23
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดการบริการ.....	25
6. พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว.....	32
7. ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด.....	45
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ.....	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62

บทที่ 4	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	67
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์.....	70
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์	78
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์.....	80
บทที่ 5	88
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	88
สรุปผลการวิจัย	88
อภิปรายผล	91
ข้อเสนอแนะ.....	96
รายการอ้างอิง	98
ภาคผนวก.....	105
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	127

ตารางที่ 14 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการอำนวยความสะดวก..... 83

ตารางที่ 15 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านกิจกรรม..... 84

ตารางที่ 16 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านความปลอดภัย..... 85

ตารางที่ 17 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านบุคลากร 86

ตารางที่ 18 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการประชาสัมพันธ์..... 87

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก จึงเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างความเติบโตให้แก่เศรษฐกิจของประเทศและยังสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้อย่างมากมายมหาศาล ในอีกด้าน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถกระจายรายได้ให้แก่ประชาชน รวมถึงสามารถสร้างอาชีพให้แก่คนในพื้นที่นั้นๆได้ ไม่ว่าจะเป็นอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางตรง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจคมนาคมขนส่ง เป็นต้น หรืออาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางอ้อมเช่น ร้านอาหาร ร้านขายของ เป็นต้น ทั้งหมดล้วนได้รับอิทธิพลจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ทำให้ทุกวันนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด แต่แต่ละประเทศล้วนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย เช่น ญี่ปุ่น ไทย ก็ยังมีการพัฒนา สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างจากเหตุการณ์ที่ประเทศญี่ปุ่นเพียงยกเลิกวีซ่าระยะสั้นให้แก่นักท่องเที่ยวคนไทยและมาเลเซีย ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นนักท่องเที่ยวในแถบอาเซียนให้มีการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับ 1 ของประเทศและประเทศไทยก็เป็นประเทศที่มีลักษณะการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ในปี 2558 ประเทศกำลังก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็น 1 ใน 12 ภาคบริการที่มีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ โดยประเทศไทยนี้เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมากด้วยสภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ประกอบกับการบริการที่เป็นมิตร เอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความอ่อนโยนทำให้ชาวต่างชาติประทับใจ ปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกว่า 1 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ของ GDP ของประเทศ(อินไซด์เอเชีย 2556) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้เติบโตและพัฒนาไปในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นแทบทุกภูมิภาคและจังหวัดต่างๆต่างมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดของตน ทั้งนี้เพื่อต้องการตอบสนองนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลและตลาดโลกและเพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อรองรับกับแนวโน้มทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมและสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย รวมถึงยังมีการปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่ทั้งนี้ก็ผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2542) โดยการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเน้นการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น รวมทั้งยังเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมาก ด้วยลักษณะสภาพทรัพยากร และองค์ประกอบอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เพราะประเทศไทย มีชุมชนท้องถิ่น มีสินค้าท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมายแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย หลายประเภท แต่แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ นั้นมักได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาตินี้มีมากมายหลายแห่งในประเทศไทย ทุกๆภูมิภาคในประเทศไทยล้วนมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่งดงาม ไม่ว่าจะเป็นชายทะเลภาคใต้และภาคตะวันออก ภูเขาสูงในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือบึงและแม่น้ำในภาคกลาง แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมได้อย่างไม่ขาดสาย โดยเฉพาะในภาคกลางที่ถือว่าเป็นจุดศูนย์กลางของประเทศ ซึ่งคนทั่วไปมักจะนึกถึงในแง่ที่ว่า เป็นภูมิภาคที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด เพราะอยู่ใกล้เมืองหลวง จึงทำให้คนบางนั้นไม่ค่อยนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคกลางมากนัก แต่แท้ที่จริงแล้วในภาคกลางนั้นยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศและสวยงามมากมายหลายแห่ง ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ บึงบอระเพ็ด ในจังหวัดนครสวรรค์นั่นเอง

บึงบอระเพ็ดเป็นบึงทะเลสาบน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีพื้นที่ครอบคลุม 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอท่าตะโก และอำเภอชุมแสง ในอดีตบึงบอระเพ็ดได้ชื่อว่าเป็น "ทะเลเหนือ" หรือ "จอมบึง" เพราะมีสัตว์และพันธุ์พืชน้ำจืดอยู่มากมาย จากการสำรวจพบว่า มีสัตว์อาศัยอยู่ประมาณ 148 ชนิด พืช 44 ชนิด เคยพบสัตว์หายากที่นี้ ได้แก่ นกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร ปลาเสือตอ พื้นที่ของบึงบอระเพ็ดในอดีตนั้นเป็นที่ราบลุ่ม แวดล้อมไปด้วยป่าไม้เบญจพรรณอันอุดมสมบูรณ์ มีลำคลองเล็กๆ ไหลผ่านและประกอบไปด้วยหนองน้ำหลายแห่ง เมื่อถึงฤดูฝนจะมีน้ำทางเหนือไหลหลากทำให้บริเวณบึงบอระเพ็ดมีน้ำท่วมเป็นบริเวณกว้างจนกลายเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ อุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด ทั้งพันธุ์ปลาชนิดต่างๆ จระเข้ กุ้งก้ามกรามและตะพาบน้ำ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องจระเข้แล้วเป็นที่เลื่องลือกันว่าบึงบอระเพ็ดมีจระเข้ชุกชุมมาก จนผู้คนที่นั่งรถไฟผ่านบึงบอระเพ็ดสามารถมองเห็นจระเข้ที่ลอยอยู่ในบึงและส่วนหนึ่งก็ขึ้นมานอนฝั่ง แดดตามชายบึงหรือบนเกาะ ในเดือนพฤศจิกายนถึงมีนาคมจะมีนกเป็ดน้ำจำนวนมากอพยพมาที่บึงแห่งนี้ มีนกประจำถิ่นหลายชนิด อาทิ นกเป็ดน้ำ นกอีโก้ง นกอีแจว นกปากห่างซึ่งจะวางไข่ในเดือนกรกฎาคม-มีนาคม พื้นที่บางส่วนได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า บึงบอระเพ็ดอยู่ในความดูแลของกองอนุรักษ์สัตว์ป่า และยังเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลา โดยกรมประมงได้มาตั้งสถานีพัฒนาประมงบึงบอระเพ็ดไว้ด้วย(บึงบอระเพ็ด 2555)

ปัจจุบันนี้บึงบอระเพ็ดส่วนหนึ่งได้ปรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ มีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจเช่น อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด อาคารแสดงพันธุ์จระเข้ กรงแสดงนกและสัตว์ จุดท่องเที่ยวเหล่านี้จัดเป็นที่แสดงพันธุ์สัตว์ต่างๆให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้ศึกษาและเที่ยวชมสัตว์ต่างๆเช่น ปลาน้ำจืดแปลกๆและหาดูได้ยาก จระเข้ น้ำจืดที่มีมากมายในบึงบอระเพ็ด หรือนกและสัตว์ที่น่าสนใจอื่นๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายไปกับบรรยากาศ ชมวิวและสนุกกับกิจกรรมต่างๆ ทางแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดมีหาดทรายเทียมไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการเล่นน้ำ นั่งผ่อนคลายริมชายหาด มีสวนเฉลิมพระเกียรติ80 พรรษา รวมถึงยังมีการแสดงโชว์พิเศษได้แก่ การแสดงจระเข้เจ้าเข่งโชว์และการแสดงละครลิงคุณประกิต ไว้ให้ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการชมธรรมชาติ บึงบอระเพ็ดมีท่าเรือและเรือไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งเรือชมกและสัตว์น้ำในบึงบอระเพ็ด ทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดมีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รถม้า รถกอล์ฟไฟฟ้า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน และยังมีบ้านพักและเต็นท์ไว้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวแบบค้างคืนอีกด้วย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและสอบถามผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ จึงทำให้ทราบว่า แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดจะมีความพร้อมทางทรัพยากรในระดับที่ค่อนข้างดี แต่ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดกลับยังไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง นักท่องเที่ยวส่วนมากมักผ่านไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆ หรือเพียงแวะเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดเพียงช่วงเวลาสั้นๆเท่านั้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวหลายคนมักไม่ค่อยกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งปัญหาเหล่านี้อาจเกิดขึ้นจากการขาดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสม ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การวิจัยแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ มีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง เพราะผลการวิจัยที่ได้จะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ ในการนำแนวทางพัฒนาเหล่านั้นไปใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งเป็นแนวทางในการสร้างนโยบาย ทำการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดระยะยาวให้มีความยั่งยืนยาวนานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

และผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดของขอบเขตการวิจัยในด้านต่างๆไว้ดังนี้

ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 และบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด

ด้านเนื้อหา

การศึกษาแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นรายละเอียดการศึกษาไว้ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ, ด้านการเข้าถึง, ด้านการอำนวยความสะดวก, ด้านกิจกรรม, ด้านความปลอดภัย, ด้านบุคลากร, ด้านการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ด้านพื้นที่

สถานที่ที่ทำการเก็บข้อมูลได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ด้านเวลา

เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 และวันที่ 31 กรกฎาคม

2556

คำจำกัดความของงานวิจัย

แนวทางพัฒนา หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดเพื่อแก้ไขปรับปรุง เปลี่ยนแปลงด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ให้มีสภาพที่ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เพื่อยกระดับให้บึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมและมีความสำคัญมากที่สุดแห่งหนึ่งในแถบจังหวัดภาคกลางตอนบน

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆดังนี้ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยทุกเพศ ทุกวัย ที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ในช่วงเดือนธันวาคม 2555

บึงบอระเพ็ด หมายถึง บึงน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ตั้งอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยจุดท่องเที่ยวต่างๆดังนี้ ได้แก่ อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด อาคารแสดงพันธุ์จระเข้ กรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์ โรงแสดงจระเข้เจ้าเปงไซว์ โรงแสดงละครลิง ท่าเรือบึงบอระเพ็ด รวมถึง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ร้านค้าต่างๆ และที่พักที่อยู่รายรอบบริเวณจุดท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
2. ได้รับทราบความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
3. ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปให้องค์กรหรือส่วนที่เกี่ยวข้องอื่นๆของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

บทที่ 2

วรรณคดีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยมีวรรณคดี และ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดการบริการ
6. พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว
7. ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด
8. รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

1.1 ความหมายของการพัฒนา

การพัฒนา ใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า development ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้หลายความหมาย ทั้งคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน(ราชบัณฑิตยสถาน 2546)ให้ความหมายของคำว่า พัฒนา ไว้ว่า หมายถึงทำให้เจริญ ดังนั้น การพัฒนา จึงหมายถึงการทำให้เจริญ การเปลี่ยนแปลงในทางที่เจริญขึ้น การคลี่คลายไปในทางที่ดี

สนธยา พลศรี(สนธยา พลศรี 2547)อธิบายว่า การพัฒนา หมายถึงการเปลี่ยนแปลง สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโตองงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ

ณัฐวุฒิ สิทธิชัย(ณัฐวุฒิ สิทธิชัย 2551) กล่าวว่า การพัฒนา หมายถึง การทำให้มีขึ้นใหม่ การจัดหา การปรับปรุง การเปลี่ยนแปลง และการแก้ไขสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้น

จากความหมายข้างต้นที่เกี่ยวกับการพัฒนา จึงสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนา คือ การปรับเปลี่ยนในสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้มีความเจริญเติบโตไปในทางที่ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพขึ้น จนเป็นที่น่าพึงพอใจ

2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

2.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

ธงชัย สันติวงศ์(ธงชัย สันติวงศ์ 2545) กล่าวว่า “การบริหารจัดการ” หมายถึง กระบวนการการทำงานของนักบริหารเพื่อให้งานต่างๆสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำ ส่วน “การจัดการ” หมายถึง ภารกิจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหลายคน (ที่เรียกว่าผู้บริหาร) ที่เข้ามาทำหน้าที่ประสานให้การทำงานของบุคคลที่ต่างฝ่ายต่างทำ และไม่อาจประสบผลสำเร็จจากการแยกกันทำ ให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยดี

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2545)ได้ให้ความหมายของ “การบริหารจัดการ” ว่า เป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงาน ผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

พะยอม วงศ์สารศรี(พะยอม วงศ์สารศรี 2548)กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้จัดการใช้ศิลปะ และกลยุทธ์ต่างๆดำเนินกิจการตามขั้นตอนต่างๆโดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด ความต้องการและความมุ่งหวังด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรควบคู่ด้วยองค์กรจึงจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

อำนาจ ธีระวนิช(อำนาจ ธีระวนิช 2550)กล่าวว่า การจัดการ (management) คือ กระบวนการที่ผู้จัดการทำงานร่วมกัน และโดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรอื่นโดยใช้การวางแผน ซึ่งหัวใจสำคัญของการจัดการคือการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากความหมายข้างต้นที่เกี่ยวกับการจัดการ จึงสามารถสรุปได้ว่า การบริหารจัดการ คือ กระบวนการในการดำเนินการไปตามขั้นตอนต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในการทำงานร่วมกัน รวมถึงการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 ทฤษฎีการบริหารจัดการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2551)กล่าวว่า การบริหารจัดการ(POLC) มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดแผนการ เป้าหมาย รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการให้บรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนด

2. การจัดการองค์กร (Organizing) เป็นการกำหนดงาน หน้าที่ให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

3. การชี้นำ (Leading) เป็นการสั่งการ กระตุ้น และชี้ทางให้พนักงานสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด

4. การควบคุม (Controlling) เป็นการติดตามผลและประเมินผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการทอ่งเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2542)ให้ความหมายของการจัดการการทอ่งเที่ยว หมายถึง การวางแผนการทอ่งเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยมีการจัดองค์การ

บริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและควบคุมอย่างเหมาะสมเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ ทั้งมีการประเมินผลแผนการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2543)ได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่ควรจะดำเนินการในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวที่ว่ามีอยู่ 5 ภารกิจหลัก ดังนี้

1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณชนได้รับรู้และทราบให้มากที่สุด

2) การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสำรวจหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

3) การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดทำแผนงานโครงการเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

4) การบริหารแหล่งท่องเที่ยวเป็นการกำหนดแนวทางในการบริหารและจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

5) การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวางระบบในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่รับผิดชอบ

มิศรา สามารถ(มิศรา สามารถ 2543)ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน ในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีความรับผิดชอบและสัมพันธ์กัน

อารีย์ นัยพินิจ และฐิรัชญา มณีเนตร(อารีย์ นัยพินิจและฐิรัชญา มณีเนตร 2551) ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผน การจัดการผู้รับผิดชอบ การควบคุม การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผลและรายงานผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากความหมายข้างต้นที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว จึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยว คือ การดำเนินการดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งทุกฝ่ายทั้งส่วนบริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.1 ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เวสเทิร์น (Weatern, 1992)อ้างถึงใน (ประชิด สุกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นดี

ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อเป็นการมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปตามเงื่อนไขดังกล่าว โดยได้กำหนดไว้เป็นสาขาลดดังนี้

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ มุ่งให้ความรู้และเพิ่มประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบหลักที่เป็นพื้นฐานสำคัญและที่เกี่ยวข้องกัน 4 ด้าน ได้แก่

- 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ พื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้นๆ การท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ
- 2) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นการเพิ่มพูนความรู้ เพิ่มประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีและถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา
- 3) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ป้องกันและกำจัดมลพิษ อีกทั้งควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตและยั่งยืน ให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
- 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนท้องถิ่นร่วมคิดวางแผน ปฏิบัติตาม ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ร่วมบำรุงรักษาทรัพยากร อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น เช่น การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษา และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เป็นการร่วมมือจากระดับล่างไปจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงผู้เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556 อ้างถึงใน(คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต 2556) ได้ให้ความหมายว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทาง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการบูรณาการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ นั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึก ต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism ในภาษาฝรั่ง เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นไม่นานมานี้ จากที่ประชุม Globe 1990 ที่ประเทศ แคนาดา ได้สรุปใจความของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ(ไอเคเนชั่น 2551)

3.2 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีหลักการสำคัญ 2 ประการ คือ

1) เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อเนื่องไปในระยะเวลา ยาวนาน มีจุดเน้นที่สำคัญ โดยจะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ใช้ประโยชน์ได้ต่อไปชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนในรุ่นปัจจุบันเท่านั้น และต้องให้มีการร่วมมือกันทุกระดับ ทั้งในระดับประเทศ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น ในการวางแผนการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ชุมชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนอย่างเป็นธรรมด้วย

2) เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย โดยการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมและตระหนักในคุณค่าของมรดกทาง ธรรมชาติและทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น(อรุณวรรณ นุชพวง 2553)

3.3 ลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศรัทธาเนื่องจากมีพื้นฐานความรู้ค่อนข้างดี และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์และมีเป้าหมาย นักท่องเที่ยวมักมีการจัดเตรียมข้อมูลมาก่อนล่วงหน้าจากแหล่งต่างๆ สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม

1) กลุ่มนักธรรมชาติวิทยา มีจุดประสงค์หลักชัดเจนในการเข้ามาเที่ยว คือเพื่อการศึกษา วิจัยเกี่ยวกับพืช สัตว์ สิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศหนึ่งๆ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักชอบแสวงหาความตื่นเต้นและแปลกใหม่ในสภาพป่าที่ห่างไกลความเจริญ การเดินทางที่ลำบากในการเข้าถึง เช่น การเดินป่า และตั้งที่พักในจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักธรรมชาติ

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ต้องการชมธรรมชาติ และเพื่อเป็นการเสริมความหลากหลาย เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ตัวของนักท่องเที่ยวเอง

นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกลุ่มของผู้เดินทางท่องเที่ยวที่สนใจแสวงหากิจกรรม เพื่อให้มีประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น เป็นประสบการณ์จากการเรียนรู้ทั้งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน และมีจิตสำนึกต่อการรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว โดยทั่วไป จะมีคุณลักษณะดังนี้

- 1) เมื่อไปเที่ยวท้องถิ่นใด ประสงค์ที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สร้างมิตรไมตรีร่วมกัน
- 2) มีอาชีพมั่นคง ต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทาง มีการประกันชีวิตและทรัพย์สิน
- 3) มีความประทับใจและสุนทรียภาพ สนุกสนาน ตื่นเต้น ชาบซึ่งใจและมีความทรงจำที่ดี เป็นกลุ่มที่ชอบวัฒนธรรม มีความสนใจเป็นพิเศษ เช่น ชมโบราณสถาน การแสดงพื้นบ้าน ดนตรีพื้นบ้าน เรียนรู้การทำอาหาร
- 4) มีความอ่อนไหว เปราะบาง มีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่า คุณภาพของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ห่วงใยต่อการเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อม
- 5) มีความอดทน คำนึงถึงคุณภาพชีวิต สุขอนามัย ที่พักแรมสะอาด รับประทานอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ
- 6) เป็นผู้ที่ไม่รู้ใฝ่เรียน ถือว่าคุณค่าของการเรียนรู้ช่วยเพิ่มพูนคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ
- 7) การเตรียมตัวโดยมีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวที่ดี เตรียมตัวล่วงหน้าโดยหาข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนี้
 - (1) ข้อมูลจากใบปลิว หนังสือ คู่มือท่องเที่ยว
 - (2) จากข้อมูล internet และ E-mail E-Tourist E-Commerce
 - (3) ทหารวิธีการเดินทางเองโดยผ่านอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ โทรสารโดยตรง ไม่นิยมจองการเดินทาง หรือจองผ่านบริษัทนำเที่ยว(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

3.4 รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น

- 1) การเดินเส้นทางธรรมชาติ คือ การเดินท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนดไว้ หรือนำให้นักท่องเที่ยวเดินชมสภาพธรรมชาติของพื้นที่แห่งหนึ่งแห่งใด เช่น บริเวณป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชายเลน ป่าพรุ ซึ่งตามเส้นทางจะมีเครื่องหมายบอกทางเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเหยียบย่ำทำลายพืชพรรณไม้ หรือได้รับอันตรายจากอุบัติเหตุ มีการทำเส้นทางให้เดินได้ อย่างสะดวกสบายพอสมควร และไม่เกิดอันตราย รวมทั้งมีป้ายแนะนำชื่อพรรณไม้ต่างๆ และสิ่งที่น่าสนใจควรทราบในสถานที่นั้น
- 2) การส่องสัตว์/ดูนก คือ การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมของสัตว์ป่าและนกชนิดต่างๆ ในแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของมัน โดยการมองจากกล้องส่องทางไกล การส่องไฟฉายในช่วงเวลากลางคืน และการถ่ายภาพ บริเวณพื้นที่ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ได้แก่

อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด และอุทยานนกน้ำ รวมทั้งสถานที่บางแห่งซึ่งมีนกย้ายถิ่นตามฤดูกาลบินมาเกาะอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

3) การสำรวจถ้ำ/ น้ำตก คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมกันมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาให้เดินทางเข้าถึงได้ไม่ยากนัก ถ้าเป็นลักษณะภูมิประเทศที่พบมากในบริเวณภูเขาหินปูน หากเกิดตามบริเวณชายฝั่งทะเลเรียกว่า ถ้ำทะเล ภายในถ้ำมักมีหินงอกหินย้อยสวยงาม เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปสำรวจหรือดูความงดงามของหินงอกหินย้อย

4) การปีนเขา/ ไต่เขา คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่เคยชิน และเพิ่งจะเริ่มนำเข้ามาเผยแพร่โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเมื่อไม่นานมานี้ การปีนเขา/ ไต่เขาต้องอาศัยประสบการณ์เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ช่วย ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้ทำกันบ้างตามหน้าผาชันบริเวณชายฝั่งทะเลบางแห่งในภาคใต้ของประเทศ

5) การล่องแก่ง ลำน้ำบางสายที่มีแก่งหินพาดผ่านกลางลำน้ำทำให้น้ำไหลเชี่ยวมากเป็นพิเศษ หรืออาจมีโขดหินใล้น้ำกั้นขวางทางเป็นตอนๆ ลักษณะเช่นนี้ทำให้เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่เรียกว่า การล่องแก่ง (rapids shooting) โดยนักท่องเที่ยวนั่งในเรือยางขนาดเล็กหรือแพไม้ไผ่ ล่องไปตามลำน้ำที่ไหลเชี่ยวกราก และพยายามหลบหลีกโขดหินต่างๆ ที่กั้นขวางอยู่ในลำน้ำ

6) การนั่งเรือ/ แพชมพุมิประเทศ คือ การท่องเที่ยวแบบพักผ่อนสบายๆ ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยที่มีแม่น้ำลำคลองเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวได้ชมพุมิประเทศตามสองฝั่งลำน้ำ และสังเกตดูชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ การนั่งเรือชมพุมิประเทศยังครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวในบริเวณอ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ และในท้องทะเลด้วย

7) การพายเรือแคนู/ เรือคายัก คือ รูปแบบของเรือพายที่นำมาจากต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยวตามลำน้ำ เป็นเรือพายขนาดเล็ก นั่งได้ 1 – 3 คน ตัวเรือใช้วัสดุที่คงทนแต่น้ำหนักเบา ไม่ลมน้ำได้ง่ายและพายได้คล่องตัว การพายเรือแคนูและเรือคายักเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้ มีทั้งการล่องแก่งในลำน้ำ และการพายเรือชมทัศนียภาพตามชายฝั่งทะเล

8) การขี่ม้า/ นั่งช้าง คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่สร้างความสนุกสนานตื่นเต้นให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าไปชมสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยเฉพาะการนั่งช้าง ซึ่งเหมาะสำหรับการเข้าไปในบริเวณป่า อันเป็นที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของสัตว์ชนิดนี้

9) การขี่รถจักรยานชมพุมิประเทศ คือ การท่องเที่ยวที่ให้ทั้งความเพลิดเพลินในการชมทิวทัศน์สองข้างทาง และการออกกำลังกายจึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มวัยสาว ปัจจุบันมีรถจักรยานที่ออกแบบให้ขับขึ้นได้คล่องแคล่วและเบาแรง เหมาะสำหรับการเดินทางในระยะไกล และการเดินทางขึ้นลงตามลาดเขา

10) การกางเต็นท์นอนพักแรม คือ กิจกรรมที่นิยมทำกันในอุทยานแห่งชาติ หรือในสถานที่ซึ่งจัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้โดยเฉพาะ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวได้

สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตอนกลางคืนอาจมีกิจกรรมอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น การส่องสัตว์ การสังสรรค์รอบกองไฟ หรือการเล่นแคมป์ไฟ การดูดาว เป็นต้น

11) การดำน้ำในทะเล คือ การดำน้ำในทะเลเพื่อดูปะการัง พืชน้ำ และปลาสวยงามใต้น้ำ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ “การดำน้ำในน้ำตื้น” ใช้เครื่องมือช่วยการหายใจที่เรียกว่า ท่อหายใจ (snorkel) เพื่อให้ผู้ดำน้ำได้ในระดับผิวน้ำที่ไม่ลึกเกินความยาวของท่อหายใจ และ “การดำน้ำในน้ำลึก” อาศัยเครื่องมือช่วยการหายใจเป็นถังออกซิเจนขนาดเล็กผูกติดไว้กับผู้ดำน้ำ (scuba diving)

โดยเนื้อแท้ความจริงแล้ว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อวางอยู่บนแนวคิดที่เน้นความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อม และการพัฒนาชุมชนให้เป็นเรื่องเดียวกัน อีกทั้งให้ความสำคัญกับมิติของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ควรมีสูตรสำเร็จรูปแบบที่ตายตัว หากแต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนา และก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างแท้จริง(อรุณวรรณ นุชพวง 2553)

3.5 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เพื่อบริการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวอย่างสะดวก ได้รับความรู้และได้รับประสบการณ์ใหม่ โดยแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับสากลเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผู้มีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดแหล่งท่องเที่ยว จะต้องดำเนินการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดทำแผนงานและแผนปฏิบัติการ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ โดยมีหลักการดังนี้

1) ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กิโลเมตร/ ต่อหนึ่งแห่ง ห้องสุขาต้องสะอาด (อาจคิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างแรงงานดูแลความสะอาด)

2) แหล่งบริการอาหารและเครื่องดื่มต้องคำนึงถึงการกำจัดขยะและน้ำเสีย

3) การเดินทางไปมาสะดวก (หมายถึงถนนลาดยางจนถึงแหล่งท่องเที่ยว) ทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบางควรทำทางเดินข้าม คำนึงถึงความปลอดภัย มีระบบการสื่อความหมายที่ดี (สามารถเดินเที่ยวลำพังได้) รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน ป้ายสื่อความหมายควรออกแบบใช้ได้ทนทาน ตลอดจนป้ายชี้ทางต้องชัดเจน

4) การออกแบบสิ่งก่อสร้าง เพื่อบริการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว (ที่จอดรถ ที่พัก การเดินทาง ห้องสุขา ร้านอาหาร เครื่องดื่ม) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติ สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ใช่สิ่งแปลกปลอมเข้าไป อนึ่ง การก่อสร้างควรคำนึงถึงความสะดวกของผู้พิการต่างๆ และควรหลีกเลี่ยงการตัดต้นไม้เป็นสำคัญ ต้องคำนึงถึงกระแสข่าวว่าจะไม่ก่อให้เกิดการพักทลาย และไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

5) การรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง คงรักษาไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด รวมถึงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

6) การกำจัดของเสีย ต้องมีระบบการกำจัดน้ำที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ บำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งตามธรรมชาติ การกำจัดปฏิภูลต่างๆ ถือในหลักใช้แล้วใช้ซ้ำและเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์สำหรับของเสียจากห้องสุขาอาจใช้ระบบการทำแก๊สมวลชีวภาพ เป็นต้น

7) ศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงานเพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานกระแสมลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศมากที่สุด

8) ศึกษาและวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี โบราณสถานต่างๆ แม้เป็นเพียงแค่นดินสามารถสะท้อนอดีตที่ทรงคุณค่า ซึ่งสามารถศึกษาและค้นคว้าถึงลักษณะความเป็นมาของการตั้งถิ่นฐานชุมชนในสมัยโบราณได้

9) มีการจัดการสาธารณูปโภคพื้นฐาน คำนึงถึงขีดความสามารถขอบเขตในการรองรับทางกายภาพ และขีดความสามารถรองรับทางสภาพแวดล้อม เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย โดยมีแผนในการจัดการอย่างดีและเพียงพอต่อการใช้อย่างเต็มที่

10) การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ต้องมีการวางแผนปรับปรุงพัฒนา กฎระเบียบระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรประกอบของธุรกิจการท่องเที่ยว จะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน

11) มีการตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว ต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสมโดยการหารายละเอียด การรวบรวมสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับใด หาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถความสามารถรองรับของพื้นที่กับความ ต้องการของนักท่องเที่ยว และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา อีกทั้งนโยบายของรัฐบาล ต้องมีความสัมพันธ์กัน เป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องมีความสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดี ต้องคำนึงในด้านของการลงทุน ต้นทุนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

12) การให้การศึกษารื่องการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ศึกษาต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับ ให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ รู้วิธีการบริหาร การฝึกอบรมและไปดูงานให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ทันทต่อเหตุการณ์เสมอ

13) การจัดการการบริการต่างๆ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานต้องให้เป็นที่ยอมรับ (ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

3.6 การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดนำเที่ยวในระบบนิเวศต่างๆ นั้น นักจัดการที่ประจำอยู่บริษัทนำเที่ยวต้องนำกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเที่ยวอย่างเพลิดเพลินได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ ดังนั้นในระบบนิเวศหนึ่งจึงสามารถจัดกิจกรรมได้หลายประเภท เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเข้าไปและทำกิจกรรมได้หลากหลาย ใช้เวลาท่องเที่ยว เรียนรู้ธรรมชาติ เรียนรู้ระบบนิเวศได้อย่างละเอียด อาทิ กิจกรรมเดินป่าสามารถดูระนิเวศของป่าเขตนั่นแล้ว ยังมีกิจกรรมดูสัญญาณทางธรณีวิทยาผนวกไว้ด้วย ส่วนที่นักจัดรายการจะต้องระบุกำกับไว้ในรายการนำเที่ยวแต่ละรายการดังนี้

- 1) ชื่อรายการในการท่องเที่ยว
- 2) ข้อควรพิจารณา นับเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของรายการนำเที่ยวที่นักจัดรายการจะต้องนำไปไว้ในรายการ เพื่อให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า ก่อนเดินทางเข้าไปในพื้นที่นั้นๆ ถือได้ว่าสร้างเสริมให้นักท่องเที่ยวทราบว่า จะได้ประสบการณ์ใดเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวครั้งนี้
- 3) แจ้งนักท่องเที่ยวเตรียมอุปกรณ์เดินทางหรือการเตรียมตัวเดินทางให้ครบถ้วน เพื่อความสะดวกต่อการนำใช้ระหว่างที่อยู่ในการเดินทาง
- 4) วิธีการบริการหรือรายการบริการ ทั้งย่อหรือละเอียด (แล้วแต่กรณีและความเหมาะสม)

การจัดบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการในรูปแบบที่มีเป้าหมายด้านบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1) การจัดการการนำเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่มุ่งให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ประทับใจ และประสบการณ์ใหม่ ซึ่งผู้ที่จะประกอบการจัดนำเที่ยวต้องคำนึงถึงหลักการจัดการ ดังนี้

1.1) การจัดการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และมีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น ในด้านการบริการด้านอื่นๆ ต้องมีการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล ปลอดภัยและเกิดความเป็นมิตร

1.2) มีคฤหาสน์ที่จะทำหน้าที่ต้องผ่านการอบรมอย่างดี และสามารถแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้

1.3) การมีส่วนร่วมโดยประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม (ตกลงรายการนำเที่ยว ผู้เสนอขายรายการ มีคฤหาสน์นำเที่ยว) การจัดการร่วมคิดวางแผน ดำเนินการขายรายการ การได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกัน การจัดการนี้ควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการสหกรณ์ บริษัท หรือชุมชน

1.4) การจัดการรายการนำเที่ยว ให้ข้อมูลโดยแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจน เพื่อนักท่องเที่ยวเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้อง มุ่งเน้นเรื่องการเรียนรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเดินทางและให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งมีหลักการปฏิบัติ ดังนี้

- แจ้งกำหนดการเดินทาง นับแต่การเดินทางจนถึงสิ้นสุดรายการ
- แจ้งอุปกรณ์ของใช้ที่ให้บริการ และส่วนใดที่นักท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมไปเอง รวมไปถึงบริการอาหารและเครื่องดื่ม
- แจ้งราคาค่าบริการ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ
- แนะนำแนวคิด ข้อควรพิจารณาแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้ และเกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นเป็นอย่างดี

2) การจัดการที่พัก การจัดการที่พักเพื่อบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องคำนึงถึงการจัดการที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การใช้

ที่ดิน การใช้น้ำ พลังงาน และการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อไม่ให้เกิดมลพิษ การออกแบบที่พนักมีส่วนสร้างเสริมและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยแต่รักษาระบบนิเวศ และดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เข้าไปพักค้างแรมอย่างสะดวกสบาย รวมทั้งพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

2.1) หลักการออกแบบที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดในการออกแบบเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควรพิจารณาเรื่องของการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะด้านการออกแบบก่อสร้างแหล่งที่พักเชิงนิเวศเป็นแนวคิดด้านการอนุรักษ์โดยสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด และเอื้อประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งในการออกแบบที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น มีกลุ่มนักวิชาการ และผู้ประกอบการวิชาชีพด้านออกแบบ ด้านวางแผน ตลอดจนองค์กรและสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น The World Congress of the the International Union of Architects (UIA), The American Institute of Architects (AIA), The International Council on Environmental Design (ICED) และองค์กรอื่นๆ ได้ร่วมกันกำหนดหลักการที่สำคัญในการออกแบบเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนี้

- สร้างสิ่งที่มีคุณค่าในระยะยาว ไม่สร้างปัญหาหรือผลกระทบด้านการบำรุงรักษา การบริหารจัดการ ตลอดจนปัญหาด้านอื่นๆ ให้กับคนรุ่นต่อมามีต้องรับผิดชอบดูแล
- เคารพในความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิญญาณ สิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจกับวัตถุ พิจารณาองค์ประกอบทุกส่วน ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมภายในชุมชน หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ
- ออกแบบให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัด และคุ้มค่า
- ให้ความสำคัญกับสิทธิของมนุษย์และธรรมชาติโดยเท่าเทียมกัน ให้องค์ประกอบของทั้งสองส่วนอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อหนุน และสามารถคงไว้ซึ่งความหลากหลายของกันและกันอย่างยั่งยืน
- ตระหนักเสมอว่า ไม่มีสิ่งใดที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และการออกแบบไม่สามารถแก้ไขปัญหาในทุกๆ เรื่อง จึงไม่ควรที่จะออกแบบเพื่อเอาชนะหรือเพื่อควบคุมธรรมชาติ ควรปล่อยให้ธรรมชาติเป็นแม่บทหรือเป็นผู้ชี้แนะการออกแบบ
- ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ เป็นการเชื่อมโยงภายใน ระหว่างองค์ประกอบทุกส่วนของระบบธรรมชาติ และผลกระทบจากการออกแบบต่อองค์ประกอบแต่ละส่วนทุกระดับ
- สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากร และการพัฒนาอย่างคุ้มค่า โดยไม่มีของเสียหาย
- คำนึงถึงผลที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมของการพัฒนา อันเป็นผลมาจากการออกแบบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์และระบบธรรมชาติ

2.2) ข้อกำหนดลักษณะที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นข้อสรุปจากการประชุมนานาชาติ เรื่องการจัดการที่พักรักษาระบบนิเวศ ครั้งที่ 2 ที่ประเทศคอสตาริกา เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 คือ

- เป็นที่พักที่มีขนาด และมีองค์ประกอบขนาดเล็ก มีความสะอาด ปลอดภัย และร่มรื่น

- ควรนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ เน้นการประหยัดพลังงาน

- มีการบริหารจัดการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ที่เน้นการจัดการขยะ การจัดการของเสียโดยเน้นการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่

- การออกแบบก่อสร้าง ควรใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่นประกอบก่อน และมีรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

- มีการบริหารจัดการโดยครอบครัว หรือในชุมชนท้องถิ่น

3) การจัดการสินค้าของที่ระลึก คุณลักษณะของสินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีดังนี้

3.1) การผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงการรักษาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน โดยหลีกเลี่ยงการนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของธรรมชาติในแต่ละระบบนิเวศ มาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก เช่น ซากพืช และสัตว์ที่มีกฎหมายคุ้มครองว่าเป็นชนิดหายาก จำพวกเถาวัลย์ (บันไดลิง) กระจดองเต่า งาช้าง หนังกิ้งก่า เขี้ยวสัตว์ เปลือกหอย กัลปังหา และปะการัง เป็นต้น

3.2) สินค้าของที่ระลึกจำพวกของใช้ของประดับและต้องผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ปราศจากมลพิษต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ย้อมสี ควรพอกย้อมจากสีธรรมชาติ เช่น เครื่องจักสานไม้ไผ่ เครื่องจักสานหวาย เครื่องจักสานจากต้นกระจูด กก และใบลาน

3.3) สินค้าที่ระลึกจำพวกของกินทุกชนิด ควรจะเป็นสินค้าที่ได้รับมาตรฐานการรับรองด้านความสะอาดและสุขอนามัย ติดฉลากการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า (สมก.) สำนักงานอาหารและยา (อย.) มาตรฐานฮาลาลจากสำนักราชมนตรี พร้อมกับวันหมดอายุกำกับอย่างชัดเจน(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

3.7 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องมีการควบคุม ดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวหรือง่ายต่อการถูกรบกวนและฟื้นตัวได้ยาก

2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ โดยหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น

3) ต้องมีการศึกษา วิจัย และติดตามประเมินผลการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

4) จัดทำแนวทางปฏิบัติ คู่มือการจัดการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

5) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา การสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจและรายได้เพียงอย่างเดียว

6) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

7) การควบคุมดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกัน

8) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และการจัดการร่วมกันทุกระดับ(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

3.8 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบที่ต่างประเทศนิยม และได้มีการจัดแนวทางการลักษณะอนุรักษ์แล้วเช่นกัน ซึ่งมีการพัฒนาการหลายแนวทาง โดยยึดจากสภาพแวดล้อมหรือภูมิอากาศของพื้นที่นั้น หรือดูทรัพยากรของพื้นที่เป็นหลัก จากนั้นก็จัดรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเสนอเป็นหมวดหมู่หรือเป็นกลุ่มให้เลือก ดังนี้

- 1) ชิม้า/ นิ่งช้างชมธรรมชาติ
- 2) การนั่งแพ ล่องแก่ง
- 3) ชีจรรย์านชมภูมิประเทศ
- 4) การว่ายน้ำ/ ดำน้ำในทะเลดูปะการัง
- 5) การส่องสัตว์/ ดูนก
- 6) การสำรวจถ้ำ/ น้ำตก
- 7) การปีนเขา/ ไต่เขา
- 8) พายเรือ (เรือแคนูหรือคายัก)

กิจกรรมที่เป็นรูปแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจัดโปรแกรมให้เข้ากับสภาพภูมิอากาศ ลักษณะนี้จะช่วยให้เจ้าบ้านเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น และเป็น การวางแผนจัดการการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ดี(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

3.9 บทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาหรือให้ประชาชนมีผู้แทนเป็นคณะกรรมการร่วมประชุมวางแผนในทุกระดับ

1) บทบาทและหน้าที่ของ อบต. บทบาทต่อการพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยว อบต. มีหน้าที่ในการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนี้

1.1) สำรองศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และวางแผนพัฒนา โดยที่แหล่งท่องเที่ยวอันนั้นจะต้องมีความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์ดั้งเดิม กำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดวิธีการกำหนดแผนพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาของรัฐบาล และประสานแผนงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2) เตรียมบุคลากรที่มีคุณภาพดำเนินการ จัดสรรเรื่องงบประมาณ ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดในแต่ละแผนงาน รวมทั้งการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

1.3) วางแผนวิจัย วิเคราะห์ สำรวจ ทำการประเมินผลแหล่งท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพื่อให้มีคุณภาพ และมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

1.4) วางแผนพัฒนา ฟื้นฟู ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพ มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ตลอดจนสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ตลอดไป

1.5) วางแผนพัฒนาบุคลากรที่ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ให้มีความรู้ โดยมีการอบรมดูงานนอกสถานที่ เพื่อสร้างแนวคิดต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

1.6) คุ้มครอง ดูแล ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1.7) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว จะต้องวางแผนพัฒนาให้มีคุณภาพมีมาตรฐานระดับสากล เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง ย่อมมีหน้าที่ตามเทศบัญญัติในการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คล้ายกับ อบต. แต่เป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่า

2) บทบาท และหน้าที่ของประชาคมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประชาคม หรือกลุ่มประชาชนนับเป็นองค์กรเล็กที่สุด และมีบทบาทเป็นเจ้าของหรือท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทต่อการบริหาร และจัดการในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน ดังนี้

2.1) ร่วมพิจารณากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดแต่ละประเภทที่ดำเนินการอยู่นั้น ประชาคมต้องพิจารณาว่ายินดีให้มีกิจกรรมนั้นหรือไม่ เช่น กิจกรรมเดินป่าชมพรรณไม้ด้วยการใช้ช้างเป็นพาหนะ เป็นต้น

2.2) ร่วมกำหนดแผน วิธีการ และการจัดการ การจัดทำแผนพัฒนา แผนส่งเสริม แผนปฏิบัติการ แผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (แผนเฉพาะกิจ แผนระยะสั้น แผนระยะกลาง และแผนระยะยาว วิสัยทัศน์) ประชาคมในท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมประชุมกำหนดแผน กำหนดวิธีการจัดการและร่วมดำเนินกิจกรรมในลักษณะหุ้นส่วนหรือสหกรณ์ด้วย

2.3) ร่วมได้รับผลประโยชน์ในการดำเนินการอย่างเสมอภาค การร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศย่อมมีรายได้สู่ท้องถิ่น การจัดการจะต้องแบ่งปันผลกำไรหรือรายได้อื่นๆ ให้กับผู้เข้าร่วมดำเนินการตามสัดส่วนอย่างเสมอภาคและโปร่งใส

2.4) ร่วมประเมินผล แก้ไขปัญหา เพื่อให้การบริหารจัดการให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ มีมาตรฐานในระดับสากล การดำเนินการทุกครั้งจะต้องมีการประเมินผล การวิเคราะห์ แก้ไข ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องร่วมกัน ตลอดจนการสร้างระเบียบและมาตรการร่วมกัน เพื่อให้ทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ คล่องตัว ส่วนประชาคมจะต้องเลือกผู้แทนกลุ่มหนึ่งคนหรือสองคน เพื่อทำหน้าที่ประสานในการประสานและติดต่อกัน

3) บทบาทและหน้าที่ที่หน่วยงานของรัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดนโยบายหลักของการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระดับนโยบายหลักของภาครัฐ รวมทั้งมีการระบุนโยบายที่มีบทบาทเกี่ยวข้องต่อการจัดการโดย ททท. มีบทบาทและเป็นผู้

ประสานงานขั้นการดำเนินงาน ให้เป็นระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ดังนี้

3.1) กระทรวงคมนาคม มีหน้าที่กำกับดูแลและจัดระบบระเบียบ การเดินทาง (รถยนต์ รถไฟ รถประจำทาง รถรับส่งนักท่องเที่ยว เครื่องบิน รวมถึงพาหนะการขนส่งทุกประเภท) การขนส่งต่างๆ และการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

3.2) กระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่กำกับดูแล จัดระบบระเบียบด้านสุขอนามัย การรักษาพยาบาล การป้องกันโรคติดต่อและสาธารณสุขอื่นๆ ของประชาชนและนักท่องเที่ยว

3.3) กระทรวงมหาดไทยมีหน้าที่กำกับดูแล และจัดระบบระเบียบเมือง และท้องถิ่นให้มีมาตรฐานความเป็นอยู่ของเมือง ท้องถิ่นในกรอบของเมืองที่น่าอยู่ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

3.4) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีหน้าที่กำกับดูแล จัดระเบียบให้มีมาตรฐาน และอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งบนบก และในทะเล คุณภาพของการผลิตอาหาร

3.5) กระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่กำกับดูแลการจัดระบบระเบียบ การศึกษา การให้ความรู้ การจัดทำหลักสูตร ทั้งการศึกษาในสถานศึกษาและนอกหลักสูตร การศึกษาของประชาชนทั่วไป รวมทั้งการมีบทบาทต่อการวิจัย สำนวจศึกษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวิจัยเรื่องการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกด้วย

3.6) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีหน้าที่กำกับดูแลการจัดระบบ ระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม และการสร้างมาตรฐานการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4) บทบาทของภาคเอกชน ภาคเอกชนที่เข้ามามีบทบาทและทำหน้าที่ในการพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่

4.1) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย: สอท. (Thai Ecotourism & Adventure Travel Association: TEATA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย: สอท. เป็นกลุ่มภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจการเจ้าหน้าที่เที่ยวรายการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย (Eco-Adventure Travel) ได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคม เพื่อส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการผจญภัยให้เติบโตอย่างมีแบบแผน และมีส่วนช่วยในการประสานงานร่วมกับภาครัฐบาล และเอกชนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น

4.2) สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association: THA) สมาชิกประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมภายในประเทศ การจัดตั้งสมาคมมีวัตถุประสงค์เพื่อ สนับสนุนช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ปัญหาต่างๆ คัดครองร่วมกัน รักษาผลประโยชน์ร่วมกัน ส่งเสริม และพัฒนาด้านการตลาดในประเทศ และยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นสากล ร่วมมือกับ ภาครัฐบาล ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในระดับสากล

4.3) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ก่อตั้งตามมาตรา 10 พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ.

2509 เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2527 เพื่อบริการรองรับการประชุมระดับนานาชาติ ส่งเสริมและพัฒนา
ธุรกิจการประชุมนานาชาติ

4.4) สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The ASEAN Tourism Association: ASEANTA) องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียน ประกอบด้วย
ผู้แทนภาครัฐและเอกชน มีคณะกรรมการทำหน้าที่ดำเนินงานด้านส่งเสริมการตลาดและการวิจัย
ด้านการท่องเที่ยว (Sub-Committee on Tourism: SCOT) และกรรมการด้านการค้าและการ
ท่องเที่ยว (Committee on Trade and Tourism: COTT) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
อาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับมาตรฐานโลก อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางท่องเที่ยว
หรือร่วมกันเพื่อวางกลไกการประสานนโยบายด้านการพัฒนาการตลาด มุ่งสร้างสัญลักษณ์ทาง
การค้าแห่งอาเซียน ร่วมมือให้การฝึกอบรมการวิจัย แก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน
ภูมิภาคนี้ โดยมอบหมายให้การท่องเที่ยวแต่ละประเทศ รับผิดชอบภารกิจ

4.5) องค์กรท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) เป็น
หน่วยงานพิเศษของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development
Programme: UNDP) เมื่อแรกตั้งมีชื่อว่า International Union of Tourism Publicity
Organization ต่อมาในปี 2513 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น World Tourism Organization ปัจจุบันมี
สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ประเทศสเปน สมาชิกของ WTO แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- (1) สมาชิกสามัญ หมายถึง รัฐบาลประเทศต่างๆ
- (2) สมาชิกสมทบ หมายถึง ดินแดนที่อยู่ใต้อาณัติของประเทศอื่น
- (3) สมาชิกร่วม หมายถึง หน่วยงาน และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น สมาคม หรือมหาวิทยาลัยต่างๆ จะได้รับผลประโยชน์พร้อมกัน ดังนี้

- สร้างมาตรฐานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กับประเทศสมาชิก
โดยการประกาศให้รางวัลสาขาต่างๆ

- สร้างสัมพันธ์แก่ประเทศสมาชิก มีโอกาสติดต่อในการ
พัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน

- ให้ความช่วยเหลือด้านการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว
- ให้ข่าวสาร ความรู้ และสถิติข้อมูลการท่องเที่ยวทางวิชาการ

ใหม่ๆ(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ, 2554)

3.10 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว การศึกษา
เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทักษะคติและลักษณะพื้นฐานของ
นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วางแผนทางการตลาด โดยมีปัจจัย
หลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ดังนี้

1) ลักษณะพื้นฐาน หรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกออก
ตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นอาศัย ซึ่งแต่
ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ต่อไปนี้

1.1) อายุ บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกัน คือ กลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่น ในทางการตลาดทั้งสองกลุ่มถือว่าเป็นตลาดที่น่าส่งเสริมอย่างยิ่งเพราะหากเกิดความประทับใจ ในอนาคตนักท่องเที่ยวสองกลุ่มนี้อาจกลับมาเที่ยว และกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ซึ่งจะเป็นรายได้มากกว่าเดิม

กลุ่มวัยเด็ก ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง หากเดินทางมาท่องเที่ยวต้องมาพร้อมกับครอบครัว หรือผู้ดูแล

กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ 15 - 24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรือเพิ่งจบการศึกษา จึงยังไม่มีทุนทรัพย์ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง หรือมาพักอาศัยกับครอบครัวอุปถัมภ์ ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่าง ๆ

กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 25 - 34 ปี เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพใช้จ่ายเงินได้สูงเพราะมีรายได้เป็นของตนเอง ลักษณะกิจกรรมทำได้หลากหลายเพราะสุขภาพเอื้ออำนวย ส่วนใหญ่กลุ่มวัยนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น

กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย ช่วงอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูง ประกอบกับมีการงานและมีครอบครัวที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว

กลุ่มวัยเกษียณ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถนัดในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพแต่จะมีวันหยุดค่อนข้างนาน เพราะส่วนใหญ่ไม่มีภาระของงานที่จะต้องรับผิดชอบแล้ว

1.2) เพศ โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง เนื่องจากสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัว อีกทั้งทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่า จะพิถีพิถัน และรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวแห่งใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมากหรือมีอัตราการเติบโตที่สูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ในทางอ้อมว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

1.3) สถานภาพสมรส กลุ่มคนโสดมีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยครั้ง และพักได้นานกว่ากลุ่มที่มีการสมรสแล้ว เนื่องจากสามารถตัดสินใจได้เอง และไม่มีภาระทางครอบครัวที่จะต้องดูแลมาก ขณะที่กลุ่มที่สมรสแล้วก็อาจจะเดินทางน้อยลง แต่เมื่อใดที่มีการเดินทางก็มักจะไปเป็นครอบครัว (กรณีที่มีบุตร) หรือไปเป็นคู่ (กรณีที่ยังไม่มีบุตร) ซึ่งทำให้เกิดกลุ่มตลาดท่องเที่ยวแบบครอบครัว และกลุ่มคู่ฮันนีมูนขึ้นมาโดยเฉพาะ

1.4) ระดับรายได้ เป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล หมายถึง บุคคลที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสเดินทางในการท่องเที่ยวได้ไกล และบ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำกว่า และในทางการตลาดหรือธุรกิจการท่องเที่ยว แบ่งกลุ่มรายได้ต่ำหรือกลุ่มระดับล่าง ช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ และระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศ

1.5) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ ส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงก็จะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า นอกจากนี้ ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว ด้วย

สมมติฐานว่า ผู้ที่การศึกษาสูงจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี แสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเข้าใจในสังคม และวัฒนธรรม ที่ต่างออกไป เป็นต้น

1.6) อาชีพ กลุ่มที่มีภารกิจหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกัน มีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพระดับสูง จะมีโอกาสเดินทางได้มากเพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า นอกจากนี้ อาจเป็นภาระหน้าที่ทางการงานที่กำหนดให้ต้องเดินทางไปติดต่อกิจการในสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มระดับผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ ตัวแทนขาย เป็นต้น

1.7) ถิ่นพำนัก บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมและภูมิอากาศที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการและเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศหนาวเย็นจัด นิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศอบอุ่นกว่า ขณะที่กลุ่มที่อาศัยในพื้นที่ที่มีอากาศร้อน ก็มักจะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นหรือมีหิมะ เป็นต้น เช่นเดียวกับกลุ่มที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างก็จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งที่แตกต่างกันออกไป จากที่ตัวเองอยู่ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางมาเยือนดินแดนตะวันออก เพื่อสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

2) ฤดูกาลท่องเที่ยว ในแต่ละเดือนมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว มากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยว และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาวันหยุดพักของนักท่องเที่ยวด้วย หากแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเดินทาง และตรงกับช่วงวันหยุดของนักท่องเที่ยว มีผลทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นจำนวนมาก จากสถิติช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามา มาก เรียกว่า ช่วงฤดูท่องเที่ยว ส่วนช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย เรียกว่า นอกฤดูท่องเที่ยว ช่วงนี้เป็นช่วงที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือคิดรูปแบบจัดรายการส่งเสริมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ

3) กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ควรนำมาศึกษา ทั้งนี้เพื่อวางแผนสร้าง และพัฒนากิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว และให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว(ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554)

4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2542)ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยอย่างยั่งยืนยาว

4.2 หลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้

- 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอติ (using resource sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
- 2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (reducing over-consumption and waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
- 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (maintaining diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต
- 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (integrating tourism into planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว
- 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (supporting local economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
- 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (involving local communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว
- 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (consulting stakeholders and the public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา
- 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (training staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
- 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (marketing tourism responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง
- 10) การวิจัยและติดตามผล (undertaking research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540 อ้างถึงใน ณัฐวุฒิ สิทธิชัย, 2551)(ณัฐวุฒิ สิทธิชัย 2551)

4.3 ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

4.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

4.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

4.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร(อุษาวดี พลพิพัฒน์ 2545)

5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดการบริการ

5.1 ความหมายของการตลาด

ฉัตรพร เสมอใจและจิตินันท์ วารีนิช(ฉัตรพร เสมอใจและจิตินันท์ วารีนิช 2551)กล่าวว่า การตลาดคือ กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่จะช่วยก่อให้เกิดความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และเพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์และแคลเลอร์(Kotler and Keller 2009)ให้ความหมายทางการจัดการ (management) การตลาด (marketing) ว่าเป็นกระบวนการวางแผนและบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า/บริการ เพื่อสร้างการแลกเปลี่ยนที่ตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

วิทวัส รุ่งเรืองผล(วิทวัส รุ่งเรืองผล 2553) กล่าวว่า การตลาด (marketing) American Marketing Association ได้ให้นิยามไว้ว่าเป็นกระบวนการวางแผนและบริหารผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวความคิด ราคา การส่งเสริมการตลาด และจัดกระจายผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวคิดนั้นๆ เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและบรรลุประสงค์ขององค์กร

5.2 ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “service” ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกร้องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

การบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมกับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้(Kotler 2003)

คำว่าบริการในภาษาอังกฤษมักมีคำที่ใช้กันอยู่ 2 คำ คือ Services และ Hospitality คำว่า Services ถ้าแยกออกตามตัวอักษรแล้วให้ได้ความหมายรวมของการบริการที่ดี (ฤดี หลิมไพโรจน์ 2552)สามารถแยกได้ต่อไปนี้

สุขใจ	S = service mind	คือ	การมีใจใฝ่บริการ ประารถนาให้ผู้อื่นพึงพอใจและ
	E = enthusiasm	คือ	การมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ
ที่จะให้บริการ	R = readiness	คือ	การมีความพร้อมทั้งบุคลากรและวัสดุอุปกรณ์
	V = value	คือ	การตระหนักถึงคุณค่าในงานบริการที่ทำว่าเป็น
			งานที่มีประโยชน์ มีคุณค่า และสามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับชีวิตได้
เต็มใจ	I = interested	คือ	มีความสนใจ ใส่ใจในงานบริการที่ทำด้วยความ
	C = cleanliness	คือ	ความสะอาด การบริการที่ดี อาคารสถานที่ วัสดุ
			อุปกรณ์ หรือพนักงานบริการต้องมีความสะอาด
	E = endurance	คือ	ความอดทน อดกลั้น งานบริการจะต้องพบเจอ
			กับบุคคลหลายประเภท ทั้งประเภทเฉยๆ ร้อนรน จุกจิกจู้จี้ขี้บ่น ผู้ให้บริการต้องมีความอดทน
	S = smile	คือ	การยิ้มแย้มแจ่มใส มีมิตรภาพต่อผู้มารับบริการ
			ทุกคนโดยทั่วหน้า ไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะใดๆ ทั้งสิ้น

5.3 ส่วนประสมการตลาดบริการ (the services marketing mix)

โดยพื้นฐานส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 4 ตัว ได้แก่ ผลิภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด(Kotler 2003)แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ จะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมนี้เป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ(Payne 1993)ดังนี้

1) ผลิภัณฑ์ (Product)

บริการจัดเป็นผลิภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะอาด ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น

บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็ว และต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

2) ราคา (Price)

เป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งจะนำไปสู่สภาพการณ์ขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ก็ได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมาก

เท่ากับราคาที่เพิ่มยอมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำ ก็จะเป็นการนำเข้าสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่น สามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่จะได้รับสูงด้วย แต่ผลที่ตามมา คือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่าราคาก็จะเป็นที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไป เพื่อการรับบริการกับธุรกิจหนึ่งๆ ดังนั้น การที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูงก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาก็คือลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง และเวลาในการให้บริการ นักการตลาดบริการต้องให้ความสำคัญต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า อีกทั้งต้องพิจารณาสถานที่และเวลาในการให้บริการของคู่แข่ง รวมถึงธรรมชาติการปฏิบัติงานของบริการนั้นๆ ด้วย ในการให้บริการนั้นสามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ

(1) การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) เป็นการให้บริการแบบดั้งเดิม กล่าวคือ ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชน หรือในห้างสรรพสินค้า เช่น ร้านเสริมสวย ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้า

(2) การให้บริการถึงสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการให้บริการโดยส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ ได้แก่ การส่งพยาบาลจากศูนย์บริการไปดูแลผู้ป่วย การให้บริการทำผมถึงที่บ้าน การบริการจัดส่งอาหารตามบ้านหรือสถานที่ทำงาน การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่ต้องการจัดตั้งสำนักงานที่หรูหรา หรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ

(3) การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายเฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว และโรงแรมต่างๆ เช่น แมริออท เป็นต้น

(4) การให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริการที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก และทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ตู้หยอดเหรียญน้ำอัดลม การให้บริการดาวน์โหลดข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา

ประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม หรือการตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลาง และระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

5) พนักงาน (People)

พนักงานประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารองค์กรด้วย ซึ่งบุคคลทั้งหมดนี้มีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ โดยที่ผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการบริการรวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ ส่วนพนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องมีการพบปะ และให้บริการลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ เพื่อให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6) กระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวน หิ้งน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งหรูหรา และสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย(ฤดี หลิมไพโรจน์ 2552)

ส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ 4P'S ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และ ราคา ต่อมามีการร่วมกันปรับปรุงและเพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดขึ้นมาใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการ รูปแบบใหม่นี้พัฒนาขึ้น(ยุพาวรรณ วรณวณิช 2548)

จะประกอบด้วยปัจจัย 8 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ราคา (Price)
- 3) การจัดจำหน่าย (Place)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5) บุคลากร (People)
- 6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

7) กระบวนการ (Process)

8) ผลผลิตภาพ (Productivity)

จะเห็นได้ว่าส่วนประสมการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 4 ประการ คือ ทรัพยากรบุคคล ลักษณะกายภาพ กระบวนการ และผลผลิตภาพ ปัจจัยทั้ง 8 ประการนี้จะ เป็นปัจจัยที่สามารถใช้เป็นหลักของธุรกิจบริการต่าง ๆ และหากธุรกิจดังกล่าวขาดปัจจัยหนึ่งใดไปก็ อาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้ ผู้บริหารด้านการตลาดสามารถกำหนดส่วน ประสมการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการของตนเองได้ รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ มีดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของ บริการ คุณภาพของบริการ ระดับขั้นของบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการ บริการหลังการขายนั้นคือส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง เช่น สังคมภายในอาคารเล็ก ๆ อาคารเดี่ยว จนกระทั่งจุดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ หรือจากร้านอาหาร ขนาดเล็กไปจนกระทั่งห้องอาหารโรงแรมระดับสี่ดาว

2) ราคา (Price)

การพิจารณาด้านราคานั้นจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนทำให้บริการต่าง ๆ มีความ แตกต่างกัน และมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการโดยเทียบระหว่างราคา และ คุณภาพของบริการ

3) การจัดจำหน่าย (Place)

ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ ของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช่เฉพาะแต่การเน้นทางกายภาพ เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุม จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาด ต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

5) บุคลากร (People) จะครอบคลุม 2 ประเด็นดังนี้

- บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำ หน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กันด้วย การสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

- ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพบริการของลูกค้ารายหนึ่ง อาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าวีร์หรือลูกค้า จากร้านอาหาร ที่บอกต่อกันไป แต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือการควบคุมระดับของคุณภาพการ บริการให้อยู่ในระดับคงที่

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก็ตาม ที่ปรากฏให้เห็นส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน เป็นต้น หรือใช้ลักษณะทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น ยี่ห้อและคุณภาพของรถของบริษัทให้เช่ารถ ถุงสำหรับใส่เสื้อผ้าซักแห้งต้องสะอาด เป็นต้น

7) กระบวนการ (Process)

ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญ เช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการ จะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังมีสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความสุขของลูกค้าที่ได้รับ จะเห็นได้ว่าการจัดการทางการตลาดต้องให้ความสนใจในเรื่องของกระบวนการให้บริการและการนำส่ง ดังนั้นส่วนประสมการตลาดควรครอบคลุมถึงประเด็นของกระบวนการนี้ด้วย

8) ผลผลิตภาพ (Productivity)

จากการที่บริการเป็นการกระทำของบุคคล 2 ฝ่าย เมื่อฝ่ายหนึ่งได้กระทำเพื่อให้เกิดงานบริการ อีกฝ่ายหนึ่งก็จะได้รับบริการในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และไม่สามารถเก็บเป็นสินค้าคงคลังไว้ได้ ส่งผลให้กิจการต้องเข้ามาจัดการกับความต้องการซื้อบริการของลูกค้าเพื่อให้ความต้องการบริการของลูกค้ากระจายไปตามช่วงเวลาต่าง ๆ ที่ให้บริการ เพื่อให้ความต้องการในแต่ละช่วงเวลาจะได้ใกล้เคียงกันด้วย นอกจากนี้ กิจการต้องจัดการกับกำลังการผลิตงานบริการ เพื่อให้เกิดความสมดุลกับความต้องการ(ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์ 2548)

เซแธมล์ และ บิตเนอร์(Zeithaml and Bitner 2000)ได้เสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการโดยเฉพาะ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการดังกล่าวประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิมหรือ 4Ps (ได้แก่ Product Price Place และ Promotion) รวมกับองค์ประกอบอีก 3 ส่วน คือ People Process และ Physical ดังนี้

1) บุคคล (People) ในที่นี้จะหมายถึงบุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า “Inseparability” พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากพนักงานของกิจการดังกล่าวแล้วตัวลูกค้าเองรวมถึงลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการก็จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเรื่องการบริการของผู้ซื้อบริการด้วย

2) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ ระเบียบ รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจในเรื่องนโยบายที่เกี่ยวกับลูกค้า และบุคลากรขององค์กร เป็นต้น

3) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549)

5.4 ส่วนผสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ส่วนผสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1.1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) ที่ได้รับการพิจารณาและเลือกสรรว่าอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจทางธรรมชาติ และเหตุการณ์สำคัญ หรือโอกาสพิเศษ โดยจำแนกอย่างละเอียดว่าแต่ละประเภทมีอะไรบ้าง อยู่ที่ใด มีความแปลกแตกต่างอย่างไรบ้าง

1.2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐาน การควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะในการเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตราและการเก็บค่าบริการผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อราคาค่าเดินทางด้วย

1.3) สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ภัตตาคาร การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น สินค้าอุปโภคต่างๆ ฯลฯ

1.4) กิจกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น สกี กอล์ฟ เรือใบ

1.5) การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ให้บริการ ชมรมหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง

1.6) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความคาดหวังแก่นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และการคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการได้ยินได้ฟังจากสื่อมวลชน ซึ่งมักจะเป็นภาพในอดีตมากกว่าปัจจุบัน และคงอยู่ในจิตใจของนักท่องเที่ยวตลอดเวลา ภาพลักษณ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมาก ถ้ายังมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตลอดจนความเอาใจใส่และความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

2) ราคา ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายต่างกลุ่มกัน เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าที่พักต่างๆ กัน เพราะเลือกใช้ที่พักแรมต่างประเภทกัน มีทั้งพักในโรงแรม รีสอร์ท และแคมป์ นอกจากนี้ราคายังแตกต่างกันตามฤดูกาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว

4) การส่งเสริมการตลาด เป็นไปในลักษณะส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความร่วมมือในการอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-tourism) มากขึ้น โดยการเลือกใช้ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ประเภทคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ตามลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย(ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ 2554)

6. พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป จึงจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

6.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ(Morrison 1989)คือ

1) ปัจจัยภายใน (Personal Factors/ Internal Variables) ได้แก่

1.1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

1.2) การรับรู้ (Perception)

1.3) การเรียนรู้ (Learning)

1.4) บุคลิกภาพ (Personality)

1.5) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

1.6) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept)

1.7) ทักษะคติ (Attitudes)

2) ปัจจัยภายนอก (Interpersonal Factors/ External Variables) ได้แก่

2.1) วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures)

2.2) ชั้นของสังคม (Social Classes)

2.3) กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)

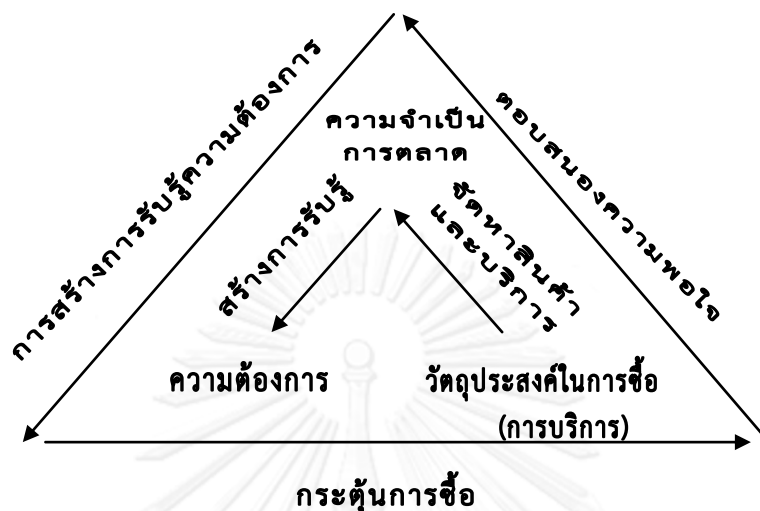
2.4) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

2.5) ครอบครัว (Family)

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

มอร์ริสันได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ ดังนี้



ภาพ ความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ความจำเป็น (Needs) ของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาดซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความต้องการจำเป็นเกิดจากสภาพร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคน เกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่รู้ว่าตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาดคือต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆ ที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของตนและจะตอบสนอง สร้างความพึงพอใจให้แก่ความจำเป็นนั้นๆ ได้

วิธีที่ทำให้ลูกค้าทราบถึงความต้องการจำเป็นของตนเองคือการให้การจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจ (Motives) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหาเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ตัวเอง นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจด้วยวิธีต่างๆ เช่น การโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาสิ่งตอบสนองความจำเป็นทางร่างกายและจิตใจของตนได้

ฮอลโลเวย์และเพลนท์(Holloway and Plant 1988)กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรง เพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน สำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมบริการที่แตกต่างกันออกมา

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมติฐานดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จาก การบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาจะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบและสามารถคาดหมายได้ แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัด หรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม

3. ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging/ Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะและสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นเห็นความสำคัญของตน

4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี ความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรูหรา เป็นที่รู้จักและได้รับความยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self - Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดหรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกๆ อย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูง เป็นผู้นำของประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้หรือนึกอยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหามาได้ ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึคนึกคิดแตกต่างกันไป

นอกจากความต้องการ 5 ชั้นที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความ ต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากอีก 2 ชั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ (The Need to Know and Understand) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม (The Need for Aesthetic Satisfaction) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์ และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติ และศิลปะตามรสนิยมของตน

สำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และรเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจและความยุ่งยากต่างๆ ไปหามุมสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา วายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์ “สมาธิ” (Meditation Tour)

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/ Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco – Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/ Interpersonal/ Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน การแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแปลกใหม่ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว จึงนับว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถึงแม้ว่าจะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง เพื่อไปทำความรู้จักได้

4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ (Business/ Work Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าร่วมประชุม สัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงานกีฬาเอเชียนเกมส์ การติดต่อธุรกิจนอกจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว การได้พบปะพูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังประชุม (Pre and Post Tour) เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

5. แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment/ Amusement/ Pleasure/ Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก (theme parks)

สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬาและกิจกรรมบันเทิง ซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น ขบวนพาเหรดรถบุปาชาชาติ การแสดงแสง - เสียง การแข่งรถ การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลาย การได้ดูชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา (Religious Motives) ได้แก่การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือได้ว่าได้พักผ่อนทางจิตใจด้วย

7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ หรือศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมดีขึ้น

การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

2) การรับรู้ (Perception)

กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ ฉะนั้นการโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมจึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพโฆษณาความสะอาดสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง

กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ตั้งแต่เข้าจนค่าไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความสามารถทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) หมายถึงผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของโลก แต่บางครั้งลูกค้าอาจแย้งข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ (Perceptual Biases) อันเนื่องมาจากความเชื่อ ทศนคติ และประสบการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในของตน

4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจ

ซื้อในโอกาสต่อไป นักการตลาดควรใช้โอกาสในช่วงนี้เสริมข้อมูลเข้าไปอีกเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่สูงสุดจนปิดรับข้อมูล (Closure) จากคู่แข่งรายอื่น

3) การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/ หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีสั่งกระตุ้น - ตอบสนอง (Stimulus - Response Theory) กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

4) บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพเป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตน ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็นทฤษฎีจิตวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล

นักทอ้งเที่ยวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้นการเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักทอ้งเที่ยว หมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักทอ้งเที่ยวด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักทอ้งเที่ยวชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบายทันสมัยและถูกต้อง รอบคอบ (มีการประกันทุกอย่าง) นักทอ้งเที่ยวชาวญี่ปุ่นรักความสะดวก และความเป็นระเบียบ มีวินัยในการทอ้งเที่ยว

5) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือ เลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล เช่น คนสมถะจะบริโภคสินค้าจำเป็น อ่านหนังสือ แต่คนชอบเที่ยวกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจ เที่ยวเตร่ รับประทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์ รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถซื้อบอกพฤติกรรมการซื้อได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่ไปกับค่านิยม (Values) ของสังคม ตัวอย่างเช่น กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ จะนิยมเดินทางโดยเครื่องบิน พักในโรงแรม เช่ายานพาหนะ และเมื่ออยู่ระหว่างติดต่อธุรกิจก็จะใช้บริการของ travel agent คนกลุ่มนี้จะเป็นตลาดเป้าหมายที่ดีที่สุดของสายการบิน โรงแรม และ travel agent และเป็นกลุ่มสำคัญที่กำหนดรูปแบบ และสื่อโฆษณา เช่น โฆษณาในวารสารธุรกิจ ส่วนผู้ที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตอยู่กับบ้านไม่โลดโผนจะชอบดูโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่

6) แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self - concept)

แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคลพร้อมๆ กับการรับรู้ (perception) ประกอบด้วย

1. แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real self) มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัย ความชอบอย่างไร เช่น ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพราะคิดว่าได้พักผ่อน ได้รับความรู้ คลายเครียด

2. แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self concept) เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้ตนเป็นเช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเป็นเช่นนั้น และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดของตนเองในอุดมคติ เช่น การไปท่องเที่ยวต่างประเทศทุกปีเพราะคิดว่าเป็นที่ยอมรับของสังคม

3. แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง (Reference – group self concept) เป็นภาพที่บุคคลคิดเห็นบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร เช่น คิดว่าคนอื่นมองตนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการการพักผ่อน

4. แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self – image concept) เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น ต้องการให้คนอื่นมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้บุคคลเป็นที่ยอมรับในสังคม

จากแนวความคิดต่างๆ เหล่านี้ เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว และต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย เช่น การเดินทางด้วยเรือสำราญ (cruise) ที่หรูหรา หรือการเดินทางโดยขบวนรถไฟ Orient Express ทำให้เพื่อนักธุรกิจนิยมชมชอบได้

7) ทักษะ (Attitudes)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติเป็นพลังที่สำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีไม่ขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่ ทัศนคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะได้แก่ ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่ตนได้รับ เช่น โดยสารสายการบินหนึ่งแล้วไม่ประทับใจการบริการก็ไม่คิดจะใช้บริการของสายการบินนั้นอีก อาจบอกว่าเครื่องบินสกปรก อาหารไม่อร่อย นอกจากนี้อาจเกิดจากกลุ่มอ้างอิงอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน กลุ่มสังคม ฯลฯ การเปลี่ยนทัศนคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือในการสื่อสารมาก และต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ 2554)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวัฒนธรรมของคนต่างชาติซึ่งสืบทอดและยึดถือต่อๆ กันมา ได้แก่

1) วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and subcultures) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อถือ (beliefs) ค่านิยม (values) ทัศนคติ (attitudes) อุปนิสัย (habits) ประเพณี (traditions) ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

1.1) วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัย และความคิดของคน เช่น คนไทยรักความเป็นอิสระ รักพวกพ้อง มีใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ชอบความโอ้อ่า ลักษณะเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการบริโภค

ด้วย เช่น การแต่งกายงดงาม การซื้อรถยนต์ยี่ห้อดีราคาแพง การเดินทางโดยเครื่องบินแทนการเดินทางโดยรถไฟ หรือรถทัวร์ การรับประทานอาหารตามภัตตาคาร การซื้อของในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ฯลฯ และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบใหม่อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมในการดำรงชีวิต ต้องการวันหยุดพักผ่อน ความสะดวกสบาย การซื้อโดยไม่ตั้งใจ ฯลฯ

1.2) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือชนบทรอบเนียบประเพณี (Subculture)

วัฒนธรรมกลุ่มย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกันแม้จะอยู่ในประเทศเดียวกัน เช่น วัฒนธรรมคนจีน วัฒนธรรมล้านนา แต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าและบริการคล้ายคลึงกัน เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร การแต่งกาย การบันเทิง ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเดียวกันย่อมมีความต้องการและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวคล้ายๆ กัน การให้บริการควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ และไม่ขัดต่อวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยแบ่งออกเป็น

- กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) ได้แก่ กลุ่มเชื้อชาติไทย จีน อเมริกัน อังกฤษ ฯลฯ แต่ละเชื้อชาติจะมีรสนิยม ความชอบ กิจกรรม และการบริโภคกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน คนไทยชอบซื้อของจากแหล่งท่องเที่ยว แต่คนอเมริกันชอบสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่

- กลุ่มศาสนา (Religious Groups) ได้แก่ กลุ่มชาวคริสต์ ชาวพุทธ มีความนับถือ ข้อห้าม ความเชื่อและความชอบแตกต่างกัน เช่น ศาสนาอิสลามห้ามรับประทานหมูและของมีนเมา การให้บริการควรระมัดระวังเป็นพิเศษ

- กลุ่มสีผิว (Racial Groups) เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบวัฒนธรรม และทัศนคติที่แตกต่างกันมาก

- พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทำให้ลักษณะการดำรงชีวิตต่างกัน เช่น ชาวญี่ปุ่นสูบบุหรี่และตราครุฑทำงานหนัก แต่คนไทยนิยมการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่า

2) ชั้นของสังคม (Social Classes) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่ามาใช้ในการแบ่งชั้นของสังคมคือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ซาติกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ และ 6 กลุ่มย่อยดังนี้

2.1) ระดับสูง (Upper Class) แบ่งออกเป็น

- ระดับสูงอย่างสูง (Upper – upper class) ได้แก่ ผู้ดีเก่า ชนชั้นสูง มีความมั่งคั่ง เนื่องจากได้รับมรดกเป็นจำนวนมาก สถานะมั่นคง บุตรหลานเรียนในโรงเรียนดีที่สุด อาศัยอยู่ในคฤหาสน์ใหญ่โต รู้สึกรับผิดชอบต่อสังคม จะมีอำนาจการซื้ออย่างเพียงพอ ซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือย มีราคา เช่น บ้าน รถยนต์ราคาแพง ใช้บริการโรงแรมที่หรูหรารายชั้นหนึ่ง ไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก

- ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower – upper class) ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูง ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยความสามารถของตนเอง เป็นเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ จบ

การศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย หาส่งที่ดีที่สุดสำหรับบุตรหลาน อยู่ในวงการธุรกิจ สังคม จะต้องการสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับกลุ่มแรก

2.2) ระดับกลาง (Middle Class) แบ่งออกเป็น

- ระดับกลางอย่างสูง (Upper - middle class) ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา รมั้ดระวังในการใช้จ่าย มีสินค้าและบริการที่จะเป็นต้องใช้คือ เสื้อผ้าที่ดี บ้าน และของใช้ในครัวเรือน สินค้าจำเป็นแก่ฐานะ เช่น รถยนต์

- ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower - middle class) ได้แก่ พนักงานข้าราชการระดับปฏิบัติงาน ต้องการใช้นสินค้าและบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน แสงหาที่อยู่ของตนเอง สมถะมีความอ่อนไหวในเรื่องราคา

2.3) ระดับต่ำ (Lower Class) แบ่งออกเป็น

- ระดับต่ำอย่างสูง (Upper - lower class) ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานและมีทักษะพอสมควร แสงหาสิ่งที่มีน้คง ไม่เข้าสังคมมากนัก ต้องการใช้นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ และราคาประหยัด จงรักภักดีต่อยี่ห้อสินค้า

- ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower - lower class) ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี มีการศึกษาต่ำ อยู่สลัม ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานแก่การครองชีพ และราคาประหยัด

ชนชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการการทองเที่ยว เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับ และแตกต่างกันในด้านอุปนิสัย และสื่อที่ใช้ในการติดต่อซึ่งกันและกัน

3) กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นทัศนคติ ความชอบ/ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว

3.2) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กร และบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากในด้านการเลือกพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เพราะจะให้แนวความคิดซึ่งจะทำให้บุคคลคล้อยตามได้ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมากและมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการการทองเที่ยวเช่นเดียวกัน เมื่อนักทองเที่ยวกลับมาจากทองเที่ยวพร้อมกับความสดชื่นแจ่มใส มีของที่ระลึกและภาพถ่ายที่สวยงามกลับมาให้เพื่อนๆ ดู ก็จะมีความรู้สึก “มีหน้าตา” ได้รับการยกย่องชมเชย (esteem) นักทองเที่ยวก็จะภูมิใจมากที่ได้ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่เคยทำมาก่อน นับว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อจิตใจมาก

4) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีอำนาจและความคิดเห็นของเขา มักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ เช่น ได้ข้อมูลเนื่องจากซื้อสินค้าและบริการก่อนคนอื่น มักจะได้ข้อมูลหรือมีความรู้พิเศษเกี่ยวกับสินค้าการทองเที่ยวและโรงแรมที่แตกต่างจากคนอื่น เช่น รู้เรื่องชมรมดำน้ำ ตกปลา ดูนก รู้ว่าควรดู

นอะไร ที่ไหน และกิจกรรมที่ควรดูหรือเตรียมตัวมีอะไรบ้าง ผู้นำกลุ่มเหล่านี้กระตือรือร้นที่จะค้นหาข้อมูลพิเศษให้กว้างออกไปเรื่อยๆ จนเป็นผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ

แหล่งข้อมูลของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมมาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ

1. ข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจ (Commercial Information Sources) เป็นข้อมูลจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายของโรงแรม และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ข้อมูลที่ให้จะมีมุ่งตรงไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อต่างๆ โดยไม่มีความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มรวมอยู่ด้วย

2. ข้อมูลจากกลุ่มสังคม (Social Information Sources) เป็นข้อมูลที่ได้รับระหว่างบุคคลจากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำกลุ่มด้านความคิดเห็นและกลุ่มอื่นๆ ในสังคม ข้อมูลจึงผ่านการกลั่นกรองจากบุคคลต่างๆ ซึ่งจะเพิ่มความความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไปด้วย เป็นอิทธิพลที่กระตุ้นหรือยับยั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

3. ครอบครัว (The Family) คือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกันหรือโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับมาจากครอบครัวมากที่สุด ความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันจะทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับขั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life - cycle)

ลำดับขั้น	วัฏจักรชีวิต	พฤติกรรมการบริโภค
1.	วัยหนุ่มสาว โสด ปรินญาตรี	มีภาระน้อย เป็นผู้นำความคิดเห็นด้านแฟชั่นและมักใช้จ่ายในสิ่งที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น ดูหนัง ดูกีฬา พักผ่อนวันหยุด ทัศนจร
2.	คู่สมรสใหม่ ไม่มีบุตร	มีภาระมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้จ่ายซื้อสินค้าประเภทถาวร ทนทาน เช่น ตู้เย็น เต้าแก๊ส รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์
3.	ครอบครัวมีบุตรแล้ว บุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ	ซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคในครอบครัวในอัตราสูง สนใจสินค้าใหม่ที่จะช่วยทุ่นแรงและประหยัดเวลา เช่น เครื่องซัก-อบผ้า อาหารเด็ก ของเล่น
4.	ครอบครัวมีบุตรแล้ว บุตรคนเล็กอายุมากกว่า 6 ขวบ	มีฐานะการเงินดีขึ้น แม่บ้านจะออกทำงานและมีรายได้มากขึ้น การโฆษณาไม่มีอิทธิพลมากนัก มักซื้อสินค้าขนาดครอบครัวหรือขนาดประหยัด

ลำดับชั้น	วัฏจักรชีวิต	พฤติกรรมผู้บริโภค
5.	ครอบครัวที่มีบุตรโตแล้ว แต่ยังศึกษาและอาศัยอยู่กับบิดามารดา	ครอบครัวมีฐานะเป็นปีกแผ่นขึ้น แม่บ้านส่วนมากทำงาน ลูกบางคนอาจทำงานบางเวลา การโฆษณา มีอิทธิพลน้อย ซื้อสินค้าประเภทถาวรคงทน ซื้อเครื่องเรือนใหม่ รถยนต์ วารสาร รับบริการทันตกรรม
6.	แต่หัวหน้าครอบครัว ยังทำงานอยู่	มีฐานะดี มีเงินออม สนใจเรื่องการท่องเที่ยว การพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาด้วยตนเอง ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำของที่ระลึกและแจกจ่าย ปรับปรุงที่อยู่อาศัย ซื้อของหรูหราบางอย่าง
7.	ครอบครัวที่บุตรแยกครอบครัว ออกไปแล้วและหัวหน้า ครอบครัวเกษียณอายุ	รายได้ลดลง อยู่กับบ้าน รายจ่ายส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ยา อาหารเสริม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ
8.	อยู่คนเดียว (อีกคนหนึ่งตายหรือ หย่าขาด) และยังทำงานอยู่	มีรายได้ในขั้นพอใช้ อาจอยากขายบ้าน ความสนใจท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล
9.	อยู่คนเดียว (อีกคนหนึ่งตายหรือ หย่าขาด) และเกษียณ	รายได้ลดลง มีรายจ่ายเรื่องยาและบำรุงสุขภาพมากขึ้น ต้องการการเอาใจใส่ดูแล ความรัก และความปลอดภัย

ที่มา: ดัดแปลงจาก คอตเลอร์ (2531)

6.2 บทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

- 1) ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
- 2) ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
- 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน
- 4) ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
- 5) ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

6.3 กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อดังนี้

1) การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน และภายนอก

- สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ความต้องการของตน ฯลฯ

- สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ

2) การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information Search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆ ก็จะถูกสะสมมากขึ้น พร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

- แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก

- แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การแสดงสินค้าการท่องเที่ยว

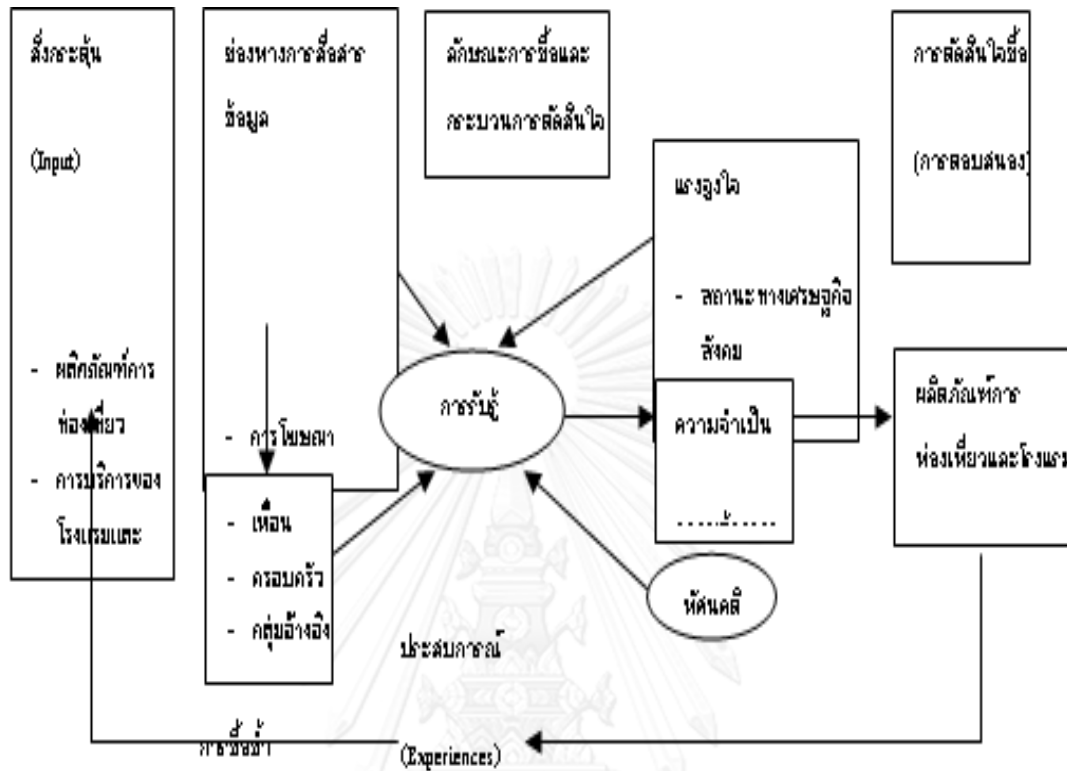
- แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

- แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม การส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยวิจัย ภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์

3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นพฤติกรรมการประเมินผลโดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม เมื่อคุณสมบัติแล้วก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ แล้วนำมาเป็นตัวประเมินเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากรับรู้ความต้องการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทัศนคติที่ขบถและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขาย อาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งนักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป



ที่มา: ดัดแปลงจาก คอตเลอร์ (2531)

ภาพ การกระตุ้น – ตอบสนองของพฤติกรรมบริการบริโภคของนักท่องเที่ยว

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมบริการบริโภคของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและจำเป็นของตนโดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้น และกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะกลายเป็นประสบการณ์ลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ 2554)

7. ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด

7.1 ข้อมูลทั่วไป

บึงบอระเพ็ดเป็นบึงทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดนครสวรรค์ เดิมบึงบอระเพ็ดมีชื่อว่า “ทะเลเหนือ” หรือ “จอมบึง” เนื่องจากมีสัตว์และพืชเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่ามีสัตว์อาศัยอยู่ประมาณ 148 ชนิด พืช 44 ชนิด มีพันธุ์สัตว์ที่หายากได้แก่ นกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร (พบครั้งแรกที่บึงบอระเพ็ด) ปลาเสือตอ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงมีนาคมจะมีนกเป็ดน้ำอพยพมาที่บึงแห่งนี้เป็นจำนวนมาก พื้นที่บางส่วนได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า กลางบึงมีตึกพื้ที่สร้างขึ้นครั้งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐาน

7.2 ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

บึงบอระเพ็ดตั้งอยู่พื้นที่อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอท่าตะโก และอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีเนื้อที่ประมาณ 132737 ไร่ หรือ 212.3792 ตารางกิโลเมตร มีตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ที่ละติจูด 15 องศา 40 ลิปดา ถึง 15 องศา 45 ลิปดาเหนือ และลองจิจูด 100 องศา 10 ลิปดา ถึง 100 องศา 23 ลิปดาตะวันออก โดยมีอาณาเขต ดังนี้

ทิศเหนือ ขนานกับคลองปลากดในเขตอำเภอชุมแสง ท้องที่ตำบลทับกฤช มีถนนสายทับกฤช-ท่าตะโก โดยได้แบ่งพื้นที่บึงบอระเพ็ดไปส่วนหนึ่ง ซึ่งพื้นที่ในด้านนี้มีความตื่นขึ้นมา และมีราษฎรบุกรุกจับจองมากที่สุด

ทิศตะวันออก จากปากคลองปลากดในถึงบ้านแหลมจันทร์ ในเขตอำเภอชุมแสง ผ่านบ้านคลองบอน บ้านกระทุ่มเจ้า บ้านปากง่ามเหนือ ในเขตอำเภอท่าตะโก รวมถึงพื้นที่เขาพนมเศษ

ทิศใต้ อยู่ในเขตอำเภอท่าตะโก และอำเภอเมือง ขนานไปกับถนนสายนครสวรรค์-ท่าตะโก

ทิศตะวันตก อยู่ในเขตตำบลแควใหญ่ ตำบลเกรียงไกร อำเภอเมือง และตำบลทับกฤช ในเขตอำเภอชุมแสง ใช้ทางรถไฟเป็นขอบเขตจากสถานีรถไฟนครสวรรค์ (สถานีหนองปลิงเดิม) ถึงสถานีคลองปลากด

7.3 ประวัติความเป็นมาและการพัฒนา

พื้นที่ของบึงบอระเพ็ดในอดีตนั้นเป็นที่ราบลุ่ม แวดล้อมไปด้วยป่าไม้เบญจพรรณอันอุดมสมบูรณ์ มีลำคลองเล็กๆ ไหลผ่านและประกอบไปด้วยหนองน้ำหลายแห่ง เมื่อถึงฤดูฝนจะมีน้ำทางเหนือไหลหลากทำให้บริเวณบึงบอระเพ็ดมีน้ำท่วมเป็น บริเวณกว้างจนกลายเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ อุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด ทั้งพันธุ์ปลาชนิดต่างๆ จระเข้ กุ้งก้ามกรามและตะพาบน้ำ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องจระเข้แล้วเป็นที่เลื่องลือกันว่าบึงบอระเพ็ดมี จระเข้ชุกชุมมาก จนผู้คนที่นั่งรถไฟผ่านบึงบอระเพ็ดสามารถมองเห็นจระเข้ที่ลอยอยู่ในบึงและ ส่วนหนึ่งก็ขึ้นมานอนฝั่งแดดตามชายบึงหรือบนเกาะ

ในปี พ.ศ. 2466 ดร.ฮิวจ์ เอ็ม. สมิท ชาวอเมริกันซึ่งเป็นที่ปรึกษาด้านการประมง กระทรวงเกษตรราธิการได้ออกสำรวจบึงบอระเพ็ดและได้รายงานผลการสำรวจเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2466 ว่าบึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่และมีความสำคัญมากเกี่ยวกับเรื่องการประมง เพราะว่าเป็นแหล่งพันธุ์ปลา เป็นทำเลที่ปลาอาศัยเลี้ยงตัว วางไข่ และแพร่พันธุ์ ควรจะมีการบำรุงรักษาให้เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของปลา

กระทรวงเกษตรราธิการจึงได้นำเรื่องนี้กราบบังคมทูลขอพระบรมราชานุญาตสงวนบึง บอระเพ็ดไว้เป็นที่สงวนพันธุ์สัตว์น้ำ โดยการสร้างคันกั้นน้ำและประตูระบายน้ำ เพื่อเก็บกักน้ำที่ระดับ 23.80 ร.ท.ก. ตลอดปี และได้รับพระบรมราชานุญาตให้ดำเนินการเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2469 การก่อสร้างทำนบกั้นน้ำและประตูระบายน้ำเริ่มจากปี พ.ศ. 2470 และเสร็จในปี พ.ศ. 2471 สามารถกักเก็บน้ำได้ตลอดปี

กระทรวงพระคลังมหาสมบัติในเวลานั้นได้ประกาศกำหนดเขตบึงบอระเพ็ดไว้เป็นที่รักษาพืชพันธุ์ปลาน้ำจืด ในปี พ.ศ. 2471 และพิจารณาแก้ไข ในปี พ.ศ. 2473 โดยกำหนดเนื้อที่ประกาศเป็นเขตหวงห้ามไว้ประมาณ 250,000 ไร่ และต่อมารัฐบาลได้ตราพระราชกฤษฎีกา ลงวันที่ 4 สิงหาคม 2480 ถอนการหวงห้ามเหลืออยู่จนถึงปัจจุบัน 132,737 ไร่ 56 ตารางวา โดยมีอาณาเขตติดต่อกัน 3 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอชุมแสง และอำเภอท่าตะโก ในปี พ.ศ. 2490 กระทรวงเกษตรราธิการได้แบ่งเขตรักษาพืชพันธุ์ออกเป็น 2 เขต คือ

เขตที่ 1 เป็นเขตหวงห้ามมิให้ผู้ใดทำการประมง โดยเด็ดขาด มีเนื้อที่ 38,850 ไร่

เขตที่ 2 เป็นเขตหวงห้ามที่อนุญาตให้ราษฎรทำการประมง โดยใช้เครื่องมือบางชนิดที่กำหนดให้ใช้ได้ มีเนื้อที่ 93,887 ไร่ 56 ตารางวา (บึงบอระเพ็ด 2555)

7.4 สภาพทั่วไป

1) ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ของบึงบอระเพ็ดส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง (flood plain) แวดล้อมไปด้วยป่าไม้เบญจพรรณอันอุดมสมบูรณ์ ทางด้านเหนือของบึงมีแม่น้ำน่านไหลผ่าน ทางด้านใต้มีลำห้วยเล็กๆ ไหลสู่บึง คือ คลองวังมหากร และคลองขุด ทางด้านตะวันออกของบึงมีพื้นที่น้ำจืดเขาพนมเศษ น้ำไหลเข้าทางคลองไยไหม และคลองตะโก น้ำไหลออกจากบึงทางคลองบอระเพ็ด ผ่านประตูระบายน้ำภายในศูนย์พัฒนาประมงน้ำจืดลงสู่แม่น้ำน่าน และมีฝายกั้นน้ำทางทิศตะวันตกของบึง มีลำคลองเล็กๆ ผ่าน และประกอบไปด้วยหนองน้ำหลายแห่ง เมื่อถึงฤดูฝนจะมีน้ำทางเหนือไหลหลากทำให้บริเวณบึงบอระเพ็ดมีน้ำท่วมเป็นบริเวณกว้าง จนกลายเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ อุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด ทั้งปลา จระเข้ กุ้งก้ามกรามและตะพาบน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องจระเข้แล้วเป็นที่เลื่องลือกันว่า บึงบอระเพ็ดมีจระเข้ชุกชุมมาก จนผู้คนที่นั่งรถไฟผ่านบึงบอระเพ็ดสามารถมองเห็นจระเข้ที่ลอยอยู่ในบึง และส่วนหนึ่งก็ขึ้นมานอนฝั่งแคตตามชายบึงหรือบนเกาะ

2) ลักษณะทางกายภาพ บึงบอระเพ็ดตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศร้อนชื้นแบบสะวันนา มีช่วงฤดูฝนและฤดูแล้งชัดเจน ได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จึงมีฝนตกชุกในฤดูฝนและได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จึงหนาวเย็นและแห้งแล้งในฤดูหนาว ซึ่งฤดูร้อนมีอากาศร้อนจัด อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 28.4 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยร้อยละ 69.6 ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1081.9 มิลลิเมตรต่อปี บึงบอระเพ็ดมีพื้นที่รับน้ำประมาณ 2.75 ล้านไร่ หรือ 4400

ตารางกิโลเมตร ระดับความลึกเฉลี่ยของน้ำในบึงประมาณ 1.6 เมตร บริเวณที่ลึกที่สุดประมาณ 5 เมตร ระดับน้ำต่ำสุดในเดือนสิงหาคม และสูงสุดในเดือนตุลาคม มีเนื้อที่ผิวน้ำประมาณ 62,500 ไร่ (100 ตารางกิโลเมตร) ในบึงมีเกาะเล็กๆ อยู่ราว 10 เกาะ เนื้อที่ประมาณ 900 ไร่ (1.44 ตารางกิโลเมตร) เกิดจากการทับถมรวมตัวของพันธุ์ไม้น้ำ

3) ลักษณะทางนิเวศวิทยา บึงบอระเพ็ดเป็นระบบนิเวศพื้นที่ชุ่มน้ำ ประกอบด้วยพื้นที่น้ำขังซึ่งในฤดูน้ำหลากเป็นบึงน้ำใหญ่ผิวน้ำเปิดโล่ง บริเวณที่มีระดับความลึกของน้ำไม่มากนักมีพืชลอยน้ำเกาะกลุ่มอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะทางตะวันตกเฉียงเหนือ พืชลอยน้ำเกาะกลุ่มใหญ่จนมองดูคล้ายเกาะลอย มีทุ่งบัว มีบริเวณที่เป็นเกาะซึ่งเดิมเป็นเนินดิน เมื่อสร้างประตูน้ำแล้วน้ำท่วมไม่มิด บริเวณที่ลุ่มชื้นแฉะ ป่าพรุและป่าละเมาะริมบึง ซึ่งเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างระบบนิเวศน้ำและบก น้ำท่วมเฉพาะในช่วงน้ำมาก มีพืชยืนน้ำขึ้นอยู่หนาแน่น และโดยรอบบึงเป็นทุ่งนาและทุ่งหญ้า เนื่องจากมีลำน้ำลำห้วยไหลลงสู่บึง พัดพาตะกอนและธาตุอาหารสะสมอยู่ จึงอุดมด้วยพืชและสัตว์นานาชนิด ที่สำคัญคือเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำวัยอ่อนให้กับแม่น้ำเจ้าพระยา และเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยหากิน สร้างรังวางไข่ของนกนานาชนิด ทั้งนกประจำถิ่นและนกอพยพย้ายถิ่น

7.5 ความหลากหลายทางชีวภาพ

1) พันธุ์ปลาน้ำจืด บึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ซึ่งเคยสำรวจพบว่า มีพันธุ์ปลามากมายหลายชนิด ประกอบด้วยพันธุ์ปลาน้ำจืด 31 ครอบครัว 148 ชนิด แพลงค์ตอนพืช 44 ชนิด แพลงค์ตอนสัตว์ 22 ชนิด ซึ่งเป็นปลาที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ เช่น ปลาช่อน ปลาชะโด ปลาแดง ปลาเค้า และปลาเสือตอ รวมทั้งปลาสวยงามอีกหลายชนิด ปลาที่มีชื่อเสียงที่สุดของบึงบอระเพ็ด คือ ปลาเสือตอเนื่องจากมีราคาสูงมาก เดิมเป็นปลาที่คนนิยมบริโภคเพราะว่าเนื้อปลาชนิดนี้มีรสดี เป็นที่เลื่องลือกันว่าถ้าใครมาจังหวัดนครสวรรค์ แล้วไม่ได้บริโภคปลาเสือตอถือว่ายังไม่ถึงจังหวัดนครสวรรค์ แต่ในปัจจุบันนี้ปลาเสือตอกลายเป็นปลาสวยงามที่เลี้ยงดูเล่น ไม่สามารถนำมาบริโภคได้ เพราะว่าเป็นปลาที่หายาก และมีราคาแพงมาก ราคาปลาเสือตอเมื่อประมาณ 15 ปี มาแล้วราคา กิโลกรัมละ 300 บาท และปัจจุบันปลาเสือตอที่มีน้ำหนักประมาณ ครึ่งกิโลกรัมมีราคาซื้อขายในประเทศประมาณ 2-3 หมื่นบาท ปัจจุบันนี้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมในบึงเสื่อมสภาพลง เช่นมีวัชพืชมากมาย บางส่วนของวัชพืชเน่าตาย และจมลง ทำให้บึงบอระเพ็ดตื้นเขิน ทำให้เสียสภาพเหมาะสมแก่สัตว์น้ำ จึงทำให้พันธุ์ปลาน้ำจืดมีจำนวนลดลงทั้งชนิดและปริมาณ โดยพบเพียง 13 ครอบครัว 30 ชนิด แพลงค์ตอนพืช 19 ชนิด และแพลงค์ตอนสัตว์ 9 ชนิด จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาบึงบอระเพ็ดให้มีสภาพที่เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง

2) พันธุ์ไม้น้ำ บึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชน้ำนานาชนิด มีรายงานการพบพันธุ์ไม้น้ำในช่วงปี 2522 - 2537 อย่างน้อย 32 ชนิด ถึงมากกว่า 73 ชนิด จำแนกได้เป็น 6 บริเวณ คือ บริเวณผิวน้ำเปิดโล่ง มีพืชใต้น้ำและพืชปริ่มน้ำ กระจายอยู่ในน้ำลึกรอบๆ บริเวณที่มีบัว พบประมาณร้อยละ 10-15 ของพื้นที่น้ำ ชนิดเด่น ได้แก่ ตีปลีน้ำ สาหร่ายไฟ สาหร่ายข้าวเหนียว สาหร่ายหางกระรอก สาหร่ายฉัตร สาหร่ายเส้นด้าย สาหร่ายพวงชะโด และสันตะวา

บริเวณพืชลอยน้ำ มีทั้งที่มีใบลอยน้ำ กระจายเป็นหย่อมๆ ประมาณร้อยละ 20 ของพื้นที่น้ำ และลอยน้ำทั้งต้น ชนิดเด่น ได้แก่ จอกหูหนู ผักตบชวา แหน แหนแดง แพงพวยน้ำ กระจับ

ผักบุ้ง บริเวณพืชไผ่ฟืนน้ำหรือพืชยืนน้ำ แพร่กระจายอยู่ทั่วไป จากฝั่งลงไปในบึงประมาณ 0.5-1 กิโลเมตร รอบๆ บึง และกระจายเป็นหย่อมๆ ประมาณร้อยละ 40 ของพื้นที่น้ำ พืชเด่น ได้แก่ กก สามเหลี่ยมเล็ก ธูปฤาษี เอื้องเพ็ดม้า บัวหลวง บัวสายหรือบัวแดง บัวกินสาย หญ้าแพรกน้ำ เทียนนา หัวทรงกระเทียม บริเวณเกาะ กลางบึงและใกล้ฝั่ง ซึ่งน้ำอาจท่วมในฤดูที่น้ำมาก และไม่ท่วมในฤดูน้ำปกติ พืชเด่น ได้แก่ ลำเจียก อ้อ หญ้าไซ หญ้าขน หญ้าแซม หญ้าปล้อง หญ้าข้าวนก บริเวณป่าพรุ ริมบึง น้ำท่วมบางฤดู พืชเด่น ได้แก่ สนุ่น จิกนา ก้านเหลือง ทองกวาว บริเวณทุ่งนา ปลูกข้าว บางฤดู ปลูกพืชไร่ เช่น ข้าวโพด ข้าวฟ่าง มีไม้พุ่มขนาดเล็กขึ้นอยู่ริมบึงเป็นหย่อมๆ

3) จระเข้ เมื่ออดีตจระเข้เป็นสัตว์ที่ชุกชุมมากในบึงบอระเพ็ด และจระเข้พันธุ์บึงบอระเพ็ด เป็นจระเข้ที่มีราคาแพง เพราะมีหนังสีเหลืองสวย ในบึงบอระเพ็ดมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การอาศัยของจระเข้ เพราะจระเข้เป็นสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ จระเข้ที่มีอายุเกิน 7 ปี สามารถผสมพันธุ์กันได้ จะผสมพันธุ์ในน้ำมักจะเป็นช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ในฤดูกาลผสมพันธุ์ตัวผู้จะครางและส่งเสียงร้องได้ยินไปไกล เพื่อเป็นสัญญาณเรียกตัวเมีย หลังจากจับคู่ผสมพันธุ์กันแล้ว จระเข้จะวางไข่ในราวเดือน มีนาคม ถึงเมษายน จระเข้สร้างรังวางไข่โดยใช้หางกวาดใบไม้หญ้ามาคลุมรังไข่ จระเข้จะวางไข่ครั้งละ 20 - 40 ฟอง และจะฟักเป็นตัวโดยใช้เวลา 65-80 วัน แต่เป็นที่เสียดายว่าจระเข้ในบึงบอระเพ็ดได้ถูกจับไปหมดแล้ว แต่ในอนาคตอันใกล้นี้ ทางราชการจะได้นำจระเข้มาปล่อยในบึงอีกครั้งหนึ่ง

4) นัก บึงบอระเพ็ดมีนกจำนวนมากอาศัยอยู่มากมายหลายชนิด จากฐานข้อมูลของศูนย์ชีววิทยาเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ยืนยันการพบนก 182 ชนิด และปี 2541 มีบัญชีรายชื่อนกที่พบในบึงบอระเพ็ด 187 ชนิด บึงบอระเพ็ดเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำสำคัญอยู่ในเส้นทางอพยพของนกซึ่งหนีความหนาวเย็นในฤดูหนาวมาจากทางตอนเหนือของโลก ทุกฤดูหนาวพบ นกนางแอ่นบ้าน จำนวนมากอพยพมาอาศัยอยู่รอบบึง นกแอ่นทุ่งใหญ่ จำนวนมากตามทุ่งโล่งหรือทุ่งหญ้าใกล้น้ำ และสร้างรังวางไข่บนพื้นดินที่เป็นโคลนแห้งหลังน้ำลด บึงนี้เป็นแหล่งน้ำในภาคกลางที่มีรายงานว่ามีนกเปิดน้ำอพยพจำนวนมากที่สุด นกน้ำอื่นๆที่พบ ได้แก่ เป็ดหอม เป็ดดำหัวดำ เป็ดปากสั้น เป็ดปีกเขียว เป็ดปากกล้วย เป็ดดำหัวสีน้ำตาล เป็ดเปี้ยว เป็ดหงส์ เป็ดคับแค และพบนกคู้ทในฤดูหนาว นกอื่นๆ ที่พบมากในหน้าหนาวเช่นกัน ได้แก่ นกยางชนิดต่างๆ นกกระสาขาว นกกระสาแดง นกปากห่าง เหยี่ยวทุ่ง เหยี่ยวต่างดำขาว บางครั้งพบนกอินทรีปีกปลายด้วย เคยมีรายงานว่าพบเหยี่ยวปลาทางขาบบริเวณริมบึงมีนกเค้าลม และนกกระจาบอาศัยอยู่จำนวนมาก รวมทั้งนกกระจาบปีกอ่อนนอกเหลือง นกจาบสีทอง นกนางแอ่นบ้าน ในฤดูผสมพันธุ์มีนกกางไฟหัวดำ และนกกางไฟธรรมดาจำนวนมาก รวมทั้งนกกระสาแดง เป็ดแดง นกอีแอ่นคิ้วขาว นกอีโก้ง นกอีแจว ส่วนนกขนาดใหญ่เช่นนกกระทุง นกตะกราม มีรายงานว่าพบบินผ่านเป็นครั้งคราว สำหรับนกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร ที่เป็นชนิดพันธุ์เฉพาะถิ่นของไทย บึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งเดียวของโลกที่พบนกชนิดนี้ มีรายการพบเห็นเมื่อปี พ.ศ. 2511 ปัจจุบันไม่มีรายงานการค้นพบมานานแล้วนับว่าบึงบอระเพ็ดเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำหนึ่งซึ่งจัดว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนกในเมืองไทย โดยเป็นแหล่งที่มีนกน้ำชุกชุมรวมกันอยู่มากกว่า 20000 ตัว และเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของนกที่อยู่ในสถานภาพถูกคุกคามของโลก อย่างน้อย 5 ชนิด ได้แก่ นกตะกราม นกกระทุง เป็ดดำหัวดำ นกอินทรีปีกปลาย นกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร นอกจากนั้นยัง

เป็นถิ่นที่อยู่ของนกที่ใกล้สูญพันธุ์อย่างยิ่งของไทย ได้แก่ นกอ้ายจ้าว นกนางนวล นกกระสาแดง นก กาบบัว นกข่อนหอยขาว เป็ดหงส์ เหยี่ยวดำ และนกที่มีแนวโน้มใกล้สูญพันธุ์อีกหลายชนิด

สัตว์อีกชนิดหนึ่งที่ใกล้สูญพันธุ์อย่างยิ่ง คือ จระเข้บ้านจืด ซึ่งเมื่อก่อนมีจำนวนมากแต่ ถูกล่าจนไม่มีเหลืออยู่ในธรรมชาติของบึงแล้ว สัตว์เลื้อยคลานอื่นๆ ที่พบ ได้แก่ งูสายรุ้งดำ ซึ่งเป็นสัตว์ เฉพาะถิ่น เต่านา เต่าบึงหัวเหลือง ตะพาบน้ำ งูกันขบ งูเหลือม งูสามเหลี่ยม เขี้ย สัตว์สะเทินน้ำ สะเทินบกที่พบได้แก่ เขียดนา เขียดบัว กบนา อึ่งอ่างบ้าน อึ่งน้ำเต้า เขียด งู ส่วนสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม พบ 3 ชนิด คือ ลิงแสม กระจงอกปลายหางดำ หนูพุกใหญ่

7.6 ผลประโยชน์ด้านอื่นๆ

1) ด้านเศรษฐกิจ บึงบอระเพ็ด เป็นแหล่งน้ำ แหล่งเพาะปลูกพืชน้ำ แหล่งน้ำ สำหรับสัตว์เลี้ยง มีประโยชน์ต่อการคมนาคม และมีคุณค่าทางนันทนาการและการท่องเที่ยว แต่ที่ สำคัญที่สุด คือ เป็นแหล่งผลิตทรัพยากรประมงที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศ นำรายได้มาสู่ ประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบบึงที่ประกอบอาชีพการประมงตลอดมา คาดประมาณว่ามีปริมาณการ จับปลาโดยเฉลี่ย 1200-1500 ตัน/ปี และมีปลาเลี้ยงจากบ่อและกระชังอีกประมาณ 2000 ตัน/ปี ปลาที่มีชื่อเสียงที่สุดของบึง คือ ปลาเสือตอ มีราคาสูงมาก เดิมเป็นปลาที่คนนิยมบริโภค เพราะเนื้อ ปลามีรสดีขึ้นชื่อ ปัจจุบันเป็นปลาสวยงามเลี้ยงไว้ดูเล่น ไม่บริโภค เพราะหาได้ยาก ราคาแพงมาก

2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม พื้นที่บึงบอระเพ็ด แต่เดิมเรียกว่า ป่าบึงบอระเพ็ด เป็นป่าที่เต็มไปด้วยหนองน้ำนับพันแห่ง มีปลาและจระเข้มากมาย บนบกมีป่าดงดิบ ป่าโปร่ง ฟุ้งป่า แฝก ว่ากันว่ามีควายป่าที่เรียกว่า มหิงสา จำนวนมาก รวมทั้งเสือและละมั่งด้วย เนื่องจากเป็นป่ารก ไม่มีชุมชนตั้งถิ่นฐาน พวกโจรผู้ร้ายเมื่อปล้นตลาดปากน้ำโพแล้ว มักหนีเข้าหลบซ่อนตัวในบริเวณนี้ ปัจจุบันเป็นแหล่งน้ำและแหล่งประมงที่สำคัญสำหรับชุมชนท้องถิ่น และเป็นแหล่งวิทยาการเกี่ยวกับ วิวัฒนาการของการทำการประมงพื้นบ้านซึ่งสืบทอดกันมาเป็นวิถีชีวิตหลายชั่วคน

3) ด้านนันทนาการ บึงบอระเพ็ดมีธรรมชาติที่สวยงาม และความหลากหลายทาง ทรัพยากรชีวภาพที่โดดเด่นเป็นที่ดึงดูดความสนใจของสาธารณชน และนักท่องเที่ยว ในแต่ละปีมี นักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอื่นๆ ภายในประเทศ รวมทั้งชาวต่างประเทศก็ นิยมมาท่องเที่ยวและชมนกซึ่งมีหลากหลายชนิด โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวซึ่งมีนกอพยพย้ายถิ่นมา มีผู้ เดินทางมาเยี่ยมเยือนบึงบอระเพ็ดเป็นจำนวนมาก

4) ด้านวิชาการ บึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งเพาะขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดที่ใหญ่ และอุดม สมบูรณ์ในภาคกลางของประเทศ จึงจัดได้ว่าเป็นแหล่งศึกษา ค้นคว้าวิจัยที่สำคัญ ซึ่งผลจากงานวิจัยที่ ได้ ทำให้ทราบถึงชนิดและปริมาณของประชากรปลา ชนิดและปริมาณของแพลงค์ตอนและสัตว์หน้า ดิน ชนิดและการแพร่กระจายของพันธุ์ไม้น้ำ อุปนิสัยการกินอาหารของปลาที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชาวประมงในบึงบอระเพ็ด ตลอดจนปัญหาที่พบในบึงบอระเพ็ด เพื่อใช้ เป็นแนวทางในการปรับปรุงบึงบอระเพ็ดให้มีพันธุ์ปลาหลายชนิดชุกชุม เพื่อให้มีปริมาณเพียงพอแก่ ความต้องการในการทำการประมง และการบริโภคของประชาชน และป้องกันมิให้สัตว์น้ำทุกชนิดที่ อาศัยในบึงบอระเพ็ดมีปริมาณลดน้อยลงมาก จนกระทั่งสูญพันธุ์ไปในที่สุด

(บึงบอระเพ็ด 2555)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

ศุจิภา ดวงมณี (2539)อ้างถึงใน(ณัฐวุฒิ สิทธิชัย 2551) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บของสื่อมวลชนไทย พบว่าสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันใช้ช่องทางเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการเสริมภาคลักษณะขององค์กร และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสื่อสารข้อมูลไปในระดับโลก เนื่องจากเว็ลด์ไวด์เว็บเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบด้านความเร็ว สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน และเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารไปในระดับโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าสื่อประเภทอื่น สรุปได้ว่า อนาคตสื่อมวลชนไทยมีแนวโน้มที่จะใช้เว็ลด์ไวด์เว็บเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

พรพิมล ศรีธเรศ(พรพิมล ศรีธเรศ 2551)ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานในในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านการจัดการนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การจัดการความสะอาด ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ความมีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การจัดการแสดงภายในพิพิธภัณฑสถาน ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ข้อความบนป้ายโฆษณา มีความชัดเจน ด้านกิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาผ่านเทคโนโลยี และด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การออกแบบโครงสร้างภายในที่ดี

สุพร บุญปก(สุพร บุญปก 2551)ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนานันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆดังนี้ ด้านการจัดการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง กิจกรรมนันทนาการที่มีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ ด้านการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง สถานที่จัดกิจกรรมมีความสะอาด เหมาะสม ด้านบุคลากรนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการบริการด้วยความสุภาพ เป็นกันเอง ด้านคมนาคมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การเดินทางสะดวกสบาย ที่จอดรถเพียงพอ ด้านราคานักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาค่าบริการยุติธรรม เหมาะสม

มานิตย์ สิงห์ทองชัยและคณะ(มานิตย์ สิงห์ทองชัยและคณะ 2552)ได้ศึกษา “การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชน ” โดยใช้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนและหน่วยงานผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านนันทนาการธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดจังหวัดนครสวรรค์แบบเข้าไปเย็นกลับจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้าน

นันทนาการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งความคิดเห็นอันดับ 1 ได้แก่ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์เป็นผลมาจากการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดทำให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี สถานภาพเป็นโสด และมีความคาดหวังต่อสถานที่แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลางและมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมาก

ยุวเรศ มาชอริ(ยุวเรศ มาชอริ 2552)ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นันทนาการสวนสนุกดรีมเวิลด์ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนมากเป็นนิสิต/ นักศึกษา ได้รับแหล่งข้อมูลของสวนสนุกดรีมเวิลด์จากโทรทัศน์มี วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนต่ำกว่า 1,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาคือวันหยุดเสาร์- อาทิตย์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างด้านบุคลากรผู้ให้บริการภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างด้านข้อมูลข่าวสารภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก

เสถียรพงษ์ ตุงคนาคร(เสถียรพงษ์ ตุงคนาคร 2552)ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลตำบลแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 30 คน และใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวจำนวน 384 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีศักยภาพสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านที่มีศักยภาพต่ำสุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวคือ หน่วยราชการขาดการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและปัญหาการจราจร ส่วนแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ หน่วยงานควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนมากขึ้น

สุภาพร สุกสีเหลืองและคณะ(สุภาพร สุกสีเหลืองและคณะ 2553)ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนนทบุรีภายใต้การจัดการและการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการสำรวจศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยพบว่า เกาะเกร็ดและวัดสวนแก้ว มีศักยภาพระดับสูง ส่วนวัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหารและตลาดน้ำไทรน้อยมีศักยภาพระดับปานกลาง แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนนทบุรี ส่วนผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาในด้านความปลอดภัยและระบบสาธารณูปโภคด้านการศึกษาความต้องการ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วิจัย พบว่า ต้องการให้มีการจัดสรรผลประโยชน์ที่

เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยุติธรรมแก่ชุมชนและทุกคนที่เกี่ยวข้อง รองลงมา คือ ต้องการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และต้องการให้มีการประเมินผลกระทบที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วิจัย 4 แหล่ง ควรกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนา 5 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนและการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม และ 5) กลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์

เจษฎา นกน้อยและคณะ(เจษฎา นกน้อยและคณะ 2553)ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาปู่ – เขาย่า มีทั้งเป็นกลุ่มขนาดเล็กและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบกลุ่มใหญ่ ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว อุทยานฯ มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวพักค้างคืนได้ 00 คนต่อวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพักค้างคืนในบริเวณที่พักของอุทยานฯ เป็นเวลา 1 คืน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ การเที่ยวถ้ำ ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาปู่ – เขาย่าพบว่า ด้านพื้นที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จ สามารถจัดการพื้นที่ได้บรรลุวัตถุประสงค์ ขณะที่ด้านกิจกรรมและการเรียนรู้ในอุทยานฯ ได้จัดกิจกรรมและการเรียนรู้ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ของอุทยานฯ และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ประชาชนในพื้นที่โดยรอบอุทยานฯ ยังมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างน้อย ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาปู่ – เขาย่า คือ การบุกรุกทำลายพื้นที่อุทยานฯ การตัดไม้ทำลายป่า การลักลอบขโมยพืชพรรณและสัตว์ป่า การขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวบางคนที่ยังขาดความเข้าใจต่าง ๆ ในเขตอุทยานฯ และการขโมยทรัพย์สินของอุทยานฯ ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาปู่ – เขาย่า จึงต้องมีการปรับปรุงการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้นในอนาคต

จิรัชยา บุญไตรและคุณ โทชน์(จิรัชยา บุญไตรและคุณ โทชน์ 2554)ศึกษาการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหาดบึงเกลือ การศึกษาการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาหาดบึงเกลือ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหาดบึงเกลือคือ การขาดแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ และขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น จากการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตำบลบึงเกลือ พบว่าจุดเด่นของตำบลบึงเกลือคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่วนจุดอ่อนอยู่ที่โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวที่ตำบลบึงเกลือ ด้านโอกาสของตำบลบึงเกลือ คือจังหวัดร้อยเอ็ดมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยประกาศให้ปี 2552-2556 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหาดบึงเกลือคือการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชิงนิเวศโดยชุมชนซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้ คือ 1) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย 3) ระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและ 4) ลูกจิตสำนึกแก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ และผู้ประกอบการในตำบลบึงเกลือให้มีการศึกษาเรียนรู้ด้านประเพณี วัฒนธรรมและนิเวศวิทยาของหาดบึงเกลือ

บุญญา เลขา มากบุญ (บุญญา เลขา มากบุญ 2554) ศึกษาการพัฒนา รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในพื้นที่ป่าซับลังกา ผลการวิจัยมีข้อค้นพบดังนี้ (ก) ในการวิจัยระยะที่ 1 พบว่า เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าซับลังกาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสมดุลของระบบนิเวศมากที่สุดแห่งหนึ่งในผืนป่าภาคกลาง มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เน้นเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์และถูกต้องทันสมัย รวมทั้งแผนประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติได้ (ข) ในการวิจัยระยะที่ 2 หรือการพัฒนาที่นำผลการวิจัยระยะที่ 1 มาใช้ ทำให้ได้แผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกประกอบด้วย 3 โครงการใหญ่ และมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ประเภท คือ แผ่นพับ คู่มือนักท่องเที่ยว และเว็บไซต์ โดยมีรายละเอียดโครงเรื่อง หัวเรื่องหลัก และแนวคิดที่สอดคล้องไปทางเดียวกัน เมื่อผ่านการวิพากษ์และนำไปทดลองใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าในภาพรวมมีเกณฑ์อยู่ในระดับดี (ค) การจัดอบรมสามารถสร้างจิตสำนึกทำให้สมาชิกที่เข้าร่วมเห็นความสำคัญของทรัพยากรป่าไม้ เกิดความห่วงแหนและเห็นว่าควรช่วยกันอนุรักษ์ให้ยั่งยืนสืบต่อไป จนถึงรุ่นลูกหลาน

สุรชาติ สินวรรณ (สุรชาติ สินวรรณ 2554) ศึกษาการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเทคนิควิเคราะห์ลำดับขั้น การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบริเวณรอบเจดีย์กลางน้ำ เทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง จากการวิเคราะห์ค่าระดับความสำคัญของกิจกรรมในแต่ละด้าน พบว่าผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนยังให้ความสำคัญกับกำไรและคุณภาพชีวิตที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ มากกว่าด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึงการเลือกกิจกรรมผจญภัยที่ให้ผลกำไรต่อคนถึง 350 บาท มากกว่ากิจกรรมศึกษาระบบนิเวศ และระบบนิเวศ เนื่องจากชุมชนที่อยู่อาศัยอยู่บริเวณเจดีย์กลางน้ำ ส่วนใหญ่เป็นชุมชนประมง มีรายได้จากการการประมง ซึ่งมีรายได้ต่อหัวต่ำ ซึ่งหากเป็นไปได้ ชุมชนก็อยากจะเพิ่มรายได้ให้กับตนเองมากกว่าอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่ดี

งานวิจัยต่างประเทศ

โบธา (Botha 1981) ได้ศึกษา เรื่อง การบริหารงานอุทยานและนันทนาการสำหรับชุมชนในแอฟริกาใต้ ได้สอบถามนักท่องเที่ยวทั้งหมด 440 คน พบว่า การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกมีปัญหาจากงบประมาณที่มีจำกัดในแต่ละที่ โดยพบว่า อุทยานใดที่มีงบประมาณน้อยกว่า อุทยานนั้นก็จะมีคุณภาพที่ดี ในขณะที่อุทยานใดมีงบประมาณที่น้อย ก็จะทำให้อุทยานนั้นมีคุณภาพต่ำ ดังนั้นการแก้ไขคือ ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่อุทยานมี หรือ ปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมต่างๆ เพื่อนำงบประมาณมาใช้พัฒนาอุทยาน เป็นต้น

มิลล์และมอร์ริสัน (Mill and Morrison 1992) กล่าวว่า นักวิจัยที่ศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่า ลักษณะของประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และมีความสัมพันธ์กับประเภทของกิจกรรม เช่น เมื่อมีอายุมากขึ้น คนวัยทำงาน มักจะไปเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ในการเยี่ยมเพื่อนญาติ คนรู้จัก และจะทำกิจกรรมที่มีความโลดโผนน้อยลง และมีเวลาในการท่องเที่ยวน้อยกว่าคนวัยเกษียณ เรื่องการศึกษา จะมีผลกับการเข้า

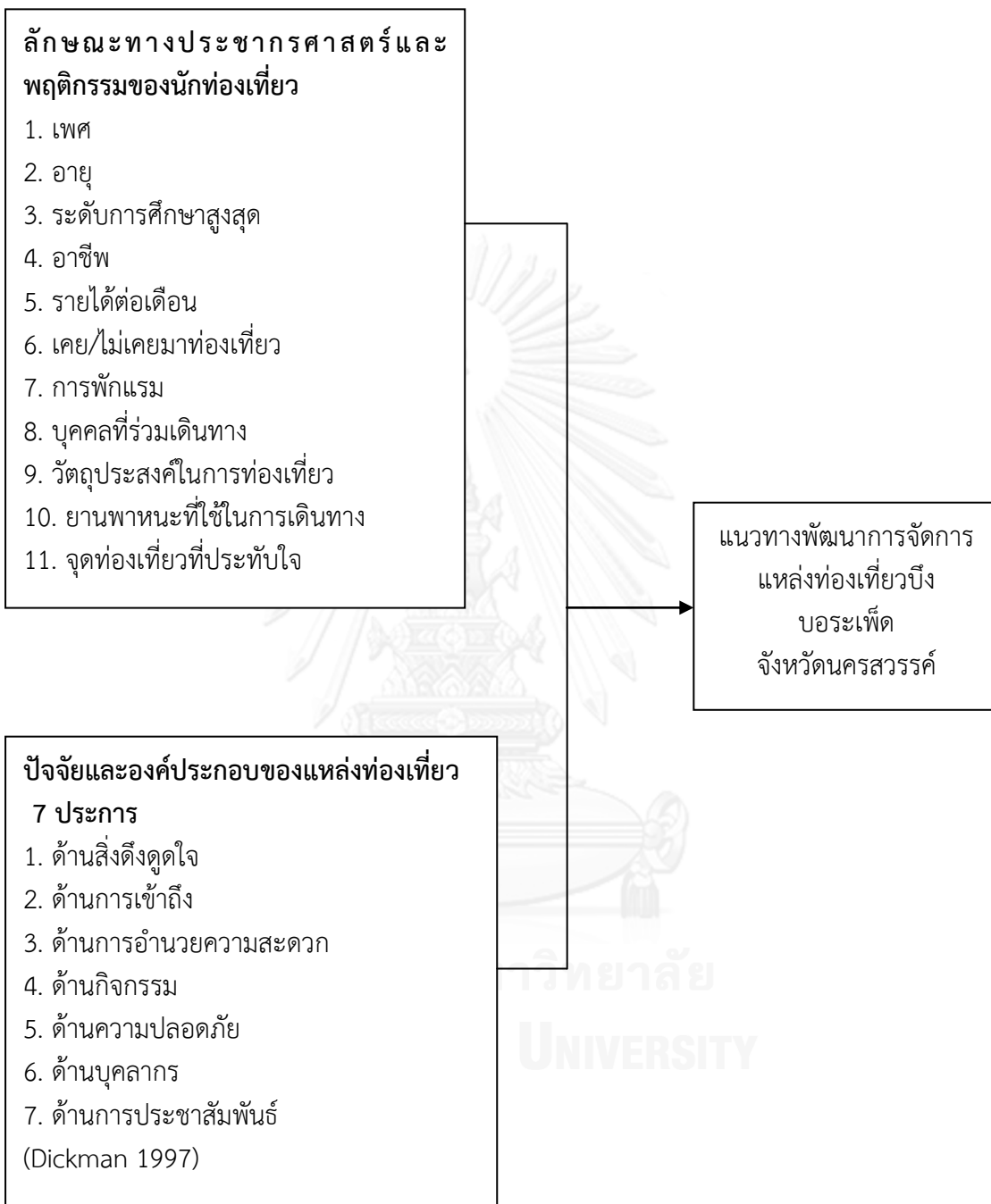
ร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยคนที่มีการศึกษาสูง มักจะชอบกิจกรรมที่ได้แสดงออกและกิจกรรมที่พัฒนาทักษะต่างๆ ส่วนเรื่องรายได้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เพราะประชากรส่วนมาก มักจะใช้เงินไปกับสิ่งที่จำเป็นก่อน และค่อยใช้ส่วนที่เหลือในการท่องเที่ยว

เซย์มัส บาโลกลู(Seyhmus 2000)ได้ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พบว่าข้อมูลที่แตกต่างกัน ทำให้การรับรู้แหล่งข้อมูลนั้นแตกต่างกัน ซึ่งการรับรู้ที่สัมผัสเป็นรูปธรรมไม่ได้ นั้นมาจากการบอกต่อประสบการณ์จริง เช่น มีความปลอดภัย มีความสะดวกสบาย ผู้คนนิสัยเป็นมิตร เป็นต้น ส่วนแหล่งรับรู้ที่สัมผัสได้ มี 2 คือ โฆษณา ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณค่า อีกส่วนคือ แหล่งข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่ได้มีการเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง แต่แหล่งข้อมูลเหล่านี้สามารถแสดงถึงความน่าใจของแหล่งท่องเที่ยว

ฮวางและคณะ(Hwang and Others 2003)ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของสวนอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยได้หวั่น พบว่าคุณภาพการบริการในสวนอุทยานแห่งชาติประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้ นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพของการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือ การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

อเดย์และแอนเดอร์สัน(Aday and Anderson, 1978) อ้างถึงใน(นพวัชร แต่งสรรน้อย 2551)ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน1,240 คน โดยทำการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพภูมิอากาศ และการจัดการโดยทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะการจัดการทั่วไป ด้านภูมิอากาศ และสถาปัตยกรรม ส่วนด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจรองลงมา สำหรับด้านบริการบางรายการ เช่น การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือเครื่องมือในการประกอบกิจกรรมนันทนาการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ

9. กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง” แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ แบบสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด, แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด และแบบสอบถามความคิดเห็นของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด โดยมีการกำหนดขั้นตอนและรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี 2 กลุ่ม ดังนี้ คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ในปี 2554 มีจำนวน 153,385 คน จากรายงานภาวะเศรษฐกิจ จังหวัดนครสวรรค์ ประจำเดือนมกราคม 2555(สำนักงานคลังจังหวัดนครสวรรค์ 2554)
2. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ซึ่งมาจาก กรมกองพานิช ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์การบริการส่วนจังหวัดนครสวรรค์ มีหน้าที่จัดการ ดูแล บึงบอระเพ็ดโดยตรง จำนวน 10 คน

กลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจากขนาดของ ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งในปี 2554 มีจำนวนทั้งหมด 153,385 คนโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน(Yamane 1973)โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ในการสุ่มตัวอย่าง จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 398.95 หรือ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งเพศหญิงและเพศชายจำนวนอย่างละเท่าๆกันโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 200 คน และ นักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 200 คน

2. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือกดังนี้ คือ 1. กลุ่มตัวอย่างต้องมาจากกรมกองพานิช ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์การบริการส่วนจังหวัดนครสวรรค์ 2. กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นบุคคลที่มีหน้าบริหารจัดการหรือปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจะได้จำนวนดังนี้ คือ

2.1 บุคลากรที่มาจากส่วนบริหารงานของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จำนวน 5 คน
ได้แก่

2.1.1 ผู้อำนวยการกองกิจการพาณิชย์

2.1.2 หัวหน้าฝ่ายจัดหาประโยชน์

2.1.3 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

2.1.4 เจ้าหน้าที่การคลัง

2.1.5 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

2.2 บุคลากรที่มาจากส่วนที่มีหน้าที่ปฏิบัติการของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จำนวน 5 คน ได้แก่

2.2.1 เจ้าหน้าที่จากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด

2.2.2 เจ้าหน้าที่จากอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด

2.2.3 เจ้าหน้าที่จากบริเวณท่าเรือบึงบอระเพ็ด

2.2.4 เจ้าหน้าที่จากบริเวณอาคารแสดงพันธุ์จระเข้

2.2.5 เจ้าหน้าที่จากบริเวณกรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งหมด 3 ชุด คือ

1. แบบสำรวจ (Survey) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกระบวนการศึกษาหาความรู้จากข้อมูลและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในแบบสำรวจนี้ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close End) ประกอบด้วยแบบสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ, ด้านการเข้าถึง, ด้านการอำนวยความสะดวก, ด้านกิจกรรม, ด้านความปลอดภัย, ด้านบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) ชุดที่ 1 ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกระบวนการศึกษาหาความรู้จากข้อมูลและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยคำถามลักษณะปลายปิด (Close End) และปลายเปิด (Open End) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 4 ระดับ (4-Rating Scale) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนในการประเมินดังนี้คือ

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้คะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้คะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ผู้วิจัยจะนำค่าคะแนนที่ได้มาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็น ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.26-4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.25

หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆ

3. แบบสอบถาม (Questionnaire) ชุดที่ 2 ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการวิจัยแบบสอบถามชุดที่ 1 และผลวิจัยแบบสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดในด้านต่างๆ มาสรุปประเด็นสำคัญและเรียบเรียงเป็นแบบสอบถามชุดที่ 2 ซึ่งในแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยคำถามลักษณะปลายปิด (Close End) และปลายเปิด (Open End) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 4 ระดับ (4-Rating Scale) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนในการประเมินดังนี้คือ

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้คะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้คะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ผู้วิจัยจะนำค่าคะแนนที่ได้มาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็น ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.26-4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่บุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่บุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่บุคคลที่มีหน้าที่บริหารจัดการและดูแลแหล่งท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆ

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ชุด คือ แบบสำรวจและแบบสอบถาม มีวิธีการสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพดังนี้

1. แบบสำรวจสำหรับสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระและรายละเอียดสำคัญ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือ

1.2 ร่างแบบสำรวจโดยให้มีเนื้อหาครอบคลุมถึงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ จากนั้นนำแบบสำรวจที่สร้างขึ้นไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ตรงประเด็น

1.3 นำแบบสำรวจที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พิจารณาประเมินค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสำรวจด้วยวิธีตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IOC-Item-Objective Congruence) แล้วนำผลการประเมินมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IIOC-Index of Item-Objective Congruence) เพื่อนำเครื่องมือมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ(สิทธิ์ ธีรสรณ์ 2552)หลังจากนั้นนำแบบสำรวจไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

ในการตรวจพิจารณาเครื่องมือของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดการพิจารณาไว้ดังนี้

ถ้าแน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกัน ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง +1
 ถ้าไม่แน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกันหรือไม่ ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง 0
 ถ้าแน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์ไม่มีความสอดคล้องกัน ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง -1

หลังจากที่ได้นำผลการประเมินที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนี IOC (IOC)

ตามสูตร

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\text{เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์} + \text{แทน ผลรวมการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ}}{N \text{ แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ/จำนวนข้อของแบบสำรวจ}}$$

ผลการวิเคราะห์ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.91

1.4 นำแบบสำรวจไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคคลที่เคยไปแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดจำนวน 5 คน เพื่อหาคุณภาพและตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสำรวจ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ(ยุทธ โกยวรรณและกุสุมา ผลาพรหม 2553)ซึ่งหาค่าความเที่ยงได้เท่ากับ 0.83

1.5 นำแบบสำรวจที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้มีความถูกต้อง ชัดเจน ตลอดจนกำหนดรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสำรวจให้มีความเหมาะสม แล้วจึงนำแบบสำรวจนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

2. แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว มีขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการจัดการ เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระและรายละเอียดสำคัญ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือ

2.2 ร่างแบบสอบถามโดยให้มีเนื้อหาครอบคลุมถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แก้ไขปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ตรงประเด็น

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พิจารณาประเมินค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IOC-Item-Objective Congruence) แล้วนำผลการประเมินมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IIOC-Index of Item-Objective Congruence) เพื่อนำเครื่องมือมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ(สิทธิ์ อธิสรณ์ 2552)หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

ในการตรวจพิจารณาเครื่องมือของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดการพิจารณาไว้ดังนี้

ถ้าแน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกัน ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง +1
 ถ้าไม่แน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกันหรือไม่ ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง 0
 ถ้าแน่ใจว่ารายการกับวัตถุประสงค์ไม่มีความสอดคล้องกัน ให้เขียนเครื่องหมาย / ในช่อง -1

หลังจากที่ได้นำผลการประเมินที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนี IOC (IOC)

ตามสูตร

$$\text{สูตร } \text{IOC} = \frac{\text{เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์} + \text{แทน ผลรวมการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ}}{N \text{ แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ/จำนวนข้อของแบบสอบถาม}}$$

ผลการวิเคราะห์ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.89

2.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพและตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ(ยุทธ ไกยวรรณและกุสุมา ผลาพรหม 2553)ซึ่งหาค่าความเที่ยงได้เท่ากับ 0.75

2.5 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้มีความถูกต้อง ชัดเจน ตลอดจนกำหนดรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามให้มีความเหมาะสม แล้วจึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

3. แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยว บึงบอระเพ็ด มีขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการจัดการ เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระและรายละเอียดสำคัญ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือ

3.2 จัดทำแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยเลือกนำผลการวิจัยจากแบบสอบถามชุดที่ 1 และผลวิจัยจากแบบสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดในด้านต่างๆ มาใช้สร้างแบบสอบถาม ซึ่งผลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยมีหลักการเลือกรายการต่างๆดังนี้

3.2.2 เลือกรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดทุกรายการ ในแต่ละด้าน

3.2.3 หากด้านไหนไม่มีหรือมีรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดน้อยกว่า 3 รายการ จะเลือกจากรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเรียงลงมา โดยเลือกอย่างน้อย 3 รายการ

จากนั้นนำผลวิจัยที่เลือกมาจากแบบสอบถามชุดที่ 1 มาปรับ เรียบเรียงรายการใหม่ โดยอ้างอิงผลจากแบบสำรวจ จากนั้นจึงสร้างเป็นแบบสอบถามชุดที่ 2 และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

3.3 นำแบบสอบถามชุดที่ 2 ไปทดลองใช้ (Try out) กับเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว บึงบอระเพ็ดจำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทาง (ยุทธ โกยวรรณ์และกฤษมา ผลาพรหม 2553) ซึ่งหาค่าความเที่ยงได้เท่ากับ 0.85

3.4 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้มีความถูกต้อง ชัดเจน ตลอดจนกำหนดรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามให้มีความเหมาะสม แล้วจึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจ มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล โดยกำหนด วัน เวลา ที่จะเดินทางไปเก็บข้อมูล

1.2 เดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง ณ แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัด นครสวรรค์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลและทำแบบสำรวจด้วยตนเอง วันที่เก็บข้อมูลคือ วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2555

1.3 นำแบบสำรวจที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์และสรุปผลเป็นขั้นตอนต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 (Questionnaire) มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล โดยกำหนด วัน เวลา ที่จะเดินทางไปเก็บข้อมูล

2.2 เดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง ณ แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ รวมจำนวน 400 คน

2.3 การเก็บข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเลือกเฉลี่ยระหว่างเพศชายและเพศหญิงให้มีจำนวนเท่าๆกัน กลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้อ่านและตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

2.4 ช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลคือ ระหว่างวันที่ 14-26 ธันวาคม พ.ศ. 2555 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละสถานที่โดยกระจายวัน และช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความหลากหลายและครบถ้วนสมบูรณ์

2.5 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 2 (Questionnaire) มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล โดยกำหนด วัน เวลา ที่จะเดินทางไปเก็บข้อมูล

3.2 เดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง ณ แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จำนวน 10 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยวันที่เก็บข้อมูลคือ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2556

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หลังจากนั้นจึงจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสำรวจเกี่ยวกับสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆมาวิเคราะห์ สรุปประเด็น แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อ

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่1 เกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่1 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะคำถามแบบปลายเปิดใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

5. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่2 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

6. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่2 เกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ในด้านต่างๆมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

7. นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่2 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะคำถามแบบปลายเปิดใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากแบบสำรวจ

แบบสำรวจฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจด้วยตนเอง และได้ผลที่สรุปได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ

จากผลการสำรวจพบว่า

- บริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำมีการตกแต่งที่ทันสมัย มีพันธุ์ปลาที่หาดูได้ยากมาจัดแสดง และมีค่าเข้าชมที่เหมาะสม
- บริเวณกรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์ มีนกพันธุ์ต่างๆและสัตว์แปลกอื่นๆมาจัดแสดง แต่ยังไม่มีสัตว์ขนาดใหญ่ที่น่าสนใจ เช่น เสือ สิงโต อูรังอุตัง เป็นต้น มาจัดแสดง
- บริเวณกรงแสดงพันธุ์จระเข้ มีจระเข้จำนวนมากมาจัดแสดง รวมทั้งสถานที่มีการตกแต่งที่น่าสนใจน่าเดินเที่ยว
- บริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีอาคาร/สถานที่ขนาดใหญ่ไว้สำหรับจัดแสดงงานต่างๆ บริเวณรอบแหล่งท่องเที่ยวมีอากาศสดชื่น ปลอดภัย แต่ไม่มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการพักผ่อน รอบแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปลูกต้นไม้สวยงาม สร้างซุ้มดอกไม้ตามแนวทางเดิน

1.2 ด้านการเข้าถึง

จากผลการสำรวจพบว่า

- การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวกสบาย แต่การเดินทางมาโดยสารสาธารณะยังไม่สะดวก เพราะยังไม่มีบริการมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง รวมทั้งทางแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรถคอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ
- ภายในแหล่งท่องเที่ยวมียานพาหนะเพื่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถกอล์ฟไฟฟ้า รถม้า แต่ยังมีรอบ/จำนวนไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว
- เรือที่ให้บริการนักท่องเที่ยวไว้เที่ยวชมบึงมีจำนวนมากเพียงพอ มีราคาค่าเช่าที่เหมาะสม แต่รูปแบบการบริการยังไม่มีหลากหลาย เพราะ บังคับใช้ต้องเช่าเหมาลำเท่านั้น ไม่มีบริการเป็นรอบ

1.3 ด้านการอำนวยความสะดวก

จากผลการสำรวจพบว่า

- ไม่มีจุดนั่งพัก/ศาลา ตามทางเดินเพื่อให้ที่นั่งท่องเที่ยวได้หยุดนั่งพัก รวมถึงที่นั่งที่บริเวณชมโชว์มีจำนวนน้อย อาจไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวในวันที่คนมาท่องเที่ยวเยอะ
- ร้านอาหารมีจำนวนน้อย และ มีอาหารที่ไม่หลากหลาย
 - ร้านขายของที่ระลึกมีสินค้าหลากหลายชนิด น่าสนใจ
 - ห้องสุขาไม่สะอาด ถูกหลักอนามัย แต่ห้องสุขาบางจุดยังไม่มีห้องน้ำที่ไว้ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษ(คนพิการ, คนชรา, สตรีมีครรภ์)
 - มีป้ายบอกทางที่มีรายละเอียดชัดเจน เข้าใจง่าย

1.4 ด้านกิจกรรม

จากผลการสำรวจพบว่า

- กิจกรรมบริเวณหาดทรายเทียมไม่น่าสนใจ

- การแสดงจะเข้าแข่งโชว์และชิงประจักษ์มีความน่าสนใจ สนุกสนาน แต่ขาดความตื่นเต้นเร้าใจ

- มีการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงหน้าหนาว คือ เทศกาลเย็นดูดาวเข้าดูนก แต่ไม่มีกิจกรรมพิเศษอื่นๆเพื่อกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงที่คนมาเที่ยวน้อยหรือโลว์ซีซั่น

1.5 ด้านความปลอดภัย

จากผลการสำรวจพบว่า

- แหล่งท่องเที่ยวยังขาดอุปกรณ์ในการป้องกันความปลอดภัยในหลายๆ จุด เช่น กล้องวงจรปิด และป้ายเตือนในบางจุดที่อาจเสี่ยงอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน

- กรงเหล็กที่กั้นสัตว์มีความแข็งแรง อยู่ในสภาพดี

- อุปกรณ์ต่างๆ เช่น แก้ว ไม้ นั่ง ภายในแหล่งท่องเที่ยว มีความแข็งแรง อยู่ในสภาพดี

- บริเวณท่าเรือบึงบอระเพ็ดมีความปลอดภัย

1.6 ด้านบุคลากร

จากผลการสำรวจพบว่า

- เจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้ดี มีใจรักบริการ กิริยามารยาทดี

- แหล่งท่องเที่ยวยังขาดแคลนเจ้าหน้าที่ที่ควรจะมีประจำตามจุดต่างๆ เพื่อคอยให้ข้อมูลและความรู้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ยังไม่มีเอกลักษณ์ ทำให้สังเกตเห็นได้ยาก

1.7 ด้านการประชาสัมพันธ์

จากผลการสำรวจพบว่า

- มีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดและบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังมีจำนวนที่น้อยมากและยังขาดความน่าสนใจ

- มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต และมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง แต่ในเว็บบไซต์ยังแจ้งรายละเอียดไม่ครบ และไม่ชัดเจนในบางจุดที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบ เช่น รายละเอียดเวลาบริการรถกอล์ฟในแหล่งท่องเที่ยว หรือตารางเวลาการแข่งโชว์ต่างๆ เป็นต้น

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ตามแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

รายการ	จำนวน(คน)	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	111	27.8
21-34 ปี	204	51.0
35-49 ปี	63	15.8
50 ปีขึ้นไป	22	5.5
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	80	20.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	60	15.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	83	20.8
ปริญญาตรี	155	30.8
สูงกว่าปริญญาตรี	18	4.5
อื่นๆ	4	1.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	144	36.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	13.8
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	124	31.0
ธุรกิจส่วนตัว	62	15.5
เกษตรกร	14	3.5
อื่นๆ	1	0.3

ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว(ต่อ)

รายการ	จำนวน(คน)	ค่าร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	167	41.8
10,001 – 20,000 บาท	150	37.5
20,001 – 30,000 บาท	49	12.3
30,001 บาทขึ้นไป	34	8.5
6. เคยมาท่องเที่ยว		
เคย	336	84.0
ไม่เคย	64	16.0
7. การพักผ่อน		
มี	58	14.5
ไม่มี	342	85.5
8. บุคคลที่ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	149	49.8
เพื่อน/แฟน	171	42.8
เดินทางคนเดียว	29	7.3
อื่นๆ	1	0.3
9. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		
เพื่อชื่นชม/เรียนรู้สิ่งต่างๆ	99	24.8
เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด	222	55.5
เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่	37	9.3
เพื่อศึกษา/ดูงาน	42	10.5
อื่นๆ	0	0.0
10. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	229	57.3
รถโดยสารประจำทาง	60	15.0
รถจักรยานยนต์	111	27.8
อื่นๆ	0	0.0

ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว(ต่อ)

รายการ	จำนวน(คน)	ค่าร้อยละ
11. จุดท่องเที่ยวที่ประทับใจ		
อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด	236	20.6
ท่าเรือบึงบอระเพ็ด	135	11.8
กรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์	166	14.5
กรงแสดงพันธุ์จระเข้	133	11.6
สวนเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา	144	12.6
หาดทรายเทียม	155	13.5
โรงแสดงละครลิง	93	8.1
โรงแสดงจระเข้เจ้าเข่งโจ้ว	83	7.2
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นทั้งเพศหญิงและเพศชาย จำนวนเท่ากัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 51 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.8 เคยมาท่องเที่ยว ไม่มีการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 84 และ 85.5 เดินทางมากับเพื่อน/แฟน คิดเป็นร้อยละ 49.8 เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 55.5 เดินทางมาโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 57.3 และประทับใจอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด คิดเป็นร้อยละ 20.6

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัด นครสวรรค์

ตารางที่ 2 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.37	.36	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึง	3.35	.37	มากที่สุด
ด้านการอำนวยความสะดวก	3.34	.30	มากที่สุด
ด้านกิจกรรม	3.24	.42	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.46	.44	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	3.32	.36	มากที่สุด
ด้านประชาสัมพันธ์	3.28	.42	มากที่สุด
รวม	3.34	.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1. ควรสร้างสถานที่/อาคารเพื่อจัดแสดงงานระดับประเทศ	3.48	.56	มากที่สุด
2. ควรนำปลาแปลกๆหรือหาตู้ได้ยากมาจัดแสดงภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม	3.41	.55	มากที่สุด
3. ควรสร้างจุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น สร้างกรงแสดงสัตว์ประเภทอื่นๆเพิ่มเติม	3.34	.69	มากที่สุด
4. ควรสร้างทัศนียภาพรอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามโดยปลูกพันธุ์ไม้สวยงามบริเวณทางเดินรอบแหล่งท่องเที่ยว เช่น ต้นลีลาวดี เป็นต้น	3.36	.66	มากที่สุด
5. ควรเพิ่มพื้นที่หาดทรายเทียมเพื่อปรับเป็นสวนน้ำขนาดเล็กหรือปรับเป็นชายทะเลน้ำจืดให้มีลักษณะคล้ายกับชายทะเลทางภาคตะวันออก	3.29	.69	มากที่สุด
รวม	3.37	.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ควรสร้างสถานที่/อาคารเพื่อจัดแสดงงานระดับประเทศ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 4 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการเข้าถึง			
1. ควรมีรถรับ-ส่งจากในตัวเมืองนครสวรรค์ มายังบึงบอระเพ็ดไว้บริการนักท่องเที่ยว ในราคาประหยัดทุกวัน ตั้งแต่เวลา 9.00-17.00 นาฬิกา	3.67	.52	มากที่สุด
2. ควรมีรถจักรยานเข้ามาให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวในราคาย่อมเยา	3.28	.59	มากที่สุด
3. ควรจัดรถรถกอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็ก ที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยว ได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดช่วง	3.35	.64	มากที่สุด
4. ควรมีรถม้าไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องไม่ขาดช่วง	3.17	.71	มาก
5. ควรจัดให้มีเรือไว้บริการล่องบึงเป็นรอบๆ ทุกๆ 1 ชั่วโมง โดยคิดค่าบริการต่อคน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ที่ไม่ต้องการเหมาลำ	3.32	.63	มากที่สุด
รวม	3.35	.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรมีรถม้าไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องไม่ขาดช่วง” อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวก

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการอำนวยความสะดวก			
1. ควรจัดที่นั่งในการชมการแสดงโชว์ต่างๆ ให้มีจำนวนมากเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ในแต่ละรอบการแสดง	3.33	.63	มากที่สุด
2. ควรจัดให้มีเก้าอี้ ม้านั่ง ไว้บริการ แก่นักท่องเที่ยว ได้นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆ ตลอดแนวทางเดินเพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ	3.35	.63	มากที่สุด
3. ควรมีสินค้าหลากหลายชนิดไว้ให้นักท่องเที่ยว เลือกซื้อภายในร้านขายของที่ระลึก	3.25	.63	มาก
4. ควรมีร้านอาหารหลากหลายประเภท ไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อรับประทาน	3.30	.69	มากที่สุด
5. ควรสร้างห้องสุขาสำหรับผู้ที่มีความต้องการ พิเศษ (เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น) เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	.55	มากที่สุด
6. ควรจัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษ (เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น) เพิ่มเติมในจุดอื่นๆนอกเหนือจากในบริเวณ อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด	3.28	.53	มากที่สุด
7. ควรมีป้ายบอกรายละเอียด/อธิบายประวัติ ความเป็นมาของสิ่งที่น่าสนใจต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียด	3.35	.65	มากที่สุด
8. ควรมีป้ายบอก/อธิบายทางไปยังจุดต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวให้เห็นอย่างเด่นชัด	3.29	.69	มากที่สุด
รวม	3.34	.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก
ที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควร
มีสินค้าหลากหลายชนิดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อภายในร้านขายของที่ระลึก” ที่นักท่องเที่ยวมี
ความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 6 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านกิจกรรม			
1. ควรเพิ่มหรือปรับรายการการแสดงโชว์ให้มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ไร้ใจมากขึ้น	3.27	.67	มากที่สุด
2. ควรสนับสนุนให้มีการจัดงานอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น งานแสดงสินค้า เป็นต้น	3.24	.62	มาก
3. ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น กิจกรรมการแข่งขันเสียงนกกรงหัวจุก งานสงกรานต์หรรษาบึงบอระเพ็ด เป็นต้น	3.29	.65	มากที่สุด
4. ควรจัดการประกวดภาพถ่ายวิวบึงบอระเพ็ด เพื่อนำภาพมาทำเป็นใบปลิวหรือป้ายประชาสัมพันธ์บึงบอระเพ็ดในช่วงเทศกาลพิเศษต่างๆ	3.24	.66	มาก
5. ควรจัดประกวดออกแบบชุดเครื่องแบบสำหรับเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของบึงบอระเพ็ด	3.21	.68	มาก
รวม	3.24	.42	มาก

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรเพิ่มหรือปรับรายการการแสดงจะเข้าแข่งโชว์ให้มีความตื่นเต้นไร้ใจมากขึ้น” และ “ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น กิจกรรมการแข่งขันเสียงนกกรงหัวจุกงานสงกรานต์หรรษาบึงบอระเพ็ด เป็นต้น” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 7 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านความปลอดภัย			
1. ควรมีป้ายเตือนในทุกๆจุดที่อาจเกิดอันตรายทั้งกับชีวิตและทรัพย์สิน เช่น บริเวณกรงแสดงพันธุ์จระเข้ , กรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์ เป็นต้น	3.45	.58	มากที่สุด
2. ควรมีการตรวจความแข็งแรงของกรงบริเวณส่วนแสดงพันธุ์นกและสัตว์และส่วนแสดงพันธุ์จระเข้อย่างสม่ำเสมอ	3.57	.61	มากที่สุด
3. ควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในทุกๆจุดท่องเที่ยว	3.39	.70	มากที่สุด
4. ควรติดตั้งอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยในจุดท่องเที่ยวที่เสี่ยงในการเกิดอันตราย เช่น กล้องวงจรปิด เป็นต้น	3.46	.66	มากที่สุด
รวม	3.46	.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ควรมีการตรวจความแข็งแรงของกรงบริเวณส่วนแสดงพันธุ์นกและสัตว์และส่วนแสดงพันธุ์จระเข้อย่างสม่ำเสมอ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 8 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
พัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านบุคลากร			
1. ควรจัดสรรเจ้าหน้าที่ประจำตามจุดท่องเที่ยว ต่างๆเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.37	.57	มากที่สุด
2. ควรอบรมด้านการบริการและให้ความรู้ใหม่ๆ แก่เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ	3.23	.62	มาก
3. ควรให้เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สวมใส่ชุดเครื่องแบบเหมือนกันและมีเอกลักษณ์ บ่งบอกภาพลักษณ์ของบึงบอระเพ็ด	3.24	.63	มาก
4. ควรประเมินผลการทำงานของเจ้าหน้าที่ อย่างสม่ำเสมอ	3.46	.55	มากที่สุด
รวม	3.32	.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่ง
ท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และ อยู่ในระดับมาก จำนวนเท่ากัน

ตารางที่ 9 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการประชาสัมพันธ์			
1. ควรมีป้ายขนาดใหญ่เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดทั้งในตัวเมือง นครสวรรค์และบริเวณรอบนอกที่มีระยะใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว	3.44	.56	มากที่สุด
2. ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์	3.35	.66	มากที่สุด
3. ควรติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดใจกลางเมืองนครสวรรค์เพื่อสื่อสารแจ้งข่าวสารของบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะ	3.22	.69	มาก
4. ควรแจ้งรายละเอียดสำคัญบางส่วนเพิ่มเติมในเว็บไซต์ของบึงบอระเพ็ด เช่น ตารางเวลาการแสดงโชว์ มีรถกอล์ฟไฟฟ้าและรถม้าบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น	3.28	.66	มากที่สุด
5. ควรติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้งานสามารถบรรลุไปตามเป้าหมายที่กำหนด	3.17	.70	มาก
รวม	3.28	.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดใจกลางเมืองนครสวรรค์เพื่อสื่อสารแจ้งข่าวสารของบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะ” และ “ควรติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้งานสามารถบรรลุไปตามเป้าหมายที่กำหนด” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

1. ควรมีบริเวณไว้หลบแดด เช่นสร้างสวนหย่อม ปลุกต้นไม้ หรือศาลาที่พักแดด (4)
2. ควรมีสัตว์แปลกๆ หรือสัตว์หายากเช่นสัตว์จากทวีปแอฟริกามาจัดแสดง (4)
3. ควรมีบานาน่าโบ๊ตให้เล่นบริเวณหาดทรายเทียม (1)
4. ควรมีเจ็ตสกีให้เช่าบริเวณหาดทรายเทียม (1)
5. ควรติดเครื่องปรับอากาศบริเวณที่อยู่ของสัตว์บางชนิด เช่นลิง (1)
6. ควรมีรถจักรยานยนต์ให้เช่า (1)
7. ควรเพิ่มการแสดงให้หลากหลาย เช่น การดำน้ำดูปลา เป็นต้น (1)
8. ควรมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวในจุดต่างๆ (1)
9. ควรสร้างซิงช้าสวรรค์ขนาดใหญ่ (1)
10. ควรมีร้านสะดวกซื้อภายในแหล่งท่องเที่ยว (1)
11. ควรสร้างสวนสนุกขนาดย่อม (4)
12. ควรเพิ่มจำนวนร้านอาหารให้มากขึ้น (2)
13. ควรมีที่พักราคาประหยัด (1)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 10 จำนวน และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด

รายการ	จำนวน(คน)	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	3	30.0
หญิง	7	70.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	-	-
21-34 ปี	8	80.0
35-49 ปี	2	20.0
50 ปีขึ้นไป	-	-
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	3	30.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	1	10.0
ปริญญาตรี	5	50.0
สูงกว่าปริญญาตรี	1	10.0
อื่นๆ	-	-
รวม	10	100.0

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 มีอายุระหว่าง 21-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด
จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 11 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด โดยภาพรวม

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.52	.43	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึง	3.55	.38	มากที่สุด
ด้านการอำนวยความสะดวก	3.44	.43	มากที่สุด
ด้านกิจกรรม	3.53	.44	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัย	3.50	.45	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	3.46	.44	มากที่สุด
ด้านประชาสัมพันธ์	3.43	.38	มากที่สุด
รวม	3.49	.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดย “ด้านการเข้าถึง” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด

ตารางที่ 12 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านสิ่งดึงดูดใจ

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1. สร้างอาคารขนาดใหญ่เพื่อสำหรับจัดงานระดับประเทศ เช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดแสดงงานในแถบจังหวัดภาคกลางตอนบน	3.50	.52	มากที่สุด
2. นำสัตว์อื่นๆ เช่น เสือ สิงโต ปลาหายาก มาจัดแสดงเพิ่มเติม เพื่อเป็นจุดท่องเที่ยวใหม่ๆ	3.50	.70	มากที่สุด
3. ปลุกต้นไม้สวยงามตามแนวทางเดินเพื่อความสวยงาม ร่มรื่น เช่น ต้นลีลาวดี ต้นเสลา เป็นต้น	3.50	.52	มากที่สุด
4. นำเจ็ตสกี หรือ บานาน่าโบ๊ต เข้ามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชายวัยเล่นบริเวณหาดทรายเทียม	3.30	.67	มากที่สุด
5. เพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำบริเวณหาดทรายเทียม	3.80	.42	มากที่สุด
รวม	3.52	.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “เพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำบริเวณหาดทรายเทียม” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 13 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการเข้าถึง

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการเข้าถึง			
1. จัดหารถมาบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ณ จุดที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก เพื่อมาท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะโดยคิดค่าบริการในราคาย่อมเยา	3.40	.69	มากที่สุด
2. นำรถจักรยานเข้ามาให้นักท่องเที่ยวเช่าขี่ที่เขี้ยวชมรอบบึงบอระเพ็ดในราคาย่อมเยา	3.40	.69	มากที่สุด
3. จัดรถบรรทุกไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น	3.90	.31	มากที่สุด
4. เพิ่มรูปแบบการใช้บริการล่องเรือชมบึง โดยจัดเรือไว้บริการเป็นรอบๆ โดยคิดค่าบริการต่อคน	3.50	.52	มากที่สุด
รวม	3.55	.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการเข้าถึง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “จัดรถบรรทุกไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 14 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการอำนวยความสะดวก

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านการอำนวยความสะดวก			
1. สร้างศาลาหรือจุดนั่งพักตามแนวทางเดิน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ได้มีจุดพักเหนื่อย	3.40	.51	มากที่สุด
2. จัดหาเก้าอี้ ม้านั่ง เพิ่มในส่วนของการชมการแสดงโชว์ต่างๆ เพื่อให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.50	.70	มากที่สุด
3. สร้างหรือต่อเติมห้องสุขาให้มีห้องน้ำสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว	3.70	.48	มากที่สุด
4. จัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการแก่ผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมนอกเหนือจากในบริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ	3.20	.78	มาก
5. เพิ่มจำนวนร้านอาหารให้มีมากขึ้น	3.40	.69	มากที่สุด
6. เพิ่มร้านอาหารให้มีหลากหลายชนิด/ประเภทอาหาร	3.50	.70	มากที่สุด
7. จัดทำป้ายบอกทางหรือบอกรายละเอียดเพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีขนาดใหญ่ เห็นเด่นชัดตลอดแนวทางเดินและตามจุดต่างๆ	3.40	.51	มากที่สุด
รวม	3.44	.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “จัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการแก่ผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์)เพิ่มเติมนอกเหนือจากในบริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ” อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 15 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านกิจกรรม

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านกิจกรรม			
1. ปรับหรือเพิ่มเติมการแสดงโชว์จระเข้ เจ้าแห่งโชว์และโชว์ละครลิงคุณประภิต ให้มีรูปแบบการแสดงใหม่ๆทุกๆปี	3.50	.70	มากที่สุด
2. นำกิจกรรมที่เคยจัดมาจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น การแข่งขันเสียนกกรงหัวจุก หรือ งานสงกรานต์ทรรษาบึงบอระเพ็ด เป็นต้น	3.40	.51	มากที่สุด
3. เสนอตัวเป็นผู้จัดงานหรือสนับสนุนในกิจกรรม และกิจการงานต่างๆเช่น งานประชุม งานแสดง- สินค้า การแข่งขันต่างๆ เป็นต้น	3.70	.48	มากที่สุด
รวม	3.53	.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านกิจกรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “เสนอตัวเป็นผู้จัดงานหรือสนับสนุนในกิจกรรมและกิจการงานต่างๆเช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า การแข่งขันต่างๆ เป็นต้น ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 16 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านความปลอดภัย

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านความปลอดภัย			
1. ติดตั้งป้ายเตือนในทุกๆจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายทั้งกับชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะบริเวณที่ใกล้สัตว์อันตราย	3.50	.52	มากที่สุด
2. ตรวจสอบสภาพความแข็งแรงของกรงสัตว์ สม่่าเสมออย่างน้อยทุกๆ6เดือน	3.50	.70	มากที่สุด
3. จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำทุกจุดท่องเที่ยวเพื่อคอยดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	3.30	.67	มากที่สุด
4. ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.70	.48	มากที่สุด
รวม	3.50	.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านความปลอดภัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด

ตารางที่ 17 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านบุคลากร			
1. จัดเจ้าหน้าที่ประจำตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ อย่างน้อยจุดท่องเที่ยวละ1คน เพื่อคอยให้ความรู้ คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว	3.40	.69	มากที่สุด
2. จัดให้เจ้าหน้าที่แต่งชุดเครื่องแบบที่มีเอกลักษณ์ สีสันทันเด่นชัด สังเกตเห็นได้ง่าย	3.40	.51	มากที่สุด
3. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการเพื่อเป็นการประเมินผลการทำงานของเจ้าหน้าที่	3.60	.51	มากที่สุด
รวม	3.46	.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการทำงานของเจ้าหน้าที่” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

ตารางที่ 18 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านการประชาสัมพันธ์			
1. จัดทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เพิ่มเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยนำไปติดตั้งในจุดที่กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถเห็นได้ง่าย	3.40	.69	มากที่สุด
2. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษ หรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น	3.60	.51	มากที่สุด
3. แจกรายละเอียดเกี่ยวกับตารางการแสดงโชว์จระเข้กับโชว์ลิงประกิตและตารางเวลาในการให้บริการรถกอล์ฟไฟฟ้าและรถม้าลงในเว็บไซต์ของบึงบอระเพ็ด	3.30	.67	มากที่สุด
รวม	3.43	.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษหรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยกำหนดไว้ดังนี้ คือ...

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ รวมทั้งสิ้น 400 คน และ บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยเครื่องมือ 2 ชนิด ได้แก่ แบบสำรวจ และแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ ในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ไปสำรวจลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดด้วยตนเอง และส่งแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดตอบแบบสอบถาม จากนั้นในขั้นตอนที่ 2 ของการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามชุดที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และนำไปสอบถามบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้มาจาก 2 ขั้นตอน โดยผลจากขั้นตอนที่ 1 คือ ผลจากแบบสอบถามที่สอบถามระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด และผลจากขั้นตอนที่ 2 คือ ผลจากแบบสอบถามในขั้นตอนสุดท้ายที่สอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดต่อแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด เพื่อเป็นการยืนยันว่าแนวทางที่ได้มานั้นที่ความเป็นไปได้ที่จะนำไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จในระดับใด ซึ่งผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนเท่ากัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เคยมาท่องเที่ยว ไม่มีการพักผ่อน เดินทางมากับเพื่อน/แฟน เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด เดินทางมาโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และประทับใจอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน สรุปผลการวิจัยในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด
2. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ควรสร้างสถานที่/อาคารเพื่อจัดแสดงงานระดับประเทศ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด
3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการเข้าถึง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรมีรถม้าไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องไม่ขาดช่วง” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก
4. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรมีสินค้าหลากหลายชนิดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อภายในร้านขายของที่ระลึก” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก
5. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านกิจกรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรเพิ่มหรือปรับรายการการแสดงจระเข้เจ้าเซ่งฮงฮေးให้มีความตื่นเต้นเร้าใจมากขึ้น” และ “ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น กิจกรรมการแข่งขันเสียงนกกรงหัวจุกงานสงกรานต์หรรษาบึงบอระเพ็ด เป็นต้น” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด
6. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความปลอดภัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ควรมีการตรวจความแข็งแรงของกรงบริเวณส่วนแสดงพันธุ์นกและสัตว์และส่วนแสดงพันธุ์จระเข้อย่างสม่ำเสมอ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด
7. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และ อยู่ในระดับมาก จำนวนเท่ากัน
8. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “ควรติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดใจกลางเมืองนครสวรรค์เพื่อสื่อสารแจ้งข่าวสารของบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะ” และ “ควรติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้งานสามารถบรรลุไปตามเป้าหมายที่กำหนด” ที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก

3. ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด

บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-34 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ของบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ทั้ง 7 ด้าน สรุปผลการวิจัยในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด

2. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “เพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำบริเวณหาดทรายเทียม” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

3. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการเข้าถึง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “จัดรถบรกล้อไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

4. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ข้อที่ว่า “จัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการแก่ผู้ที่มีความต้องการพิเศษ (เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมนอกเหนือจากในบริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ” อยู่ในระดับมาก

5. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านกิจกรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “เสนอตัวเป็นผู้จัดงานหรือสนับสนุนในกิจกรรมและกิจการงานต่างๆ เช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า การแข่งขันต่างๆ เป็นต้น” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

6. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความปลอดภัย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด

7. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า

“จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการทำงานของผู้ให้บริการ” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด

8. บุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นได้ว่าทุกรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่ว่า “ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษหรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น” มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยใคร่ขออภิปรายในประเด็นต่าง ๆ ของแต่ละด้านตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “เพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำบริเวณหาดทรายเทียม” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการที่นักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน เพราะ นักท่องเที่ยวต่างมีความต้องการที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่หรืออุปกรณ์สร้างความบันเทิง สนุกสนาน ในขณะที่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน ผู้บริหารหรือดูแลก็คิดว่า การสร้างความบันเทิงหรือกิจกรรมให้มีมากขึ้น จะสามารถดึงดูดใจให้คนมาท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับที่ฉลองศรี พิมลสมพงษ์(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ 2554)กล่าวว่า สิ่งซึ่งให้ความเพลิดเพลินจะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวต่อไปและเป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยว โดยคำว่า “อุปกรณ์” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542(ราชบัณฑิตยสถาน 2546)ให้ความหมายว่า เครื่องมือ, เครื่องใช้, เครื่องช่วย, เครื่องประกอบ ผู้วิจัยเห็นว่า บริเวณหาดทรายเทียมเป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด เพราะสามารถทำกิจกรรมทางน้ำได้ เช่น เล่นทราย เล่นน้ำ รวมถึงนั่งพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นหากทางแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น อุปกรณ์สไลเดอร์ เจ็ตสกี หรือบานาน่าโบ๊ต จะยิ่งทำให้จุดท่องเที่ยวนี้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงในอนาคตยังสามารถพัฒนาหรือปรับเป็นสวนน้ำขนาดย่อมได้อีกด้วย ในขณะที่เดียวกัน ผู้วิจัยคิดว่าเมื่อมีการเพิ่มเติมอุปกรณ์และเครื่องเล่น ก็ควรที่จะเพิ่มเติมและให้ความสำคัญในการช่วยเหลือคนที่มาเล่นน้ำควบคู่กันไปด้วย โดยควรจัดเตรียมอุปกรณ์ในการช่วยเหลือคนตกน้ำ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง เบาะนั่ง-เบาะนอน เพราะวัสดุเหล่านี้มีคุณสมบัติลอยน้ำได้ดี สอดคล้องกับที่เอมอรคชเสนี(เอมอร คชเสนี 2554)กล่าวไว้ว่า ในการช่วยเหลือคนตกน้ำ วัตถุที่ช่วยนั้นต้องมีคุณสมบัติเบา ลอยน้ำ แต่แข็งแรงพอที่จะพยุงตัวไว้ได้ เช่น ห่วงชูชีพ ยางในรถยนต์ ถังพลาสติกปิดฝา ขอนไม้ ลูกมะพร้าว ลูกบอล เป็นต้น และด้วยความที่หาดทรายเทียมมีลักษณะเหมือนสระว่ายน้ำ ดังนั้นอาจเกิดอันตรายทางน้ำได้ทุกเมื่อ จึงควรมีไลฟ์การ์ดประจำเพื่อคอยช่วยเหลือคนตกน้ำและคอยแนะนำการใช้

อุปกรณ์อย่างถูกต้องด้วยอีกทางหนึ่ง สอดคล้องกับศิลา บรรเจิดศีล(ศิลา บรรเจิดศีล 2553)กล่าวว่า เป็นกฎว่าสระว่ายน้ำหรือชายหาด ทะเล ควรจะต้องมีไลฟ์การ์ดประจำ และต้องมีตลอดเวลาที่สถานที่พร้อมให้บริการ ผู้วิจัยมีความเห็นคิดว่า การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดเหตุอันตรายเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เมื่อมีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ เชื่อมั่น และรู้สึกปลอดภัย ในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างต่อเนื่องต่อไป

2. ด้านการเข้าถึง พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “จัดรถบรกลอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน เพราะ แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่ค่อนข้างใหญ่ ประกอบกับสภาพอากาศที่ค่อนข้างร้อน จึงเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องรีบพัฒนาให้มีรถบรกลอล์ฟคอยอำนวยความสะดวกระหว่างจุดท่องเที่ยวที่อยู่ห่างกันมาก บริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดมีพื้นที่ที่ค่อนข้างกว้าง และจุดท่องเที่ยวแต่ละจุดมีระยะห่างกันพอสมควร แต่แหล่งท่องเที่ยวกลับมีรถบรกลอล์ฟไว้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ จุดนี้จัดว่าเป็นปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2556)กล่าวไว้ในงาน “Amazing Thailand Road Show to China 2013” ว่า นักท่องเที่ยวมักประสบปัญหารูปแบบการคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สะดวก ซึ่งอาจเกิดจากระบบการคมนาคมขนส่งที่ไม่เพียงพอของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวจึงควรมีการจัดรถบรกลอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบในการวิ่งมากขึ้น ไม่ขาดช่วงจนนานเกินไป และควรมีตลอดทั้งวันตั้งแต่เช้า-เย็น หากจำนวนที่มีไม่เพียงพอต่อรอบที่จัด ก็ควรจัดหางบประมาณเพื่อซื้อรถบรกลอล์ฟเพิ่มเติม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น ส่วนหนึ่งก็นั้นมาจากการอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงได้ง่าย หากแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวอื่นๆสามารถเดินทางไปถึงได้อย่างสะดวก ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวกสบาย ในขณะที่เดียวกันแม้ว่าจุดท่องเที่ยวแต่ละจุดจะมีระยะห่างกัน แต่บริเวณทางเดินล้นรายรอบไปด้วยธรรมชาติที่ร่มรื่น หากนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินเท้าได้สะดวก การเดินเที่ยวชมจุดท่องเที่ยวไปที่ละจุด ก็จะทำให้สัมผัสกับอากาศบริสุทธิ์และธรรมชาติได้มากขึ้น อีกทั้งการเดินยังถือว่าเป็นการออกกำลังกายที่ดีและทำได้ง่าย ซึ่ง หมอชาวบ้าน(หมอชาวบ้าน 2547)ได้กล่าวว่า "การเดิน" คือการออกกำลังกายที่ง่าย สะดวก และปลอดภัยที่สุด ใครที่เดินได้ก็สามารถออกกำลังกายด้วยวิธีนี้ได้ และการเดินยังมีข้อดีหลายประการเช่น ทำให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ป้องกันและต่อต้านการเกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ ชะลอความเสื่อมของร่างกาย เพิ่มความสามารถในการคิดการจำ ลดปัญหาการนอนไม่หลับ ช่วยให้ระบบการขับถ่ายของร่างกายทำงานได้ดีและผิวพรรณสดใสเต่งตึง เป็นต้น

3. ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “สร้างหรือต่อเติมห้องสุขาให้มีห้องน้ำสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา) เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่ง

ห้องเที่ยว” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลเห็นถึงความสำคัญของคนที่มีความต้องการพิเศษ(เช่นคนพิการ คนชรา) เพราะปัจจุบันนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ต่างๆ เริ่มมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการคนกลุ่มนี้มากขึ้น ผู้วิจัยคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษ(เช่นคนพิการ คนชรา) และควรอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นในเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง เช่น การมีสุขาไว้บริการนักท่องเที่ยวเหล่านี้โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวเหล่านี้มักจะมีปัญหาเมื่อมายังแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่สามารถในการใช้ห้องสุขาทั่วไป เพราะไม่สะดวกในการใช้งาน แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งยังขาดแคลนห้องสุขาสำหรับคนพิการ/คนชรา ดังนั้นทางแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดควรสร้าง/ต่อเติมให้ห้องสุขาทุกจุดในแหล่งท่องเที่ยวมีสุขาสำหรับคนพิการ/คนชรา อย่างน้อยจุดละ 1 ห้อง เพื่อคอยอำนวยความสะดวกแก่คนเหล่านี้ โดยเฉพาะ อีกทั้งควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลสภาพหรืออุปกรณ์ภายในห้องสุขาอยู่เสมอๆ เพื่อเป็นการแน่ใจว่าห้องสุขาทุกห้องสามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ดี โดยสอดคล้องกับที่กระทรวงมหาดไทย (กฎกระทรวง 2555)ได้กำหนดกฎกระทรวง ปี 2548 และได้กล่าวว่า อาคารที่จัดให้มีห้องส้วมสำหรับบุคคลทั่วไป ต้องจัดให้มีห้องส้วมสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชราเข้าใช้ได้อย่างน้อย 1 ห้อง ในห้องส้วมนั้นหรือจะจัดแยกออกมาอยู่ในบริเวณเดียวกันกับห้องส้วมสำหรับบุคคลทั่วไปก็ได้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวสามารถอำนวยความสะดวกแก่บุคคลที่มีความต้องการพิเศษเหล่านี้ได้เป็นพิเศษ จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ที่มีความต้องการพิเศษ (เช่น คนพิการ คนชรา)ได้อีกจำนวนไม่น้อย รวมถึงบรรดานักท่องเที่ยวที่มาด้วยกันก็มีความสะดวกในการดูแลนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ทำให้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความราบรื่นมากขึ้น

4. ด้านกิจกรรม พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “เสนอตัวเป็นผู้จัดงานหรือสนับสนุนในกิจกรรมและกิจการงานต่างๆเช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า การประกวดต่างๆ เป็นต้น”ไม่เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากแต่ผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวอาจมีความพอใจกับกิจกรรมภายในบึงบอระเพ็ดในระดับหนึ่ง และยังไม่ทราบว่าแท้ที่จริงแล้วแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดนั้นเคยมีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย เช่น เคยมีการจัดประกวดนก เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งเที่ยวนั้นทราบดีว่า แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพที่จะสามารถจัดกิจกรรมได้มากกว่านี้ ดังนั้นจึงทำให้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งคำว่า “สนับสนุน” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542(ราชบัณฑิตยสถาน 2546)ได้ให้ความหมายว่า ส่งเสริม, ช่วยเหลือ, อุปการะ คำว่า “ กิจกรรม” หมายความว่า การที่ผู้เรียนปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อการเรียนรู้ และคำว่า “ กิจการ” หมายความว่า การงานที่ประกอบ, ธุระ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัด

นครสวรรค์และจังหวัดแถบภาคกลางตอนบน ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสถานที่ที่เหมาะสมมากพอที่จะสามารถเป็นเจ้าของภาพหรือสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆได้ เช่นงานแสดงสินค้า หรืองานประกวดต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นผ่านกิจกรรมเหล่านี้ การทำเช่นนี้จัดว่าเป็นการตลาดเชิงกิจกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่ง เกรียงไกร กาญจนโกคิน (เกรียงไกร กาญจนโกคิน 2550) ได้ให้ความหมายถึง “การตลาดเชิงกิจกรรม” ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์จะคิดขึ้นมา เพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายให้มาเจอกับสินค้า และบริษัทสามารถสร้างยอดขายในบริเวณจัดงานได้ทันที การทำกิจกรรมมีหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจัดประกวด การจัดแข่งขัน การจัดฉลอง การจัดแรลลี่ การจัดสัมมนา เป็นต้น ในที่นี้ แหล่งท่องเที่ยวก็เปรียบเสมือนสินค้าชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริหารใช้กิจกรรมหรือกิจการงานต่างๆมาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาร่วมงาน นักท่องเที่ยวจะได้รู้จักกับแหล่งท่องเที่ยวและมีการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวในหลายๆส่วน ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายในแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก ค่าเรือ เป็นต้น วิธีนี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปในตัว รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดควรใช้วิธีนี้มาเพิ่มจำนวนและเพิ่มความสนใจจากนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะในช่วงโลว์ซีซั่นที่นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนลดลงจากปกติ

5. ด้านความปลอดภัย พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดต่อชีวิตและทรัพย์สิน” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวอาจมองว่า การดูแลความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีจุดที่ต้องปรับปรุง เพราะด้วยแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบเปิด นักท่องเที่ยวหรือคนทั่วไปสามารถเข้าชมได้ตลอด และอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้มีมิถิลินเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวได้ไม่ยาก ดังนั้นทางแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีมาตรการในการดูแลความปลอดภัย การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด จะทำให้สามารถตรวจตราทุกจุดท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด โทรทัศน์วงจรปิดยังสามารถเป็นหลักฐานในการเอาผิดผู้ต้องหาทางกฎหมายได้ และช่วยป้องกันอันตราย โดยเฉพาะจุดที่เสี่ยงเกิดอันตรายมากๆ เช่น บริเวณกรงสัตว์ บริเวณบ่อชมจระเข้ และบริเวณทางเดินที่ปลอดภัยคน เป็นต้น ซึ่ง วิกีพีเดีย(วิกิพีเดีย 2557)ได้กล่าวว่า “โทรทัศน์วงจรปิด” ว่าเป็นระบบการบันทึกภาพเคลื่อนไหวด้วยกล้องวงจรปิด ซึ่งเป็นระบบสำหรับการใช้เพื่อการรักษาความปลอดภัยและโทรทัศน์วงจรปิดมีประโยชน์มากมาย ยกตัวอย่างเช่น รักษาและเฝ้าระวังความปลอดภัยของบุคคลและสถานที่ ตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน คำนวณตรวจสอบ และใช้เป็นหลักฐานได้ทั้งภาพและเสียงจึงมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการพักค้างคืน ความปลอดภัยมักเป็นปัจจัยต้นๆที่นักท่องเที่ยวต้องนึกถึง ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงควรมีการป้องกันและมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดี

6. ด้านบุคลากร พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อประเด็น “จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวและบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยว อาจมีความคิดว่าควรมีการจัดการ ประเมินผลพนักงานให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้นกว่าเดิม โดยการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคำว่า “พึงพอใจ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542(ราชบัณฑิตยสถาน 2546)ได้ให้ความหมายว่า รัก, ชอบใจ และคำว่า “บริการ” มีความหมายว่า ปฏิบัติรับใช้, ให้ความสะดวกต่างๆ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นอกเหนือจากจุดท่องเที่ยวหรือกิจกรรมอื่นๆที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับเทียน ทองแก้ว(เทียน ทองแก้ว 2557)ที่ได้กล่าวว่า “การบริการ” เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กร ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดจะความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรและภาพลักษณ์ขององค์กร การบริการที่ดีนั้น นอกจากจะหมายถึง การที่เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการเพื่อตอบสนองสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้ ยังหมายถึงการที่เจ้าหน้าที่มีความใจในการให้บริการ มีกิริยาสุภาพ หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับ นพวัชร แดงสรระน้อย(นพวัชร แดงสรระน้อย 2551)ที่ได้กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจต่อการให้บริการ นอกจากนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการฝึกสอนและดูแลเจ้าหน้าที่ให้มีความสามารถในการบริการที่ดี รวมถึงต้องคัดสรรเจ้าหน้าที่ที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม คอยตรวจและประเมินผลเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งในแง่ผลงานและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว ในด้านการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว ควรทำเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวตอบ โดยการนำไปวางไว้ยังจุดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องหยุดผ่าน เช่น บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หรือหน้าทางออกหรือทางเข้าจุดท่องเที่ยวต่างๆ การประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจะทำให้ทางผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวได้ทราบถึงพฤติกรรมและปฏิบัติตนที่เจ้าหน้าที่มีต่อนักท่องเที่ยว รวมถึงยังได้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

7. ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผลการวิจัยทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด มีความคิดเห็นต่อ “ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษ หรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น” เหมือนกัน คือ นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเด็นนี้ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดและผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวคิดว่าประเด็นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและบุคลากรผู้บริหารหรือดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่างต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่

รู้จักมากขึ้นและสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์น่าจะเป็นสื่อที่สะดวกและเข้าถึงคนจำนวนมากได้ง่าย โดยคำว่า “ประชาสัมพันธ์” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542(ราชบัณฑิตยสถาน 2546)ได้ให้ความหมายว่า ติดต่อบรรณเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และคำว่า “สื่อ” หมายความว่า ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อกันหรือชักนำให้รู้จักกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แม้ว่าบึงบอระเพ็ดเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง คนรู้จักชื่อ แต่ก็ยังมีน้อยคนที่จะทราบว่าบึงบอระเพ็ดในปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งที่ควรมาเที่ยวชม หลายคนเคยผ่านมายังจังหวัดนครสวรรค์แต่ก็ยังไม่ทราบว่าบึงบอระเพ็ดมีอะไรที่น่าสนใจ น่าสนใจ เพราะมักจะคิดว่าเป็นแค่บึงขนาดใหญ่ และมีแต่ธรรมชาติทั่วไป ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด ยังจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่ ยังไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวรู้จักมากเท่าที่ควร ดังนั้นทางแหล่งท่องเที่ยวจึงควรทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีอะไรที่น่าสนใจ ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบ้าง ผ่านป้าย หรือจอโทรทัศน์ในเมืองในช่วงที่มีเทศกาลสำคัญ แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ที่มากเพียงพอและยังขาดความหลากหลาย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงควรปรับการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและหลากหลายมากขึ้น โดยควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่อโทรทัศน์ โดยเว็บไซต์ไอเคเนชั่น(ไอเคเนชั่น 2551)ได้กล่าวว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์มีติดกับสื่อชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นสื่อแลกเปลี่ยนนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และกล่าวว่า โทรทัศน์ เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆ ได้ด้วย การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีที่แตกต่าง ก็จะทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มนักเรียนหรือคนทำงาน มักจะชอบอ่านหนังสือพิมพ์ หรือ กลุ่มผู้หญิงและแม่บ้าน มักจะชอบดูโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่จริงจังและทั่วถึงทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะคนที่ไม่เคยรู้จักแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดมาก่อน และมีความเป็นไปได้ว่าในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวใหม่ๆที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆเหล่านี้มาท่องเที่ยวกันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวควรร่วมมือกับการท่องเที่ยวจังหวัด และองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องมากขึ้น โดยเฉพาะในการจัดหารถมาให้บริการนักท่องเที่ยวเดินทางจากในเมืองหรือที่อื่นๆ เพื่อเข้ามาเที่ยวบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะหรือร่วมมือกันกับเครือโรงแรมในจังหวัดโดยการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า

ที่พักรวมและมาเที่ยวบึงบอระเพ็ด เป็นต้น การร่วมมือกันกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะทำให้วงจรธุรกิจท่องเที่ยวมีความมั่นคง สร้างกำไรได้ในระยะยาว ทั้งยังทำให้ทุกฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

2. แหล่งท่องเที่ยวควรส่งเสริมให้คนในชุมชนบริเวณรอบแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้บริหารควรสนับสนุนคนในท้องถิ่นให้มีความสำนึกรักในแหล่งท่องเที่ยวของตน รวมถึงส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ในทางเดียวกัน ควรส่งเสริมและสนับสนุนคนในชุมชนได้ประกอบอาชีพในแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่คนในชุมชน

3. แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรงบประมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อนำทุนเหล่านั้นมาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในหลายๆจุดที่ได้เสนอไว้ในรายงานการวิจัยข้างต้น ซึ่งบางจุดจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน และบางจุดเมื่อพัฒนาหรือปรับปรุงแล้วจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น

4. แหล่งท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อาจจะใช้วิธีการนอกเหนือจากที่เคยใช้มา เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์ หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งจะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมในการการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีจุดดี-จุดด้อยและมีปัจจัยอะไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป รวมถึงยังได้ทราบถึงปัญหาต่างๆ เพื่อที่จะนำความคิดเห็นและปัญหาเหล่านั้นไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไปในอนาคต

2. ควรศึกษาความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด เพื่อจะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ในด้านต่างๆของคนในชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยว และนำข้อดีของความสัมพันธ์เหล่านั้นมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงนำข้อด้อยต่างๆไปปรับปรุงเพื่อทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำประโยชน์แก่คนในชุมชนได้อย่างเต็มที่

3. ควรศึกษาแนวทางพัฒนาแหล่งน้ำและพันธุ์สัตว์น้ำของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถนำแนวทางที่ได้มาพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้มีความยั่งยืนและดียิ่งขึ้นต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฎกระทรวง (2555). "กฎกระทรวง กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ. 2548." [ออนไลน์].แหล่งที่มา:<http://www.bsa.or.th/กฎหมาย/กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ-และคนชรา-พศ-๒๕๔๘.html> [2557, มีนาคม 25]

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543). โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล(อบต.)และสภาตำบล(สต.). กรุงเทพมหานคร, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556). "กระแสการท่องเที่ยวไทยในตลาดนักท่องเที่ยวจีนตะวันตกภายในงาน Amazing Thailand Road Show to China 2013." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php?IBLOCK_ID=70&SECTION_ID=515&ELEMENT_ID=12508 [2557, มีนาคม 24]

เกรียงไกร กาญจนโภคิน (2550). "การตลาดเชิงกิจกรรม." [ออนไลน์].แหล่งที่มา:http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=77:event-marketing&catid=25:the-project&Itemid=72 [2557, มีนาคม 24]

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต (2556). "ประเภทการท่องเที่ยว." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/archcommunitydevelopment/tourism> [2556, กุมภาพันธ์ 20]

จิรัชยา บุญไตรและคุณ โทชน์ (2554). "การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหาดบึงเกลือ การศึกษาการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาหาดบึงเกลือ." วารสารการบริหารท้องถิ่น.

เจษฎา นกน้อยและคณะ (2553). "การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า " วิทยาสารเกษตรศาสตร์(สังคม).

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554). การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรพร เสมอใจและฐิตินันท์ วารีวนิช (2551). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร, วีพรีนท์(1991).

ณัฐวุฒิ สิทธิชัย (2551). แนวทางการพัฒนาการจัดการกิจกรรมคุณ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. แขนงวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.

เทื้อน ทองแก้ว (2557). "การมีหัวใจบริการ(service mind)." [ออนไลน์].แหล่งที่มา <http://www.gotoknow.org/posts/355352> [2557, มีนาคม 25]

ธงชัย สันติวงษ์. (2545). การจัดการ. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพลส แอนด์ กราฟฟิค จำกัด.

ธงชัย สันติวงษ์ (2545). การจัดการ. กรุงเทพมหานคร, ธนาเพลส แอนด์ กราฟฟิค จำกัด.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2549). การตลาดบริการ:แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวัชร แดงสรระน้อย (2551). การศึกษาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น. แขนงวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.

บึงบอระเพ็ด (2555). "ประวัติความเป็นมาและการพัฒนา." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.buengboraphet.com/history/history.html> [2555, พฤษภาคม 20]

บุญญเลขา มากบุญ (2554). "การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในพื้นที่ป่าซับลังกา." วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่, คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประชิด สุกณะพัฒน์และคณะ (2554). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร, แสงดาว.

พรพิมล ศรีธเรศ (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในประเทศไทย. แขนงวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยาศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต.

พะยอม วงศ์สารศรี (2548). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์พรานนการพิมพ์.

มานิตย์ สิงห์ทองชัยและคณะ (2552). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชน. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

มิตรา สามารถ (2543). รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร, สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.

ยุทธ ไกยวรรณและกุสุมา ผลาพรม (2553). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร, ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุวเรศ มาชอรี (2552). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนันทนาการสวนสนุกดรีมเวิลด์. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

ราชบัณฑิตยสถาน (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร, นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.

ฤดี หลิมไพโรจน์ (2552). การตลาดบริการ. ปทุมธานี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิหวัศ รุ่งเรืองผล (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร, มิสเตอร์ก๊อปปี้ ประเทศไทย.

วิกิพีเดีย (2557). "โทรทัศน์วงจรปิด." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/โทรทัศน์วงจรปิด> [2557, มีนาคม 25]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร, บริษัทธรรมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2551). "ความหมายของการจัดการ." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=185017> [2555, พฤษภาคม 24]

ศิลา บรรณเจดิส (2553). "น้ำพรากชีวิต จมน้ำครองสถิติการตายสูงสุดของเด็กไทย." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/daily/ViewNews.aspx?NewsID=9530000007483> [2557, มีนาคม 24]

สนธยา พลศรี (2547). ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร, โอเดียนสโตร์.

สำนักงานคลังจังหวัดนครสวรรค์ (2554). "รายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดนครสวรรค์ ประจำปีเดือนมกราคม 2555." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://klang.cgd.go.th/nsn/>[2555, พฤษภาคม 25]

สิทธิ์ อีรสรณ์ (2552). เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพร บุญปก (2551). แนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. แขนงวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยาศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต.

สุภาพร สุกสีเหลืองและคณะ (2553). "แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนนทบุรี ภายใต้การจัดการและการมีส่วนร่วมของประชาชน." วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).

สุรชาติ สินวรรณ (2554). "การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเทคนิควิเคราะห์ลำดับขั้น." วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่.

เสถียรพงศ์ ตั้งคนาคกร (2552). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. วิทยาศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต.

หมอชาวบ้าน (2547). "การเดินดีต่อสุขภาพอย่างไร." [ออนไลน์].แหล่งที่มา:
<http://www.doctor.or.th/article/detail/4471> [2557, มีนาคม 24]

อรุณวรรณ นุชพ่วง (2553). "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Ecotourism." วารสารธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย.

อารีย์ นัยพินิจและฐิรชญา มณีเนตร (2551). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบูโพรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. ขอนแก่น, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อำนาจ ธีระวนิช (2550). การจัดการ. กรุงเทพมหานคร, มาเธอร์ บอส แพคเกจจิ้ง จำกัด.

อินไซด์เออีซี (2556). "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว." [ออนไลน์].แหล่งที่มา:
<http://www.insightaec.com/detail.php?lg=th&id=12> [2556, กรกฎาคม 25]

อุษาวดี พลพิพัฒน์ (2545). "การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย." จุลสารการท่องเที่ยว.

เอมอร คชเสนี (2554). "การช่วยเหลือคนตกน้ำและวิธีปฐมพยาบาล." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9540000044197> [2557, มีนาคม 24]

โอเคนะชั่น (2551). "การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=315672> [2556, มีนาคม 20]

โอเคนะชั่น (2551). "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ." [ออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=292121> [2557, มีนาคม 25]

ภาษาอังกฤษ

Botha, B. P. (1981). "Park and Recreation Administration for Municipalities Of South Africa: A Study of a Group Municipal Authorities." Dissertation Abstracts International.

Dickman, S. (1997). Tourism: an introductory text. Rudalmer, NSW.

Holloway, J. R. and R. V. Plant (1988). Marketing for Tourism. London, Pitman Publishing.

Hwang, S. N. and Others (2003). "The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks." Tourism Management.

Kotler, P. (2003). Marketing Marketing. New Jersey, Prentice-Hall.

Kotler, P. and K. L. Keller (2009). Marketing Management. New Jersey, Prentice-Hall.

Mill, R. C. and A. M. Morrison (1992). The tourism system: An introductory text. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.

Morrison, A. M. (1989). Hospitality and Travel Marketing. New York, Delmar Publishers.

Payne, A. (1993). The Essence of Services Marketing. Hertfordshire, Prentice Hall International(UK).

Seyhmus, B. (2000). A path-analytical model of visitation intention: Involving Information sources, Socio-psychological motivations and destination images. UK, CABI.

Yamane, T. (1973). Statistics: An introductory analysis. Tokyo, Harper International Edition.

Zeithaml, V. A. and M. J. Bitner (2000). Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill Higher Education, A division of the McGraw-Hill Companies.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสำรวจสำหรับการวิจัย

เรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง แบบสำรวจฉบับนี้ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

แบบสำรวจนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ลักษณะของแบบสำรวจเป็นแบบเติมข้อมูลในช่องว่าง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสำรวจสภาพของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์สภาพของแบบสำรวจเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

นางสาว วรระฆมน อัจฉรวรรณ

นิสิตบัณฑิตศึกษา ภาคปกติ ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง กรอกข้อมูลต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

1. ชื่อสถานที่.....
2. ชื่อองค์กรที่รับผิดชอบ.....
3. ที่ตั้ง.....
4. วันเดือนปีที่สำรวจ.....
เวลาที่สำรวจ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดในด้านต่างๆ

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ช่องว่างที่ตรงกับลักษณะความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดในด้านต่างๆต่อไปนี้

ถ้าแต่ละรายการมีสภาพนั้นอยู่ ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องมี

ถ้าแต่ละรายการไม่มีสภาพนั้นอยู่ ให้ทำเครื่องหมายลง ✓ ในช่องไม่มี

รายการ	มี	ไม่มี
1.) ด้านสิ่งดึงดูดใจ		
1. บริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำมีการจัดตกแต่งด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย		
2. บริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำมีปลาชนิดต่างๆที่หาดูได้ยากมาจัดแสดง		
3. ค่าเข้าชมอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำมีความเหมาะสม		
4. บริเวณกรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์มีปีกและสัตว์แปลกๆมาจัดแสดง		
5. บริเวณกรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์มีสี่เท้าใหญ่ที่น่าสนใจมาจัดแสดง เช่น เสือ สิงโต ลิงอุรังอุตัง ยีราฟ เป็นต้น		
6. บริเวณกรงแสดงพันธุ์จระเข้มีการจัดตกแต่งสถานที่ให้มีความน่าสนใจ		
7. บริเวณกรงแสดงพันธุ์จระเข้มีจระเข้จำนวนมากมาจัดแสดง		
8. มีอาคาร/สถานที่ขนาดใหญ่ไว้สำหรับจัดแสดงงานต่างๆ		
9. มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการพักผ่อนรอบแหล่งท่องเที่ยวเช่น ปลูกต้นไม้สวยงาม สร้างซุ้มดอกไม้ตามแนวทางเดิน		

รายการ	มี	ไม่มี
10. บริเวณรอบแหล่งท่องเที่ยวมีอากาศสดชื่น ปลอดภัย		
2) ด้านการเข้าถึง		
1. เส้นทางที่มายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย		
2. การใช้รถส่วนตัวเพื่อเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย		
3. การใช้บริการรถสาธารณะเพื่อเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย		
4. มีรถของแหล่งท่องเที่ยวคอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะ		
5. มียานพาหนะเพื่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว		
6. ยานพาหนะเพื่ออำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวน/รอบที่มากเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว		
7. เรือที่ใช้ล่องชมบึงมีจำนวนมากเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว		
8. ค่าบริการในการใช้เรือมีราคาที่เหมาะสมกับรูปแบบในการเช่าเหมาลำ		
9. รูปแบบในการเช่าเรือชมบึงแบบเหมาลำมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกประเภท		
10. มีรถจักรยานไว้บริการให้นักท่องเที่ยวเช่าขี่ชมบรรยากาศรอบแหล่งท่องเที่ยว		
3.) ด้านการอำนวยความสะดวก		
1. มีศาลา ม้านั่ง เพื่อให้นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆตลอดแนวทางเดิน		
2. บริเวณแสดงโชว์มีเก้าอี้ ม้านั่ง จำนวนมากเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละรอบการแสดง		
3. มีจำนวนร้านอาหารมากมาย		
4. มีร้านอาหารหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ		
5. มีสินค้าที่ระลึกหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ		
รายการ	มี	ไม่มี
6. ห้องสุขามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย		

7. บริเวณสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยวมีห้องสุขาสำหรับคนพิการไว้บริการ ผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่นคนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น)		
8. มีรถเข็นสำหรับคนพิการคอยให้บริการผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่นคนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น)		
9. มีการอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถนำรถเข็นที่มีไว้บริการไปใช้ยังจุดท่องเที่ยวอื่นๆนอกเหนือจากอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำได้		
10. มีป้ายบอกรายละเอียดอธิบายประวัติ ความเป็นมาต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว		
4.) ด้านกิจกรรม		
1. มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายไว้ให้นักท่องเที่ยวร่วมเล่นบริเวณหาดทรายเทียม		
2. การแสดงจระเข้เจ้าเซ่งโง้วมีความน่าสนใจ		
3. การแสดงจระเข้เจ้าเซ่งโง้วมีความตื่นเต้น ไร้ใจ		
4. การแสดงละครลิงคุณประภิตมีความน่าสนใจ		
5. การแสดงละครลิงคุณประภิตมีความสนุกสนาน		
6. มีการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวทุกปี เช่น จัดเทศกาล “เย็นดูดาว เข้าดูนก” ในช่วงหน้าหนาว		
7. มีการนำเอากิจกรรมที่น่าสนใจมาจัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว		
5.) ด้านความปลอดภัย		
1. มีป้ายเตือนในทุกๆจุดที่อาจเกิดอันตรายทั้งกับชีวิตและทรัพย์สิน		
2. กรงเหล็กที่กั้นสัตว์ เช่น กรงนก กรงจระเข้ มีความแข็งแรงทนทาน		
3. แก้วน้ำ ม้านั่งภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความแข็งแรง		
4. บริเวณท่าเรือบึงบอระเพ็ดมีความปลอดภัย		
5. มีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยเช่นกล้องวงจรปิด ในทุกๆจุดสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว		
รายการ	มี	ไม่มี
6. มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล รักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในจุดท่องเที่ยวต่างๆ		
6.) ด้านบุคลากร		

1. เจ้าหน้าที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว		
2. เจ้าหน้าที่มีกิริยา มารยาทดี		
3. เจ้าหน้าที่มีใจในการให้บริการ		
4. มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ความรู้ตามจุดต่างๆอย่างเหมาะสม		
5. เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ สะดุดตา สังเกตเห็นได้ง่าย		
7.) ด้านประชาสัมพันธ์		
1. มีป้ายเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งในตัวจังหวัดและบริเวณรอบนอกใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว		
2. ป้ายเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากเพียงพอในการดึงดูดสายตาและความสนใจจากนักท่องเที่ยว		
3. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์		
4. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์		
5. ในเว็บไซต์ของบึงบอระเพ็ด มีการแจ้งรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและครบทุกรายละเอียด		
6. หน่วยงานที่บริหารแหล่งท่องเที่ยวมีการติดตามผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง		

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่องแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
3. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดพิจารณาตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการอย่างยิ่ง ซึ่งนับว่าเป็นการเสนอแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ และผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นภาพรวมโดยไม่เจาะจงผู้ตอบแบบสอบถาม
4. ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

นางสาว วรชมน อัจฉรวรรณ

นิสิตบัณฑิตศึกษา ภาคปกติ ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน และ / หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับ
ความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 21-34 ปี
 35-49 ปี 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. อาชีพ
 นักเรียน / นักศึกษา รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานงานบริษัท/ลูกจ้าง ธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกร อื่นๆโปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน
 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 บาทขึ้นไป
6. ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวที่บึงบอระเพ็ดจังหวัดนครสวรรค์มาก่อนหรือไม่
 เคย ไม่เคย
7. ท่านมีการพักผ่อนภายในแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดหรือไม่
 มีการพักผ่อน ไม่มีการพักผ่อน
8. ครั้งนี้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดกับใคร
 ครอบครัว เพื่อน/แฟน
 เดินทางคนเดียว อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ท่านมีวัตถุประสงค์ใดในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด
 เพื่อชื่นชม/เรียนรู้สิ่งต่างๆ เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายความเครียด
 เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ เพื่อศึกษางาน/ดูงาน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
10. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดอย่างไร
 รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง
 รถจักรยานยนต์ อื่นๆ โปรดระบุ.....
11. ท่านประทับใจจุดท่องเที่ยวใดภายในแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด ท่าเรือบึงบอระเพ็ด
 กรงแสดงพันธุ์นกและสัตว์ กรงแสดงพันธุ์จระเข้

- สวนเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา
- หาดทรายเทียม
- โรงแสดงละครลิง
- โรงแสดงจระเข้เจ้าเซ่งฮง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์อย่างไร โปรดแสดงความคิดเห็นตามเกณฑ์แสดงความคิดเห็นดังนี้

หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่าควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นมากที่สุด

หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่าควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นมาก

หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่าควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับน้อย ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นน้อย

หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่าควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับน้อยที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
1.) ด้านสิ่งดึงดูดใจ				
1. ควรสร้างสถานที่/อาคารเพื่อจัดแสดงงานระดับประเทศ				
2. ควรนำปลาแปลกๆหรือหาตู้ได้ยากมาจัดแสดงภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม				
3. ควรสร้างจุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น สร้างกรงแสดงสัตว์ประเภทอื่นๆเพิ่มเติม				
4. ควรสร้างทัศนียภาพรอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามโดยปลูกพันธุ์ไม้สวยงามบริเวณทางเดินรอบแหล่งท่องเที่ยวเช่น ต้นลีลาวดี เป็นต้น				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
5. ควรเพิ่มพื้นที่หาดทรายเทียมเพื่อปรับเป็นสวนน้ำขนาดเล็กหรือปรับเป็นชายหาดเลนน้ำจืดให้มีลักษณะคล้ายกับชายหาดทางภาคตะวันออก				
2.) ด้านการเข้าถึง				
1. ควรมีรถรับ-ส่งจากในตัวเมืองนครสวรรค์มายังบึงบอระเพ็ดไว้บริการนักท่องเที่ยวในราคาประหยัดทุกวัน ตั้งแต่เวลา 9.00-17.00 นาฬิกา				
2. ควรนำรถจักรยานเข้ามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในราคาย่อมเยา				
3. ควรจัดรถบรกดอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็กที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดช่วง				
4. ควรมีรถม้าไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดช่วง				
5. ควรจัดให้มีเรือไว้บริการล่องบึง เป็นรอบๆทุกๆ 1 ชั่วโมงโดยคิดค่าบริการต่อคนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเหมาลำ				
3.) ด้านการอำนวยความสะดวก				
1. ควรจัดที่นั่งในการชมการแสดงโชว์ต่างๆให้มีจำนวนมากเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละรอบการแสดง				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
2. ควรจัดให้มีเก้าอี้ ม้านั่ง ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆ ตลอดแนวทางเดินเพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ				
3. ควรมีสินค้าหลากหลายชนิดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อภายในร้านขายของที่ระลึก				
4. ควรมีร้านอาหารหลากหลายประเภทไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อรับประทาน				
5. ควรสร้างห้องสุขาสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น)เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว				
6. ควรจัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์ เป็นต้น) เพิ่มเติมในจุดอื่นๆ นอกเหนือจากในอาคาร				
7. ควรมีป้ายบอกรายละเอียด/อธิบายความเป็นมาของสิ่งที่น่าสนใจต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว				
8. ควรมีป้ายบอก/อธิบายทางไปยังจุดท่องเที่ยว ตามจุดต่างๆ ให้เห็นอย่างเด่นชัด				
4.) ด้านกิจกรรม				
1.ควรเพิ่มหรือปรับรายการการแสดงจระเข้เจ้าแข่งโชว์ให้มีความตื่นเต้นเร้าใจมากขึ้น				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
2. ควรเพิ่มหรือปรับรายการการแสดงละคร ถึงคุณประภิตีให้มีความสนุกสนานมากขึ้น				
3. ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น การแข่งขันเสียนกกรงหัวจุก งานสงกรานต์ พระราชบึงบอระเพ็ด เป็นต้น				
4. ควรจัดการประกวดภาพถ่ายวิวบึง บอระเพ็ดเพื่อนำภาพมาทำเป็นใบปลิวหรือ ป้ายประชาสัมพันธ์บึงบอระเพ็ดในช่วง เทศกาลพิเศษต่างๆ				
5. ควรจัดประกวดออกแบบชุดเครื่องแบบ ให้เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวบึง บอระเพ็ดให้มีความเป็นเอกลักษณ์บ่งบอก ถึงภาพลักษณ์ของบึงบอระเพ็ด				
5.) ด้านความปลอดภัย				
1. ควรมีป้ายเตือนในทุกๆจุดที่อาจเกิด อันตรายทั้งกับชีวิตและทรัพย์สิน เช่น บริเวณกรงแสดงพันธุ์จระเข้ กรงแสดงพันธุ์ นกและสัตว์ เป็นต้น				
2. ควรมีการตรวจความแข็งแรงของกรง บริเวณส่วนแสดงพันธุ์นกและสัตว์และส่วน แสดงพันธุ์จระเข้อย่างสม่ำเสมอ				
3. ควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวในทุกๆจุดท่องเที่ยว				
4. ควรติดตั้งอุปกรณ์ในการรักษาความ ปลอดภัยในจุดท่องเที่ยวที่เสี่ยงในการเกิด อันตราย เช่น กล้องวงจรปิด เป็นต้น				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
6.) ด้านบุคลากร				
1. ควรจัดสรรเจ้าหน้าที่ประจำตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม				
2. ควรอบรมด้านการบริการและให้ความรู้ใหม่ๆแก่เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ				
3. ควรให้เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสวมใส่ชุดเครื่องแบบเหมือนกันและมีเอกลักษณ์บ่งบอกภาพลักษณ์ของบึงบอระเพ็ด				
4. ควรประเมินผลการทำงานของเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ				
7.) ด้านประชาสัมพันธ์				
1. ควรมีป้ายขนาดใหญ่เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดทั้งในตัวเมืองนครสวรรค์และบริเวณรอบนอกจังหวัดที่มีระยะใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว				
2. ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์				
3. ควรติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดใจกลางเมืองนครสวรรค์เพื่อสื่อสารแจ้งข่าวสารของบึงบอระเพ็ด				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
4. ควรแจ้งรายละเอียดสำคัญบางส่วนเพิ่มเติมในเว็บไซต์ของบึงบอระเพ็ด เช่น ตารางเวลาการแสดงโชว์ มีรถกอล์ฟไฟฟ้า และรถม้าบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น				
5. ควรติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้งานสามารถบรรลุไปตามเป้าหมายที่กำหนด				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

2. แบบสำรวจนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสำรวจเป็นแบบเติมข้อมูลในช่องว่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

3. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดพิจารณาตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการอย่างยิ่ง ซึ่งนับว่าเป็นการเสนอแนวทางพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ และผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นภาพรวมโดยไม่เจาะจงผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

นางสาว วรชมน อัจฉรวรรณ

นิสิตบัณฑิตศึกษา ภาคปกติ ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน และ / หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. อาชีพ ตำแหน่ง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์อย่างไร โปรดแสดงความคิดเห็นตามเกณฑ์แสดงความคิดเห็นดังนี้

1. หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำไปเป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 4

2. หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำไปเป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ให้ทำเครื่องหมายลง ✓ ในช่องหมายเลข 3

3. หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำไปเป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับน้อย ให้ทำเครื่องหมายลง ✓ ในช่องหมายเลข 2

4. หากท่านมีความเห็นด้วยกับรายการว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำไปเป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดให้ประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ให้ทำเครื่องหมายลง ✓ ในช่องหมายเลข 1

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	4	3	2	1
1.) ด้านสิ่งดึงดูดใจ				
1. สร้างอาคารขนาดใหญ่เพื่อสำหรับจัดงานระดับประเทศ เช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดแสดงงานในแถบจังหวัดภาคกลางตอนบน				
2. นำสัตว์อื่นๆเช่น เสือ สิงโต ปลาหายาก มาจัดแสดงเพิ่มเติม เพื่อเป็นจุดท่องเที่ยวใหม่ๆ				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	4	3	2	1
3. ปลุกต้นไม้สวยงามตามแนวทางเดินเพื่อความสวยงาม ร่มรื่น เช่น ต้นลีลาวดี ต้นเสลา เป็นต้น				
4. นำเจ็ตสกี หรือ บานาน่าโบ๊ต เข้ามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมบริเวณหาดทรายเทียม				
5. เพิ่มอุปกรณ์หรือเครื่องเล่น เช่น สไลเดอร์และอุปกรณ์ช่วยเหลือคนตกน้ำ				
2.) ด้านการเข้าถึง				
1. จัดหารถมาบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ณ จุดที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก เพื่อมาท่องเที่ยวยังบึงบอระเพ็ดโดยเฉพาะ โดยคิดค่าบริการในราคาย่อมเยา				
2. นำรถจักรยานเข้ามาให้นักท่องเที่ยวเช่าขี่เที่ยวชมรอบบึงบอระเพ็ดในราคาย่อมเยา				
3. จัดรถบรกลอล์ฟไฟฟ้าขนาดเล็กให้มีรอบวิ่งมากขึ้น				
4. เพิ่มรูปแบบการใช้บริการล่องเรือชมบึง โดยจัดเรือไว้บริการเป็นรอบๆ โดยคิดค่าบริการต่อคน				
3.) ด้านการอำนวยความสะดวก				
1. สร้างศาลาหรือจุดนั่งพัก ตามแนวทางเดิน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ได้มีจุดพักเหนื่อย				
2. จัดหาเก้าอี้ ม้านั่ง เพิ่มในส่วนของการชมการแสดงโชว์ต่างๆ เพื่อให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	4	3	2	1
3. สร้างหรือต่อเติมห้องสุขาให้มีห้องน้ำสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมในห้องสุขาทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว				
4. จัดหารถเข็นสำหรับคนพิการมาให้บริการแก่ผู้ที่มีความต้องการพิเศษ(เช่น คนพิการ คนชรา สตรีมีครรภ์) เพิ่มเติมนอกเหนือจากในบริเวณอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ				
5. เพิ่มจำนวนร้านอาหารให้มีมากขึ้น				
6. เพิ่มร้านอาหารให้มีหลากหลายชนิด ประเภทอาหาร				
7. จัดทำป้ายบอกทางหรือบอกรายละเอียดเพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีขนาดใหญ่ เห็นเด่นชัดตลอดแนวทางเดินและตามจุดต่างๆ				
4.) ด้านกิจกรรม				
1. ปรับหรือเพิ่มเติมการแสดงโชว์จระเข้เจ้าแข่งโชว์ และโชว์ละครลิงคุณประกิต ให้มีรูปแบบการแสดงฯ ใหม่ๆทุกๆปี				
2. นำกิจกรรมที่เคยจัด มาจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี เช่น การแข่งขันเสียนกกรงหัวจุก หรือ งานสงกรานต์ ธรรมชาติบำบัด บึงบอระเพ็ด เป็นต้น				
3. เสนอตัวเป็นผู้จัดหรือสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ เช่น งานประชุม งานแสดงสินค้า การแข่งขันต่างๆ เป็นต้น				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	4	3	2	1
5.) ด้านความปลอดภัย				
1. ติดตั้งป้ายเตือนในหลายๆจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายทั้งกับชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะบริเวณที่ใกล้สัตว์อันตราย				
2. ตรวจสอบสภาพความแข็งแรงของกรงสัตว์สม่ำเสมอ อย่างน้อยทุกๆ6เดือน				
3. จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำทุกจุดท่องเที่ยวเพื่อคอยดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว				
4. ติดตั้งกล้องวงจรปิดในทุกจุดท่องเที่ยวที่อาจเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน				
6.) ด้านบุคลากร				
1. จัดเจ้าหน้าที่ประจำตามจุดท่องเที่ยวต่างๆอย่างน้อยจุดท่องเที่ยวละ 1คน เพื่อคอยให้ความรู้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว				
2. จัดให้เจ้าหน้าที่แต่งชุดเครื่องแบบที่มีเอกลักษณ์สีส้มเด่นชัด สังเกตเห็นได้ง่าย				
3. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการทำงานของเจ้าหน้าที่				
7.) ด้านการประชาสัมพันธ์				
1. จัดทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เพิ่มเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยนำไปติดตั้งในจุดที่กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถเห็นได้ง่าย				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	4	3	2	1
2. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์ในบางโอกาส เช่น ช่วงที่มีเทศกาลพิเศษ หรือ ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น				
3. แจ้างรายละเอียดเกี่ยวกับตารางการแสดงโชว์จระเข้กับลิงประกิตและตารางเวลาในการให้บริการรถกอล์ฟไฟฟ้าและรถม้า ลงในเว็บไซต์ของบึงบอระเพ็ด				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว วรชมน อัจฉรวรรณ เกิดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2529 ที่จังหวัดนครสวรรค์ ได้รับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คณะศิลปศาสตร์ วิชาเอกธุรกิจ ภาษาจีน เมื่อปี พ.ศ. 2551 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2554



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY