

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด 2) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

1. การศึกษาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด
2. การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

#### 1. การศึกษาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

การวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนจนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเกิดการยอมรับและเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้บริหารชุมชน ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ประกอบด้วยนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลน้ำเขียว รองนายกเทศบาลตำบลน้ำเขียว จำนวน 2 คน และกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จำนวน 3 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว รวมทั้งหมด 5 คน ดังนี้

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

#### 1.1 การตลาดผ่านบุคคล

“ด้วยความที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้จดทะเบียนขึ้นเป็น วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ และเอกชน เพื่อเข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ทางวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จึงได้รับการสนับสนุนให้ไปออกบูธตามงานกิจกรรมต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ทำให้ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ได้มีโอกาสติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง ผ่านงานมหกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จัดตามสถานที่ต่างๆทั่วประเทศ “กิจกรรมการออกบูธของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ตามงานมหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้นทั่วประเทศ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวสามารถนำเสนอและสร้างความรู้จักให้กับนักท่องเที่ยว ว่ามีพื้นที่การท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และทำให้นุเคราะห์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด สามารถรับรู้ถึงอารมณ์ ความรู้สึก และความสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาสนใจสอบถามที่บูธได้โดยตรง ข้อมูลติดต่อเบอร์โทรศัพท์ของนักท่องเที่ยวที่ได้จากภายในงาน ก็สามารถติดต่อ สอบถาม ขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ทั้ง 2 ฝ่าย รวมทั้งการส่งข้อมูล รูปภาพกิจกรรม รายละเอียดของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว ก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับข้อมูลได้อย่างที่ต้องการ รวมทั้งสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว ไปยังกลุ่มเพื่อนฝูง ครอบครัว และเครือข่ายคนรู้จัก เพื่อสามารถชักชวนให้มาเที่ยวที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวด้วยกัน ทำให้เกิดฐานลูกค้านักท่องเที่ยวจากกิจกรรมการออกบูธเป็นอย่างมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การออกบูธตามงานกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆทั่วประเทศ ทำให้ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้สามารถติดต่อกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง รวมทั้งสามารถขอข้อมูลพื้นฐาน เช่น ชื่อที่อยู่ และเบอร์โทร จากการลงทะเบียนของผู้ที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมบูธของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทำให้สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลกันได้โดยตรง และรับรู้ถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย “จากกิจกรรมการออกบูธ ทำให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งทางด้านข้อมูล เบอร์โทรศัพท์ รวมทั้ง LINE ทำให้สามารถติดต่อสื่อสาร และสร้างความสนิทสนมต่อกันเพิ่มขึ้น หากมีความสงสัย หรือต้องการข้อมูลใดๆ ของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว ก็สามารถติดต่อสอบถาม และขอข้อมูลได้ตลอดเวลา เป็นการสะดวกทั้งนักท่องเที่ยว และบุคลากรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวเอง ที่สามารถติดต่อสื่อสารข้อมูลถึงกันโดยตรงได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งข้อมูลดังกล่าวยังสามารถกระจายไปยังเครือข่ายของนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลแล้วส่งต่อไปได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“จากการพูดคุยสอบถามข้อมูลของนักท่องเที่ยว สามารถทำให้เข้าใจถึงความต้องการ และความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด สามารถนำเสนอข้อมูล และแสดงสิ่งที่น่าสนใจของชุมชนบ้าน

น้ำเขียว จังหวัดตราด ให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง และสามารถแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดเห็นต่อกันได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“นอกจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด แล้ว ยังสามารถให้ข้อมูลข่าวสารกลับบริษัทท่องเที่ยว หรือ ชุมชนการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่อยู่ในงานได้อีกด้วย โดยเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน และขยายเครือข่าย รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าร่วมกัน ได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“การแลกเปลี่ยนเบอร์โทร ระหว่างวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด กับนักท่องเที่ยว สามารถพูดคุย สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม หลังจากจบงานกิจกรรมออกบูธแล้ว โดยการโทรศัพท์ติดต่อสอบถาม พูดคุยระหว่างกัน และส่งข้อมูลรูปภาพรายละเอียดอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชัน LINE เพิ่มเติมได้อีก ทำให้มีการติดต่อสื่อสารต่อเนื่อง หลังกิจกรรมออกบูธอีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านการตลาดผ่านบุคคล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การตลาดผ่านบุคคลของชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน องค์กรทางด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เนื่องด้วยวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด การได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ได้รับข้อมูล และการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวได้รับโอกาสในการไปออกบูธ เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ในงานมหกรรมทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้นทั่วประเทศ ทำให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด สามารถนำเสนอไปยังนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยว ที่เข้าร่วมงานมหกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ซึ่งสามารถรับรู้ ข้อมูลข่าวสารได้โดยตรง รวมทั้งสามารถรับรู้ถึงความรู้สึก ความสนใจของนักท่องเที่ยวได้จากการพูดคุย สอบถาม และสามารถขอข้อมูลการติดต่อสื่อสาร เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ทำให้สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ เมื่อมีความสนใจ อยากรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เพิ่มเติม

ก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก และมีความสัมพันธ์ด้านการติดต่อสื่อสารกันเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถขยายความสนใจการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ไปยังเครือข่ายสังคม และครอบครัวของนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมบูธของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดได้อีกด้วย

## 1.2 การประชาสัมพันธ์

“การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูล และกิจกรรม ของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ได้จัดทำอยู่อย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ ผ่านช่องทาง และเครือข่ายทางการประชาสัมพันธ์ที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราดมี ไม่ว่าจะเป็นหน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราดเอง ข่าวประชาสัมพันธ์ ของสำนักประชาสัมพันธ์ จังหวัดตราด รวมทั้งข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ด้านต่างๆ ตามแต่วาระ และกิจกรรม เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ไปยังฐานข้อมูลประชาชนที่แต่ละเครือข่ายองค์กรมีส่วนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ในช่องทางสื่ออื่นๆ จะใช้เครือข่ายองค์กรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการของภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชน รวมทั้งองค์กรมหาชนที่มีความสัมพันธ์สนับสนุน ส่งเสริมกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด อยู่อย่างสม่ำเสมอ ตามแต่วาระ โอกาสกิจกรรมของแต่ละองค์กรนั้นๆ การประสานให้ข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว กับสำนักประชาสัมพันธ์ จังหวัดตราด มีการประสานข้อมูลกันอยู่เสมอ ตามแต่วาระ และกิจกรรมที่ทางจังหวัดตราด ต้องประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนต่างๆ ในจังหวัดตราด โดยข้อมูลข่าวสารจะเป็นรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านจดหมายข่าวประชาสัมพันธ์ ของสำนักประชาสัมพันธ์ จังหวัดตราด ไปยังสำนักประชาสัมพันธ์ของจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ทั้งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวชุมชนเองก็ดี หรือข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ประเพณีต่างๆ ที่จัดขึ้น ณ ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด จะมีการนำเสนอผ่าน หน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด อยู่เป็นประจำ และสม่ำเสมอ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร และภาพกิจกรรม พิธี ประเพณีต่างๆ ของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ไปยังเครือข่ายออนไลน์ที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลข่าวสาร ของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ที่เป็น

ช่องทางที่ได้รับความนิยมในการค้นหาข้อมูลในปัจจุบัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เช่น กรมการท่องเที่ยว (DEPARTMENT OF TOURISM) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน:อพท.) มีการนำข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ไปลงเผยแพร่ในเว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของหน่วยงานองค์กรนั้น สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้อีกทางด้วย ซึ่งข้อมูลข่าวสาร แต่ละกิจกรรมจะประสานงานนำเสนอ ตามแต่วาระของหน่วยงานองค์กรนั้นๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเขียวไปยังประชาชนผ่านช่องทางสื่อโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนจำนวนมาก ที่จะทำให้ประชาชนทราบถึงข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว โดยทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้ใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายที่มี เช่น หน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดเอง และเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านทางข่าวประชาสัมพันธ์ของจังหวัดตราด เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ของบ้านน้ำเขียว เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในวงกว้าง จากเครือข่ายที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดมี” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดได้ทำการลงรูปภาพ ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ผ่านหน้าเพจ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อยู่เป็นประจำ สม่ำเสมอ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของชุมชนบ้านน้ำเขียว ที่มีอยู่ตลอดปี ให้กับสมาชิกผู้กดติดตามเพจกว่า 4,800 คน ซึ่งสามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร ไปยังเครือข่ายของผู้กดติดตามเพจได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิต สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน โดยอาศัยเครือข่ายการท่องเที่ยวที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดเป็นสมาชิกและร่วมเป็นเครือข่ายช่วยเหลือ นำเสนอข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการหลัก และพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดมีลักษณะเป็นการส่งเสริมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับบริบทของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้และเข้าใจตระหนักถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยว และยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศกดติดตามเพจ Face book ซึ่งสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวชุมชนไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้กดติดตามนั้นๆ ได้อย่างรวดเร็ว และยังพบอีกว่า เครือข่ายการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ทั้งหน่วยงานราชการของภาครัฐ หน่วยงานเอกชน รวมถึงองค์กรมหาชน ที่มีความสัมพันธ์ และสนับสนุนชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด การสนับสนุนด้านต่างๆ นั้นจะขึ้นอยู่กับวาระของหน่วยงาน หรือองค์กรที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์พันธกิจหรือกิจกรรมที่ต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด

### 1.3 การโฆษณา

“วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ได้จัดคลิปวิดีโอฟรีเซนต์ รายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ในด้านต่างๆ รวมทั้งเบอร์โทรศัพท์ติดต่อสอบถาม ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด บนคลิปวิดีโอที่มีความยาว 35 วินาที เล่มจำนวนอยู่ตลอดเวลา ที่ด้านบนสุดของหน้าเพจ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เพื่อกระตุ้นความสนใจ และดึงดูดการตัดสินใจ โดยมีข้อมูลกิจกรรมด้านต่างๆ และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ สำหรับนักท่องเที่ยว หรือ ผู้ที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด อยู่ตลอดเวลา” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“จากการลงคลิปวิดีโอกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ที่ด้านบนสุดของหน้าเพจ วิชาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทำให้มีนักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด โทรศัพท์เข้ามาสอบถามรายละเอียด และขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเบอร์โทรศัพท์ที่ลงไว้ในคลิปวิดีโอ ทำให้สามารถสื่อสารพูดคุย ให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถติดต่อ สอบถาม ประสานงานระหว่างกันในเวลาต่อไปได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“ด้วยการที่มีผู้สนใจโทรศัพท์เข้ามาสอบถามจากเบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ในคลิปวิดีโอ บนหน้าเพจ Face book วิชาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทำให้สามารถขอรายละเอียด ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจโทรศัพท์เข้ามา เพื่อสามารถสร้างเครือข่ายนักท่องเที่ยวขึ้นอีกช่องทาง บริเวณพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้จัดทำป้ายชื่อ ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ไว้ริมถนน บริเวณก่อนถึงชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และบริเวณพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวเอง เพื่อสร้างความสะดวกให้กับผู้ใช้เส้นทางเดินทางผ่านไปมาของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ที่มีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นชุมชนติดถนนสายหลักเส้นทางสุขุมวิท อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“ป้ายบอกระยะทางมาชุมชนบ้านน้ำเขียว มีอยู่ริมถนนเส้นทางที่จะเดินทางมาถึงชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีอยู่เป็นระยะ หลังจากเดินทางออกจากตัวเมืองตราดสู่เส้นทางอำเภอแหลมงอบ ที่เป็นเส้นทางสุดถนนสายสุขุมวิท จะมีอยู่เป็นระยะช่วงก่อนถึงชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และเมื่อถึงบริเวณชุมชนบ้านน้ำเขียว จะมีป้าย ถึงแล้วฮิ บ้านน้ำเขียว ขนาดใหญ่ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิทที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้รู้ถึงบริเวณชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“นอกจากการกระตุ้นความสนใจบน ด้านบนสุดของหน้าเพจ Face book วิชาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และ ป้ายชื่อชุมชนบ้านน้ำเขียว ขนาดใหญ่แล้ว วิชาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดยังได้รับการสนับสนุนโฆษณาการท่องเที่ยวชุมชน ของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. อยู่บ้าง ตามแต่นโยบาย และงบประมาณขององค์กรหน่วยงานนั้นๆ ที่มีวาระ

โฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนต่างๆ ภายในประเทศไทย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการโฆษณา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การโฆษณาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ชุมชนมีการจัดทำโฆษณาตามความเหมาะสมตามงบประมาณของวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่ รวมถึงการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานองค์กรด้านต่างของการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จัดทำตามความเหมาะสมสอดคล้องที่วิสาหกิจจะทำได้ โดยการใช้พื้นที่บนสุดของหน้าเพจ Facebook วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นการใช้พื้นที่โฆษณาที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาไปยังนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมเพจ Facebook วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่พอสมควร ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด สามารถสร้างฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้สามารถขยายไปตามเครือข่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีส่วนการจัดทำป้ายบอกสถานที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นงบประมาณจากหน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ที่ส่งผลให้ชุมชนบ้านน้ำเขียว เป็นที่สะดุดตาจากผู้เดินทางผ่านไปมาในด้านของหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับประเทศนั้นขึ้นอยู่กับวาระ งบประมาณ และนโยบายแต่ละช่วงที่หน่วยงานนั้นมี การโฆษณาของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นการโฆษณาที่ไม่ได้ใช้งบประมาณสูง ด้วยการดำเนินงานในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน การใช้งบประมาณจึงต้องเหมาะสมเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดจึงเลือกใช้หน้าเพจ Facebook วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เพื่อลงคลิปวิดีโอที่มีความยาว 35 วินาที เล่นวนซ้ำอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว ในกิจกรรมด้านต่างๆ ที่การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มี รวมทั้งเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อขึ้นไว้อยู่ตลอดเวลา เพื่อความสะดวกสำหรับผู้ที่สนใจติดต่อสอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม ส่วนการเดินทางมีป้ายแสดงว่านักท่องเที่ยวมาถึงถึงพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ใช้ป้ายขนาดใหญ่เขียนข้อความว่า "ถึงแล้วอิ บ้านน้ำเขียว" ซึ่งเป็นคำภาษาท้องถิ่นที่มีลักษณะโดดเด่น สะดุดตากับผู้เดินทางผ่านไปมา และการสนับสนุนการโฆษณาจากหน่วยงานองค์กรการท่องเที่ยวระดับประเทศ จะขึ้นอยู่กับวาระ นโยบาย และงบประมาณของหน่วยงานองค์กรนั้นๆ การดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว เป็น

การดำเนินงานของชุมชนจึงใช้งบประมาณด้านการโฆษณาไม่มากนัก ทั้งนี้เพราะในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเขียวไปสู่ประชาชนหรือนักท่องเที่ยว นั้น ชุมชนบ้านน้ำเขียวใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดเป็นเครือข่าย เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่ความน่าสนใจ และกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

#### 1.4 การตลาดผ่านสื่อออนไลน์

“การทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ช่องทางที่สำคัญ และได้ความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าผู้คนเป็นจำนวนมาก สะดวก รวดเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่าย ทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จึงจัดทำหน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดทำข้อมูลข่าวสาร นำเสนอไปสู่สาธารณชน ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นที่ยอมรับของยุคสมัย ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม แพคเกจราคาทริปการท่องเที่ยว และที่พัก สามารถนำเสนอไว้ได้บนหน้าเพจ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และสามารถอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว สะดวกง่ายดาย นอกจากนี้ยังมีช่องทางการสื่อสารด้วยแอปพลิเคชัน LINE ที่สามารถส่งข้อมูลโดยตรงระหว่างบุคคล รวมทั้งกลุ่มต่างๆ ในแอปพลิเคชัน LINE ที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีข้อมูลอยู่ด้วยเช่นกัน “ช่องทางการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของ ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะใช้ช่องทางที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดมี คือ หน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดเป็นหลัก และส่งเสริมให้ข้อมูลผ่านทางแอปพลิเคชัน LINE เพื่อสื่อสารให้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม รวมทั้งสามารถพูดคุยติดต่อรายละเอียดระหว่างกันได้ละเอียดเพิ่มขึ้น เพื่อช่วยให้การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด นอกจากนี้ยังได้รับการนำเสนอจากนักกริวิการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่ติดตามนักกริวิการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์คนนั้นๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่แต่ละคนมี ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญอีกช่องทางหนึ่งด้วย ถือเป็นทำการตลาดที่เข้ากับความนิยมในยุคสมัย และไม่ได้มีค่าใช้จ่ายที่ใช้งบประมาณของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มากเกินไป แต่ส่งไปในวงกว้าง และได้รับความนิยม” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นการทำการตลาดผสมผสาน โดยใช้หน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นแหล่งให้ข้อมูลหลัก เมื่อนักท่องเที่ยวได้โทรศัพท์เข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทางผู้ดูแลเบอร์โทรศัพท์ติดต่อจะอนุญาตแอดบัญชีแอปพลิเคชัน LINE เพื่อความสะดวกในการส่งข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลชุมชน ข้อมูลกิจกรรม ข้อมูลเรทราคาทริปท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งพิกัดแผนที่เส้นทางการเดินทางมายังชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ผ่าน QR CODE ที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดได้จัดทำขึ้นเพื่อความสะดวกในการเดินทางมายังชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดได้อีกด้วย และพบว่านอกจากการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ด้วยช่องทางของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดเองแล้ว และยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ยังเป็นช่องทางในการสื่อสารที่ได้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปทำการรีวิวกดติดตาม และกดแชร์ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวของวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยว กระทั่งบนเว็บไซต์พันทิพย์ รวมถึงช่อง YouTube ที่นักท่องเที่ยว หรือนักรีวิวการท่องเที่ยวคนนั้นๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด และทำรายการนำเสนอ และเขียนรีวิวบนช่องทางออนไลน์ต่างๆ ก็มีส่วนช่วยให้การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด อีกทางหนึ่งด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลผ่านหน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นช่องทางหลักที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ไปในวงกว้าง จึงมีการอัปเดตข้อมูล ลงรายละเอียดภาพกิจกรรม รวมทั้งข้อมูลรายละเอียดสำหรับความสะดวกในการติดต่อสอบถาม จึงมีผู้ดูแลหน้ารับผิดชอบข้อมูลข่าวสารของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อยู่เป็นประจำ เพื่อความสะดวกรวดเร็วสำหรับการได้รับข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อีกทั้งยังต้องเรียนรู้หาความรู้ความชำนาญในการสร้างรูปแบบสื่อบนหน้าเพจ Face book วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ให้เพิ่มพูนทันสมัย ไม่ว่าจะด้วยการอบรมการสร้างสรรคสื่อต่างๆ ที่มีหน่วยงานจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และเรียนรู้ สอบถามจากลูกหลาน วัยกำลังศึกษา ที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์อีกทางหนึ่งด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“เมื่อมีการติดต่อสอบถามผ่านเบอร์ที่อยู่บนหน้าเพจ Facebook วิชาทกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ผู้ดูแลเบอร์โทรติดต่อ จะขออนุญาตแอดบัญชีแอปพลิเคชัน LINE เพื่อสามารถส่งข้อมูลต่างๆ รวมทั้งสามารถทำการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันได้ดีขึ้น โดยข้อมูลที่ส่งผ่านแอปพลิเคชัน LINE จะเป็นข้อมูลข่าวสารรายละเอียดของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เช่น แผนที่การเดินทางผ่าน QR CODE ที่สามารถระบุพิกัดที่ตั้งของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด การแผนที่บน GOOGLE MAP ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางมายังชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้ง่ายขึ้น QR CODE รายละเอียดที่พักโฮมสเตย์ที่ต่างๆ ในชุมชนบ้านน้ำเขียว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกที่พักโฮมสเตย์ที่เหมาะสมกับความชอบและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มบุคคล สอบถามข้อมูล หรือ ข้อเสนอสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด นอกจากนี้ยังสามารถติดต่อสอบถามเพื่อปรับปรูปการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดและเวลาของกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“การติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน LINE สามารถทำได้ทั้งระหว่างบุคคล และกลุ่มบุคคล วิชาทกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ที่มีเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนในด้านต่างๆ ก็สามารถส่งข้อมูล กิจกรรม เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนอื่นๆ ทั่วประเทศที่อยากมาศึกษาดูงานที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด กลุ่มบริษัททัวร์ที่ต้องการจัดทริปการท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดแล้วต้องการส่งข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดต่อไป แอปพลิเคชัน LINE เป็นช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ ของวิชาทกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อีกช่องทางที่สามารถไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวในวงกว้างได้ การจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการตลาดออนไลน์ ของวิชาทกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีความสำคัญ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อม และจัดทำข้อมูลให้สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง การจัดเตรียมข้อมูลต้องมีการฝากข้อมูลไว้ในระบบของ GOOGLE เมื่อมีการส่งข้อมูล QR CODE ไปยังนักท่องเที่ยวแล้ว จะได้มีความถูกต้องของข้อมูล เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาสำหรับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และเป็นเครื่องมือการสื่อสารและเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายในปัจจุบัน การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารประสิทธิภาพสูง และมีราคาถูก และง่ายต่อการใช้งาน ทำให้วิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวสามารถใช้เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเพจ Face book ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว หรือ แอปพลิเคชัน LINE ที่ช่วยให้ความสะดวกรวดเร็ว ในการรับส่งข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวไปยังนักท่องเที่ยวได้โดยตรงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แพคเกจ และราคา รายการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ทั้งแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือพักค้างคืน โดยโฮมสเตย์ แผนที่ สถานที่สำคัญ รวมทั้งรูปแบบเส้นทางที่จะเดินทางมายังชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว สามารถสื่อสารได้อย่างสะดวกและมีความรวดเร็ว และพบว่า การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และกลุ่มบุคคลในปัจจุบัน เนื่องด้วยเป็นสื่อที่ทุกคนเข้าถึงได้ง่าย สามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด สื่อออนไลน์ เช่น เพจ Face book, LINE จึงเป็นสื่อหลักที่เป็นแหล่งข้อมูล รายละเอียดต่างๆ และ เบอร์โทรศัพท์ สำหรับติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปที่เข้ามาค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ทำให้ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวกระจายออกไปในวงกว้าง และเมื่อมีการติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านการโทรศัพท์ ก็สามารถแอดบัญชีแอปพลิเคชัน LINE เพื่อการสอบถามข้อมูลรายละเอียดสำคัญด้านอื่น เช่น แผนที่การเดินทางมายังชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด รายละเอียดบ้านที่พักโฮมสเตย์แต่ละหลังของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด และรายละเอียดต่างๆ จากผู้ให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างละเอียดอีกด้วย อีกทั้งยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนแล้วจะทำการการรวิวจึงถึงการบริการที่ดีมีคุณภาพ ทำให้กลุ่มเพื่อนหรือผู้ติดตามของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทราบ ทำให้ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และได้รับการติดต่อสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์จากนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ

### 1.5 การตลาดทางตรง

“การติดต่อสื่อสารโดยตรงของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตรากับนักท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ได้ผลตอบสนองไว และสามารถทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง เพื่อความเข้าใจถูกต้องร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ซึ่งส่งผลให้การตัดสินใจเป็นไปได้อย่างคล่องตัว และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้สึกต่อกันได้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยระหว่างกันขณะที่มีกิจกรรมออกบูธ การพูดคุยโทรศัพท์ระหว่างกัน หรือการติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวง่ายขึ้น“นอกจากได้โทรศัพท์พูดคุยกับนักท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว ทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก จะขออนุญาตแอดบัญชีแอปพลิเคชัน LINE กับนักท่องเที่ยว เพื่อส่งข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้รับรายละเอียดของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก เพื่อช่วยในการประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลโดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน LINE กับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตรากได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การออกบูธตามงานมหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วประเทศ ที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ได้เข้าร่วม ทำให้ได้พบกับนักท่องเที่ยวมากมาย และมีความหลากหลายตามแต่ละมหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้น ซึ่งทำให้การการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ได้นำเสนอข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวต่างๆ ได้โดยตรง สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยน รับรู้อารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวได้โดยตรงต่อหน้า ทำให้สามารถพูดคุยทำความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ได้เป็นอย่างดี“การติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน LINE มีส่วนช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันของนักท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก มีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถโต้ตอบ ทำความเข้าใจระหว่างกันได้ ด้วยทั้งสามารถพิมพ์ส่งข้อความ โทรศัพท์ผ่านระบบของแอปพลิเคชัน LINE รวมทั้งการวิดีโอคอล ของแอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันมีความเข้าใจชัดเจน และสามารถช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตรากได้ง่ายขึ้น จากการติดต่อสื่อสารพูดคุยกันได้โดยตรงนอกจาก QR CODE บอกระเบียบการเดินทางแล้ว หากนักท่องเที่ยวสนใจ เข้าที่พักโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก ยังมี QR CODE ของบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังของพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ดูและสามารถตัดสินใจเพื่อ

เลือกที่ปักโฮมสเตย์ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ผ่านการส่งข้อมูลทางแอปพลิเคชัน LINE ได้ด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“นอกจากจะได้พบกับนักท่องเที่ยวโดยตรงจากออกบูธแล้ว วิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ยังสามารถได้ข้อมูลชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของนักท่องเที่ยวที่ ลงทะเบียนเข้างาน และที่เข้ามาเยี่ยมชมบูธของวิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อีกด้วย ซึ่งทางวิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะมีการโทรศัพท์ไปสอบถาม และนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เพื่อที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจ เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จากการพูดคุยโทรศัพท์อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่ง สามารถพูดคุยรับรู้ความรู้สึก และสร้างความเข้าใจในกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้เช่นกัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“กิจกรรมการออกบูธของวิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด นอกจากจะได้พบปะกับนักท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว การได้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ สามารถทำให้ได้โทรศัพท์ติดต่อพูดคุยโดยตรง รวมถึงการแอดบัญชีแอปพลิเคชัน LINE เพื่อติดต่อพูดคุยเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียด ระหว่างวิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งทำให้สามารถติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกันได้โดยตรง และสามารถชักชวนสรุปการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“ข้อมูลที่ส่งผ่านแอปพลิเคชัน LINE ให้นักท่องเที่ยว จะเป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถ เปิดดู ตรวจสอบได้ตามสะดวกที่ต้องการ ซึ่งมีข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมา ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้โดยง่าย คือ QR CODE แผนที่บอกพิกัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคนว่าจะสามารถเดินทางมาเส้นทางใดจากระบบแผนที่ GOOGLE MAP” (ผู้ให้ สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการตลาดทางตรง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน วิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด มีการตลาดทางตรงที่เกิดจากกิจกรรมที่วิทยาสหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดมีการออกบูธแนะนำการท่องเที่ยวตามงานมหกรรม

ห้องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้นทั่วประเทศ ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดได้มีโอกาสพบปะพูดคุยเพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในงานกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดโดยตรง การสื่อสารกันโดยตรงสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจได้ง่าย และชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวสามารถรับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน การสื่อสารการตลาดโดยตรงจากการพบปะพูดคุยผ่านกิจกรรมการออกบูธตามงานมหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ยังพบว่า กิจกรรมการพบปะพูดคุยดังกล่าว วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนยังสามารถทราบข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวเพื่อทำการสื่อสารการตลาดโดยตรง เช่น เบอร์โทรศัพท์ แอปพลิเคชัน LINE Face book E-mail ฯลฯ วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนสามารถส่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้สะดวกและรวดเร็ว ทำให้วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้โดยตรง ทำให้ทราบถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถตอบโต้ข้อมูลความคิด และความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ และตัดสินใจมาท่องเที่ยวชุมชนที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

#### 1.6 การส่งเสริมการขาย

“การแจกมอบใบจากของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ถือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทดลองทำसानงอบใบจากด้วยตัวเอง จากการสาธิตแนะนำของผู้ทำอาชีพसानงอบใบจากขายของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถसानงอบใบจากได้ด้วยฝีมือตัวเอง ซึ่งบางคนสามารถทำได้ดี ออกมาสวย บางคนทำไม่สวย แต่การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จะให้นักท่องเที่ยวได้เลือกอบใบจากที่ตนเองसान หรือไปที่คนผู้ประกอบอาชีพसानงอบขายเป็นคนทำให้ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวท่านนั้นๆ” การแจกมอบใบจาก และการลดราคาต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม แต่ละสถานการณ์ไปนั้น มีส่วนเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดี แต่อีกกิจกรรมหนึ่งที่กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด คือ การร่วมสมทบทุนเพื่อเพาะพันธุ์สัตว์น้ำให้กับชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ซึ่งสามารถร่วมสมทบทุนได้ที่ 20 บาทเพื่อปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำให้กับธรรมชาติจากธนาคารสัตว์น้ำ ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้สิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้อีกทางหนึ่งด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีกิจกรรมส่งเสริมการขายของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด อยู่บ้างตามแต่สถานการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด แต่ละคน แต่ละหมู่คณะ ซึ่งหลายๆ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะเป็นการแถมมอบไปจาก ให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ส่วนกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ เช่นการลดราคาแพ็คเกจจ้อหัว ต่อคนของนักท่องเที่ยว จะขึ้นอยู่กับการพูดคุยตกลงจองทริปการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ตามแต่ละสถานการณ์การไป ส่วนการให้ของที่ระลึกของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะจัดทำให้ตาม โอกาส และทรัพยากรที่จัดทำเป็นของที่ระลึกในขณะช่วงเวลานั้นๆ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การลดราคาค่าท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะมีการทำการลดราคาตามแต่สถานการณ์ และความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกินกว่า 10 คน แล้วขอลดราคาค่าท่องเที่ยวต่อคนลงจากราคา 990 บาทที่จะ ได้การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ครบทุกรูปแบบการท่องเที่ยว ทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดจะทำทำการลดราคาลงให้นักท่องเที่ยวตามความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในทริปนั้นๆ ตามความเหมาะสมไป เพื่อดึงดูดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละทริปของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆ และช่วยในการตัดสินใจเพิ่มจำนวนผู้ร่วมทริปของนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น“กิจกรรมร่วมสมทบทุนพันธุ์สัตว์น้ำ ให้กับธนาคารสัตว์น้ำ ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้สึกมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้เป็นอย่างดี และได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“ธนาคารสัตว์น้ำบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้ในการจัดทำจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี ที่จะต้องจัดทำและดำเนินการในรูปแบบใด เริ่มจากคนในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดให้ความร่วมมือไม่จับสัตว์น้ำขนาดเล็กวัยอนุบาล จับสัตว์ขนาดใหญ่ที่โตเต็มที่แล้ว รวมทั้งละเว้นการจับสัตว์น้ำในฤดูวางไข่ เพื่อรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์ ด้วยชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นชุมชนพื้นที่ติดปากแม่น้ำออกสู่ทะเล การรักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางอาหารทะเล และทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดที่มีกิจกรรมเที่ยวชมความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของชุมชน รวมทั้งอาหารทะเลที่จัดเลี้ยงนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวชุมชนพร้อมรับประทานอาหาร ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติด้านอาหารทะเลจึงมีความสำคัญ เมื่อเกิดความร่วมมือไม่จับสัตว์น้ำขนาดเล็ก และไม่จับสัตว์น้ำในฤดูวางไข่แล้ว ทำให้ทรัพยากรสัตว์น้ำของชุมชนบ้านน้ำเขียวมีความอุดมสมบูรณ์ สามารถจะหาอาหารจากท้องถิ่นทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจรับประทานอาหารที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดได้โดยไม่ต้องหาซื้อทรัพยากรอาหารจากนอกพื้นที่ของชุมชนบ้านน้ำเขียวแล้ว การจัดทำธนาคารสัตว์น้ำ จึงเป็นการต่อยอดความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำของบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย และเมื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวได้สมทบทุนร่วมเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ เริ่มต้นที่ 20 บาท ก็ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“กิจกรรมส่งเสริมการขายของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดที่มีการลดราคาค่าทริปท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด รายบุคคล และการแถมงอบใบจาก ให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนที่ร่วมทำกิจกรรมสานงอบใบจาก ช่วยเพิ่มความสนใจและจำนวนนักท่องเที่ยวได้ระดับหนึ่ง เมื่อมีกิจกรรมการร่วมสมทบทุนเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ ธนาคารสัตว์น้ำ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ก็ได้รับความนิยมและการได้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ จะขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ที่มีขณะนั้น เพื่อสร้างความน่าสนใจ และกระตุ้นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวชุมชนในชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ทั่วทั้งในประเทศ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามบริบท หรือความเหมาะสมของสถานการณ์ในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง แต่ละฤดูกาล และทรัพยากรในการบริหารจัดการในขณะนั้นๆ และพบว่า การส่งเสริมการขายมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจ และการกระตุ้นความสนใจ และช่วยเสริมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดให้เพิ่มจำนวนขึ้น เช่น การแจกของไปจากให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ความรู้ในการสานองอบไปในตัว และพบอีกว่า การส่งเสริมการขายในส่วนของตลาดราคากิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว นั้นชุมชนจะมีการประชุมเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันทำให้กิจกรรมการตลาดเป็นไปตามกำหนดจึงไม่มีการลดราคาที่เป็นการแข่งขันนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังพบอีกว่า การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน แต่ส่วนต่างของราคาที่ลดให้กับนักท่องเที่ยว นั้นชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจะจัดกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ให้นักท่องเที่ยวสมทบทุนร่วมเพาะพันธุ์สัตว์น้ำกับธนาคารสัตว์น้ำของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมในอนุรักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนของการลดราคาจึงกลายเป็นเงินบริจาคเพื่อเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบของการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนอันเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ได้อีกทางหนึ่ง

### 1.7 การตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น

“วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด เป็นหน่วยงานที่จดทะเบียนกับสำนักงานเกษตรจังหวัดตราด ได้รับการรับรองตามกฎหมาย จึงสามารถได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหน่วยงานภาครัฐที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ในด้านต่างๆ เพื่อที่จะสามารถทำให้การท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ดำเนินการขับเคลื่อน ดูแลตัวเองได้ เพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นปัจจัยหนึ่งของนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดตราด หากมีโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนโครงการใดๆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราดจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐของโครงการนโยบายนั้นๆ ซึ่งด้วยการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ของหน่วยงานราชการ ที่มีการจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ตามแต่

นโยบายและงบประมาณของหน่วยงานราชการนั้นๆ ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดจะได้รับประโยชน์จากโครงการต่างๆ นั้นๆ ด้วยเป็นนโยบายของรัฐบาล จึงมีการสนับสนุนที่เป็นรูปแบบทางการ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในพื้นที่จังหวัดตราด เป็นอย่างดี เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมของโครงการต่างๆ นั้นๆ ส่วนโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหน่วยงานอื่นๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. ก็มีการสนับสนุนเข้ามาด้วยเช่นกัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“โครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ผ่านทางหน่วยงานภาครัฐจะมีขึ้นตามนโยบาย และงบประมาณของหน่วยงานราชการนั้นๆ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะได้เข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนในด้านต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมามีโครงการ โครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงมหาดไทย ที่ส่งเสริมชุมชนได้ด้านผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของความเป็นตัวตนของชุมชนนั้นๆ ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดก็ได้เข้าร่วมโครงการนี้ด้วย หรือโครงการ บวร (บ้าน วัด โรงเรียน) On Tour ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน ของชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ ที่มีวิถีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ก็ได้เข้าร่วมโครงการนี้ เช่นกัน ซึ่งโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหน่วยงานราชการ ก็ขึ้นอยู่กับนโยบาย และงบประมาณของหน่วยงานราชการนั้นๆ แต่หากโครงการของหน่วยงานราชการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน และวิถีชีวิตชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จะได้รับการสนับสนุนเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานราชการ ของรัฐบาลอยู่อย่างสม่ำเสมอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2563)

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. เป็น องค์กรมหาชน ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่อย่างสม่ำเสมอ ขึ้นอยู่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใด ซึ่งหากเป็นนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรมหาชน ด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวมาด้วยเช่นกัน กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรมหาชน ด้านการท่องเที่ยว จะมาในรูปแบบต่างๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน เช่น การสนับสนุนให้การท่องเที่ยวชุมชนได้ออกบูธแสดงผลผลิตและกิจกรรม

ของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ในมหกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่องค์การมหาชน ด้านการท่องเที่ยวนั้นจัดขึ้น หรือการโปรโมตการท่องเที่ยวชุมชนให้บริษัททัวร์ต่างๆ ที่มีความสนใจการท่องเที่ยววิถีชุมชน รวมถึงการนำบริษัททัวร์เข้าเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เพื่อให้คำแนะนำ และ ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้กับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดอีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“ซึ่งจากการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ของ องค์การมหาชน ด้านการท่องเที่ยวต่างๆ นั้น ทำให้วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้มีเครือข่ายของบริษัทด้านการท่องเที่ยว ที่เป็นหน่วยงานเอกชน ซึ่งจะมีกลุ่มฐานนักท่องเที่ยวของแต่ละบริษัทอยู่ จะมีการจัดการท่องเที่ยวของบริษัทนั้นๆ มาลงพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดอยู่บ้าง ตามรูปแบบฤดูกาลของการจัดการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์นั้นๆ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์ ที่เป็นบริษัทเอกชน จะมีอยู่บ้าง ตามแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทนั้นๆ ที่จะจัดขึ้นตามฤดูกาลท่องเที่ยวต่างๆ ภายในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศไทยนอกจากการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จะจัดกิจกรรมทางการตลาดของตัวเองแล้ว ยังมีกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ อีกด้วย เช่นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งองค์การมหาชน ที่ต่างมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของแต่ละองค์กร โดยหาพื้นที่ชุมชนการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศเข้าร่วมโครงการขององค์กรนั้นๆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดก็จะเข้าร่วมโครงการตามแต่ความเหมาะสมของแต่ละโครงการ เพื่อให้เกิดแนวร่วมเครือข่ายแนวร่วมกิจกรรมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด กับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆ อีกด้วย เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายสำหรับการท่องเที่ยว และการบริการภายในประเทศไทยกับหน่วยงานองค์กรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นพันธมิตรส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่มีพื้นที่การท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศไทย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2563)

“การทำการตลาดและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด มีการจัดกิจกรรมอยู่สม่ำเสมอตามแผน นโยบายและงบประมาณของหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน รวมทั้งองค์การมหาชน ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีโครงการนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนขึ้น ตามแต่สถานการณ์และนโยบายบวงบประมาณของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

ได้มีส่วนร่วมกับโครงการต่างๆ ได้อย่างชัดเจน เนื่องด้วยการจดทะเบียนขึ้นเป็น วิสาหกิจชุมชน อย่างชัดเจน มีกฎหมายรับรอง สามารถดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่งผลให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัด ตราด สามารถขยายฐานนักท่องเที่ยวจากหน่วยงานอื่นๆ ภายนอกชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ได้อีกด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม 2563)

กล่าวโดยสรุป จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัด ตราด จำนวน 5 คน ในประเด็นหัวข้อเครื่องมือการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้าน การตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 คนให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทาง เดียวกัน กิจกรรมการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด เป็นกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐ และเอกชน รวมถึงองค์การมหาชน ด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากการดำเนินการด้านการ ท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด เป็นการจดทะเบียนขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จึงได้รับการสนับสนุน การรับรองกิจกรรมต่างๆ ว่าชุมชนบ้านน้ำเขียว เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ถูกต้องตามกฎหมาย การได้รับการสนับสนุนและการรับรองดังกล่าว เป็นส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว และชุมชนบ้านน้ำเขียวสามารถดำเนิน กิจกรรม/โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มักจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐและภาคเอกชนตลอดเวลา ตามแต่นโยบายและงบประมาณของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งส่งผลให้ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดมีการขยายฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และ พบว่า การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราดในปัจจุบันให้ ความสำคัญกับการดำเนินงานการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น ในลักษณะเครือข่ายเนื่องจากเครือข่าย การท่องเที่ยวเป็นความร่วมมือของวิสาหกิจชุมชนบ้านน้ำเขียวกับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ มีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งยังพบอีกว่า การจัด กระบวนการต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้สามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ได้นั้น การตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านน้ำเขียวมีความรู้ มีความเข้าใจเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความ ร่วมมือ การตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นเป็นการเปิดโอกาสให้องค์กรและภาคส่วนต่างๆ ได้มี โอกาสเข้ามาดำเนินการร่วมกัน ตลอดจนเป็นการแบ่งปันทรัพยากรและความรู้ในด้านต่างๆ รวมถึง ค้นพบแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ และสังคมแห่งบรรยากาศ สمانฉันท์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีต่างๆ มีที่คุณภาพมากเพียงพอมาช่วยกัน ผลักดันการท่องเที่ยวชุมชนของวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

## 2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ในระหว่าง เดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน 2563 จำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามเพศ (N=400)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	164	41.00
หญิง	236	59.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 เป็นเพศชายจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามอายุ (N=400)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 10 ปี	12	3.00
อายุ 10 – 20 ปี	36	9.00
อายุ 20 – 30 ปี	46	11.50
อายุ 30 – 40 ปี	111	27.75
อายุ 40 – 50 ปี	126	31.50

ตารางที่ 2 (ต่อ)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ 50 – 60 ปี	55	13.75
อายุมากกว่า 60 ปี	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 40 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา มีอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมา มีอายุ 50 – 60 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 รองลงมา มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รองลงมา มีอายุ 10 – 20 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รองลงมา มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมีอายุต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามศาสนา (N =400)

ศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พุทธ	284	71.00
อิสลาม	106	26.50
คริสต์	10	2.50
ฮินดู	0	00.00
ซิกข์	0	00.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้นับถือศาสนาพุทธมากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา เป็นผู้นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ และไม่มีนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาฮินดูและซิกข์

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสาร การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามอาชีพ (N =400)

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	186	46.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	25.50
พนักงานบริษัทเอกชน	98	24.50
เจ้าของธุรกิจ	8	2.00
อาชีพอิสระ	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับราชการมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมามีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมามีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และมีอาชีพอิสระ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสาร การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามภูมิลำเนา (N =400)

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	78	19.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	82	20.50
ภาคกลาง	60	15.00
ภาคตะวันออก	96	24.00
ภาคใต้	84	21.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเหนือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามการศึกษา (N=400)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	00	00.00
ประถมศึกษา	56	14.00
มัธยมศึกษา	116	29.00
ปริญญาตรี	184	46.00
ปริญญาโท	28	7.00
ปริญญาเอก	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด จำแนกตามรายได้ (N=400)

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	64	16.00
10,000 – 15,000 บาท	128	32.00
15,001 – 20,000 บาท	106	26.50

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20,001 – 25,000 บาท	51	12.75
25,001 – 30,000 บาท	36	9.00
มากกว่า 30,000 บาท	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมา มีรายได้ 20,000 – 25,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 รองลงมา มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการตลาดผ่านจากบุคคล (N=400)

การตลาดผ่านจากบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.22	0.69	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.16	0.72	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.12	0.79	มากที่สุด	3
รวม	4.23	0.51	มากที่สุด	

จากตารางที่ 8 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

ด้านการตลาดผ่านจากบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.22$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.16$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.12$ )

**ตารางที่ 9** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการประชาสัมพันธ์ (N=400)

การประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.26	0.60	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.15	0.63	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.12	0.66	มากที่สุด	3
รวม	4.18	0.03	มากที่สุด	

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ผ่านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.18$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.26$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.15$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.12$ )

**ตารางที่ 10** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการโฆษณา (N=400)

การโฆษณา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.28	0.63	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.21	0.70	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.18	0.67	มากที่สุด	3
รวม	4.22	0.03	มากที่สุด	

จากตารางที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.28$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.21$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.18$ )

**ตารางที่ 11** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ผ่านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (N = 400)

	การตลาดผ่านสื่อออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1	ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.54	0.55	มากที่สุด	1
2	ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.46	0.55	มากที่สุด	2
3	ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.41	0.69	มากที่สุด	3
	รวม	4.47	0.02	มากที่สุด	

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.54$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.46$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.41$ )

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการตลาดทางตรง (N =400)

การตลาดทางตรง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.22	0.69	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.16	0.72	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.12	0.79	มากที่สุด	3
รวม	4.23	0.51	มากที่สุด	

จากตารางที่ 12 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการตลาดทางตรง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.22$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.16$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.12$ )

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ผ่านการส่งเสริมการขาย (N =400)

การส่งเสริมการขาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.16	0.72	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.15	0.75	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.12	0.79	มากที่สุด	3
รวม	4.14	0.03	มากที่สุด	

จากตารางที่ 13 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.16$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.15$ ) ความสะดวกในการจอง ทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.12$ )

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดผ่านกิจกรรมการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น (N=400)

การตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1 ความสะดวกในการได้รับข้อมูล	4.11	0.71	มากที่สุด	1
2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	4.09	0.71	มากที่สุด	2
3 ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว	4.07	0.75	มากที่สุด	3
รวม	4.09	0.02	มากที่สุด	

จากตารางที่ 14 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ผ่านกิจกรรมการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.09$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการได้รับข้อมูล ( $\bar{X} = 4.11$ ) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม ( $\bar{X} = 4.09$ ) ความสะดวกในการจองทริปท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.07$ )

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี