



กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางศุภาสินี บุญทำดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางศุภาสินี บุญทำดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**MARKETING STRATEGY FOR "DISCOTHEQUES RAFT" BUSINESS OWNER IN  
KANCHANABURI PROVINCE**

**By  
Supasinee Boonthumdee**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
Program of Entrepreneurship  
Graduate School  
SILPAKORN UNIVERSITY  
2010**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ กลยุทธ์ทางการตลาด  
ของผู้ประกอบการแพะเคในจังหวัดกาญจนบุรี ” เสนอโดย นางสาวภาสินี บุญทำดี เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาดมหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 1 เดือน กันยายน พ.ศ. 2553

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ)

25 / กรกฎาคม / 2553

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สันติภาพ คำสะอาด )

25 / กรกฎาคม / 2553

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

25 / กรกฎาคม / 2553

51602360: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ประกอบการ แพคเกจ

ศุภาสินี บุญทำดี : กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 114 หน้า.

งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจจังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 31 คน ได้แก่ ประธานสมาคมชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบการ เช่น ผู้ขับเรือลากแพ ดีเจประจำแพแพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเกิดขึ้น การดำรงอยู่ การปรับตัว กลยุทธ์ทางการตลาด วิธีการดำเนินธุรกิจแพแพแพ อุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจแพแพแพบริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึง ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถาน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการแพแพแพได้นำมาใช้ดังนี้คือ กลยุทธ์ทางการตลาด 8 Ps คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ขาย การส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และ ผลិតภาพ พบว่าปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการแพแพแพ คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ปัญหาทางมลภาวะทางเสียง ปัญหามลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น ยาเสพติด การพนัน เป็นต้น

จากผลการศึกษาพบว่า การประกอบธุรกิจแพแพแพในจังหวัดกาญจนบุรีสามารถทำรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรี เป็นอย่างมาก โดยมีผลประกอบการที่ดี รวมถึงจำนวนผู้บริโภครที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวแพแพแพเพิ่มขึ้น หน่วยงานรัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดเวทีสัมมนาเพื่อรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้จากการศึกษาสามารถทราบถึงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการได้นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจแพแพแพในจังหวัดกาญจนบุรีให้ยั่งยืนสืบไป

---

สาขาวิชาการประกอบการ      บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร      ปีการศึกษา 2553  
ลายมือชื่อนักศึกษา.....*ศุภาสินี บุญทำดี*.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....*พิทักษ์ ศิริวงศ์*.....

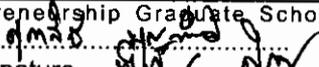
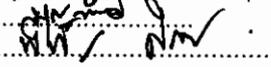
51602360: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD: MARKETING STRATEGIC, ENTREPRENEURSHIP, DISCOTHEQUES RAFT  
SUPASINEE BOONTHUMDEE: MARKETING STRATEGY FOR "DISCOTHEQUES  
RAFF" BUSINESS OWNER IN KANCHANABURI PROVINCE. THESIS ADVISOR:  
ASST.PROF.PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 114 pp.

This research aimed to study the strategy, business practice, the obstacles and the business solutions for discotheque raft along the Mae Klong River at Kanchanaburi Province. The qualitative research used was in depth interviews method with key data providers the chairman of mariner at Kanchanaburi, entrepreneur, tourists, boat drivers, DJ and surrounding people to determine the problems that arise. The result showed that the strategy marketing 8 P's Produce strategy marketing, Price, Place, Promotion, People, Process, Productivity and Physical Evidence has been adopted by the operators. The major problems of the discotheque raft are economic fluctuations, noise pollution, destroying the natural environment, waste, dumping of rubbish into the river, crime and various social problems such as drugs, gambling etc.

The results show that discotheque raft Business in Kanchanaburi Province makes very much revenue to the local people and Kanchanaburi province. The profit and number of consumers who use services has increased. The government and those involved should organize a problem forum which would include offering recommendations and practices to improve the business. In addition, the study can determine the strategies can be used in business to guide the sustainable discotheque raft business in Kanchanaburi province.

---

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010  
Student's signature.....  
Thesis Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ: จังหวัดกาญจนบุรี” สำเร็จลงได้ด้วยความสำเร็จเป็นอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยเริ่มจากการคิดชื่อเรื่อง ทำให้ผู้วิจัยได้พบกับมุมมองใหม่ ๆ ในการประกอบธุรกิจแพะเทศของผู้ประกอบการ อีกทั้งให้ความรู้ คำแนะนำ วิธีคิด เทคนิค ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งร่วมเดินทางไปให้กำลังใจในการนำเสนอผลงานที่อุบลราชธานี เพื่อความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คุณณัฐวุฒ บัวซ้อน ผู้อำนวยการสำนักงานเทศบาลเมืองกาญจนบุรี ที่แนะนำผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมทั้งแนะนำให้รู้จัก ลุงเริ่ม สิดไทย อดีตนายช่างใหญ่ที่เป็นบุคคลเก่าแก่ในพื้นที่ และมีส่วนร่วมในการสร้างถนนลงริมแม่น้ำแม่กลองซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจแพะเทศในจังหวัดกาญจนบุรี ขอขอบพระคุณ คุณนพพร ถาวรประดิษฐ์ นายกสมาคมชาวเรือชาวแพ จังหวัดกาญจนบุรี ที่ให้ข้อมูลการประกอบธุรกิจภายใต้เงื่อนไขของสมาคมชาวเรือชาวแพรวมถึงข้อบังคับทางกฎหมายที่ผู้ประกอบการพึงกระทำ

ขอขอบพระคุณ คุณสันติ บุญเชิด ปลัดอำเภอ ที่ทำการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี(กลุ่มงานความมั่นคง) ศูนย์ปฏิบัติการต่อสู้เพื่อเอาชนะยาเสพติดจังหวัดกาญจนบุรี ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อร้องเรียนเรื่อง มลภาวะทางสิ่งแวดล้อม มลภาวะทางสังคม และมลภาวะทางเสียงในการประกอบธุรกิจแพะเทศจังหวัดกาญจนบุรี

ขอขอบพระคุณ คุณอุดม แสงงามที่ให้ข้อมูลของการเริ่มต้นแพะเทศ และเอื้อเพื่อภาพประกอบซึ่งเป็นภาพในอดีตที่หาได้ยากในปัจจุบัน

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ขอขอบคุณ คุณเข็มจิรา เหลสุขสวัสดิ์ เพื่อนรุ่นพี่ที่สนิทเมื่อไม่เข้าใจที่จะแนะนำ และมีข้อเสนอแนะที่ดีเสมอ

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณคุณพ่อชวลิต คุณแม่ประภา บุญทำดี คุณมนัสสิณี บุญมีศรีสง่า น้องสาว คุณเอวรรณ จงทอง สามี และเด็กชายณภัทรพล บุญทำดี ที่คอยให้กำลังใจในการทำงานครั้งนี้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด/กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว.....	21
แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	25
แนวคิดของผู้ประกอบการ.....	30
แนวคิดเกี่ยวกับคลัสเตอร์.....	34
ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	43
ความเป็นมาของแพะเทศ.....	60
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	62
3 วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล.....	65
การเลือกพื้นที่และประชากร.....	65
ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67

บทที่	หน้า
ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	67
4 ผลการวิจัย.....	69
การเกิดขึ้น และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ	
ในจังหวัดกาญจนบุรี.....	70
ความเป็นมา ของการประกอบการแพะเทศ.....	70
กระบวนการในการจัดการของการประกอบธุรกิจแพะเทศ 8P's .....	80
ส่วนผสมทางการตลาด ( 8 P's) .....	81
ผลิตภัณฑ์ (Product) .....	81
ราคา (Price) .....	82
สถานที่ขาย (Place) .....	83
การส่งเสริมการขาย (Promotion) .....	84
บุคลากร (People).....	85
ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence).....	86
กระบวนการ (Process).....	87
ผลิตภาพ (Productivity).....	88
ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการประกอบการธุรกิจแพะเทศ	
ปัญหาผู้ประกอบการ ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อม.....	90
แนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบการแพะเทศ.....	91
แนวทางแก้ไขปัญหาผู้ประกอบการ.....	91
แนวทางแก้ไขปัญหาสังคม.....	91
แนวทางแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม .....	92
5 สรุปผลการศึกษา.....	94
ผลดี ผลเสีย ของการประกอบธุรกิจแพะเทศ รวมทั้งวิธีแก้ไข .....	95
ผลดี-ความเป็นจริง และข้อเสนอแนะของการประกอบธุรกิจแพะเทศ.....	96
ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจแพะเทศ .....	98
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	101
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	103
การอภิปรายผลการศึกษา.....	104

	หน้า
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	114

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ส่วนประสมทางการตลาด.....	16
2	แม่น้ำแควน้อย และแควใหญ่ ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง .....	46
3	สองแคว แม่น้ำแควน้อย และแควใหญ่ ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง.....	47
4	ประตูเมืองกาญจนบุรีพ.ศ. 2496.....	47
5	เครื่องมือขวานหินเก่า จุดพบที่ถ้ำน้ำมุด อำเภอสังขละ จังหวัดกาญจนบุรี .....	48
6	ภาชนะดินเผามนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์.....	49
7	เครื่องดนตรีซอกัดตัวดีค้ำบรรพ์ จำลองแบบโบราณ.....	49
8	แผนที่จังหวัดกาญจนบุรี .....	51
9	น้ำท่วมจังหวัดกาญจนบุรีพ.ศ. 2539.....	71
10	เครื่องเสียงที่ใช้ลงเรือแพเมื่อ พ.ศ. 2520 .....	73
11	การจราจรในสมัยก่อน.....	75
12	โรงงานกระดาษ และทางส่งน้ำโรงงานกระดาษ จังหวัดกาญจนบุรี.....	75
13	แม่ค้านำของมาขายนักท่องเที่ยวที่ล่องแพ.....	76
14	เจ้าของแพ และครอบครัวช่วยกันทำอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว.....	77
15	ดีเจแพเชค.....	78
16	สัมภาระแพน้องใหม่ คุณวิชัย อรรถโชติ.....	80
17	ท่าลงแพเขื่อนขุนแผน.....	84
18	ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี.....	84
19	สถานที่จอดเรือแพบริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง.....	85
20	พนักงานขับเรือ.....	86
21	แพลากง.....	87
22	แพลากงความสูงได้ 2 ชั้น ไม่เกิน 6 เมตร .....	87
23	นักท่องเที่ยว กลุ่มประชาชนทั่วไป.....	89
24	กลุ่มนักท่องเที่ยว ขณะล่องเรือแพ ในภาพเป็นความสนุกสนานขณะล่องเรือแพ ...	90
25	วงจรการดำเนินธุรกิจแพเชคแพเชคจังหวัดกาญจนบุรี.....	102

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลแพลง-แพคิส โก่อีเซล ในตัวเมืองกาญจนบุรี.....	52
2	จำนวนโรงแรมและผู้เยี่ยมชมเยือน พ.ศ. 2546-2550.....	53
3	สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. 2548-2550.....	54
4	แสดง ผลดี – ผลเสียจากประกอบธุรกิจแพเชค และวิธีแก้ไข.....	96
5	วิเคราะห์ผลดี – ความเป็นจริงและข้อเสนอแนะการประกอบธุรกิจแพเชค.....	97
6	ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจแพเชค.....	99

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถสร้างงานและรายได้ให้กับสังคมไทยได้เป็นอย่างดี รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญอันเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยว จากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในด้านการแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพของคนในการให้บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจกระบวนการทำงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว การประสานงานหน่วยงานทางการท่องเที่ยว การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงบุคลิกภาพ มารยาท มนุษยสัมพันธ์และจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่การขยายตัวของธุรกิจในอนาคต

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพราะประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมีวัฒนธรรมที่หลากหลายมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีธรรมชาติสวยงาม และมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้เลือกทำ เช่น เดินป่า พักผ่อน ชายทะเล ปีนหน้าผา ดำน้ำ ดำปะการัง ล่องแพ เป็นต้น ทางรัฐบาลไทยเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว และสนับสนุนให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบทบาทอย่างชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยประกาศให้ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย และได้บรรจุการท่องเที่ยวเป็นยุทธวิธีสำคัญในการพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ.2530 -2534(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2530 ) รายได้จากการท่องเที่ยวประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นรายได้สำคัญของประเทศไทยมาโดยตลอด และในปี 2541-2542 ได้กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย Amazing Thailand 1998-1999 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2540) เน้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ

มากขึ้น จัดกิจกรรมเพื่อให้คนไทยกินของไทยใช้ของไทย ร่วมใจประหยัด ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การเงินหมุนเวียนภายในประเทศ เงินตราไม่รั่วไหลออกนอกประเทศ รัฐบาลมีนโยบายและได้ส่งเสริมให้จังหวัดต่างๆ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นปัจจัยในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและในปีพ.ศ.2549 ได้จัดให้เป็น“ปีแห่งการเฉลิมฉลองท่องเที่ยวทั่วไทย”ตามแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้กำหนดนโยบาย “เที่ยวไทย...รักไทย” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2540)

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นอีกจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจังหวัดกาญจนบุรีมีชายแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ (สาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า) เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว อยู่ห่างจาก กรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางสายเพชรเกษมประมาณ 129 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 19,483 ตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี 2546) ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็น ป่าเขา มีทั้งป่าโปร่ง และป่าดงดิบ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นแหล่งก่อเกิดอารยธรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันงดงาม และน่าสนใจ ริมแม่น้ำแม่กลองเป็น ที่กิน เที่ยว แห่งหนึ่งที่น่าสนใจและเต็มไปด้วยบรรยากาศแบบธรรมชาติเป็นที่ทราบกันดีว่าจังหวัดกาญจนบุรี มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยไหลมาบรรจบกันบริเวณตัวเมืองกาญจนบุรีเรียกว่าแม่น้ำแม่กลอง

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่มากดังคำขวัญประจำจังหวัดกาญจนบุรี แคว้นโบราณ ด่านเจดีย์ มณีเมืองกาญจน์ สะพานข้ามแม่น้ำแคว แหล่งแร่ น้ำตก และวิสัยทัศน์ของจังหวัดกาญจนบุรี “ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ประตูการค้าชายแดน และมุ่งพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน” (สำนักงานสถิติจังหวัด 2552) เป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจำนวนมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวแพหลายแห่งตลอดทั้งลำน้ำแคว การล่องแพจึงได้รับความนิยมอย่างมาก เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก การดำเนินธุรกิจล่องแพผู้ประกอบการทั้งหลายจึงหากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะหาช่องทางการเพิ่มปริมาณความต้องการและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดผลกำไร และสามารถหารายได้เข้าสู่ท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นการสร้างรายได้ให้กับบุคคลในท้องถิ่นส่งเสริมให้บุคคลในท้องถิ่นมีงานทำ

ในอดีตริมแม่น้ำหน้าเมืองกาญจนบุรี เป็นหาดทรายที่มีธรรมชาติสวยงาม มีแพที่เป็นบ้านพักอาศัยอยู่ แต่ก่อนยังไม่มีถนนตัดผ่านต่อมาทางเทศบาลเมืองกาญจนบุรี เล็งเห็น

ความสำคัญที่จะอนุรักษ์เมืองเก่าไว้บริเวณที่ตั้งเดิมของประวัติศาสตร์คือบริเวณประตูเมืองกาญจนบุรี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และในปีพ.ศ. 2513 นายนิทัศน์ ถนอมทรัพย์ นายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองกาญจนบุรี ได้ดำเนินการสร้าง ถนนเป็นถนนหินคลุกในช่วงแรกเพื่อให้รถวิ่งผ่านได้ประมาณ 4 เมตร ความยาว 300 เมตร โดยเริ่มจากโรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงคราม (วัดใต้) ถึงบริเวณโรงงานกระดาษไทย แล้วเสร็จจึงขยายถนนต่อ อีกประมาณ 800 เมตร จนถึงบริเวณหน้าวัดเหนือ ในระหว่างนี้ พลตำรวจโท จำรัส มังคลารัตน์ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมชาวกาญจนบุรี พ.ศ. 2511-2527 ได้มีความคิดที่จะทำแพอาหารบริเวณริมแม่น้ำ จึงได้เริ่มมีแพอาหารเกิดขึ้น ประมาณ 2-3 แพ เป็นเพียงแพอยู่กับที่ ท่ามกลางเสียงวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากจากชาวบ้านและนักท่องเที่ยว เนื่องจากแพคบังทัศนียภาพบริเวณริมแม่น้ำ แต่ไม่สามารถขัดขวางการดำเนินการดังกล่าวได้ เพราะกฎหมายไม่มีบังคับไว้ ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคารต่อมา จังหวัดกาญจนบุรีเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ในปีพ.ศ. 2539 เกิดฝนตกหนัก ในลุ่มแม่น้ำแม่กลองโดยทั่วไประหว่างวันที่ 27-30 กันยายน พ.ศ. 2539 ทำให้ระดับน้ำแม่กลองสูงขึ้นเรื่อย ๆ และสูงสุดในวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2539 มีปริมาณน้ำผ่านเขื่อนแม่กลองจำนวนประมาณ 2,500 ลบ.ม./วินาที (กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แผนป้องกันและแก้ไขน้ำท่วม ปี 2551: 3 ) น้ำในแม่น้ำแม่กลองได้ไหลบ่าเข้าท่วมในพื้นที่เขต อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งจากเหตุการณ์น้ำท่วมในครั้งนี้ส่งผลให้น้ำได้พัดแพพักอาศัยหลายเรือน และแพอาหารที่มีอยู่เดิมแพให้พังลงด้วย จากนั้นเทศบาลเมืองกาญจนบุรี ได้มีการสร้างเขื่อนขุ่นแผนขึ้น แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2544 นายช่างใหญ่ที่ดำเนินการก่อสร้างคือ นายเริ่ม สิตไทย เป็นผู้ออกแบบสร้างเพื่อที่จะกั้นน้ำเซาะบริเวณริมแม่น้ำแม่กลองซึ่งเป็นการถาวรขั้นที่สุดและได้มีการถมดินชั้นบน ทำลานกั้นบริเวณริมน้ำปลูกต้นไม้ ทำสวนสุขภาพและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และมีนโยบายทำทางลงริมแม่น้ำแม่กลองเป็นทางคอนกรีต จากเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งนี้ ทำให้นายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองกาญจนบุรีได้เล็งเห็นความเดือดร้อนของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมแม่น้ำแม่กลองจึงมีการปรับปรุงถนนให้เดินทางไปมาสะดวกขึ้นผู้ที่มีทุนทรัพย์ และมีที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำแม่กลองบริเวณหน้าเมืองกาญจนบุรีจึงได้เริ่มทำแพอาหารตามแบบอย่างเพิ่มเติม และขยายจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จากแต่เดิมเป็นแพพัก แพอาหารอยู่กับที่ ต่อมาได้ปรับปรุงเป็นแพขนานยนต์ล่องแม่น้ำ มีประชาชน และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวทางน้ำมากขึ้นตลอดจนได้มีการพัฒนาแพ จากแพพักอาศัย มาเป็นแพอาหาร และเป็นแพเช่าในปัจจุบัน(เริ่ม สิตไทย: 2552) ธุรกิจแพได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบันมีแพในจังหวัดกาญจนบุรี 1,525 หลัง โดยแบ่งเป็น อำเภอเมือง 476 แพ อำเภอไทรโยค 409 แพ อำเภอทองผาภูมิ 69 แพ อำเภอศรีสวัสดิ์ 449 แพ และอำเภอสังขละ 122 แพ

จังหวัดกาญจนบุรีมีนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวโดยเรือลากจูงแพเชคไปตามแม่น้ำแม่กลอง เป็นที่นิยมกันมาก จึงเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหามลพิษทางเสียง มลภาวะทางน้ำ และบดบังทัศนียภาพ ทำให้มีการร้องเรียนจากประชาชน และนักท่องเที่ยวที่ได้รับความเดือดร้อนรำคาญ อันเนื่องมาจากการเปิดเครื่องขยายเสียงดังเกินไป การทิ้งสิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำ นอกจากนี้ยังมีการตรวจพบการกระทำผิดกฎหมายอื่นๆอีกหลายประการ อยู่เป็นประจำ ประกอบกับนโยบายรัฐบาลได้กำหนดมาตรการการควบคุมการใช้เสียงดังในสถานบริการต่างๆทั่วประเทศ แพเชคเป็นอีกจุดหนึ่งที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจ เพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้สูงอีกอย่างหนึ่งในเรื่องของการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีที่นิยมกันมาก ซึ่งการดำเนินธุรกิจแพเชคมีความหลากหลายแต่การประกอบธุรกิจย่อมมีปัญหา และแพเชค เป็นธุรกิจที่หลายฝ่ายมองว่ามีรายได้มหาศาล มีอิทธิพลท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้องมีมลพิษทางเสียง การร้องเรียนในเรื่องของ การทิ้งขยะมูลฝอยลงแม่น้ำ การเมาสุรา การพนัน ยาเสพติด เป็นต้น ย่อมมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุตรหลานของชาวจังหวัดกาญจนบุรี จึงสนใจศึกษาในเรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพเชคในจังหวัดกาญจนบุรี ของผู้ประกอบการแพเชคที่อยู่บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางเพื่อให้นักพัฒนาปรับปรุงแพเชค ให้เป็นที่รู้จัก และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาจังหวัดกาญจนบุรีเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนท้องถิ่นเป็นจำนวนมากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพเชค จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และวิธีการดำเนินธุรกิจแพเชค บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี

2.2 เพื่อศึกษาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจแพเชค

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพเชค จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้แบ่งประโยชน์ในการวิจัย ดังนี้

### 3.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

3.1.1 ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางต่อผู้ประกอบการธุรกิจแพเชค ในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพในด้านการบริการ สภาพแวดล้อม ของการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม

3.1.2 ผู้ดำเนินธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม และ ส่วนรวม

### 3.2 ประโยชน์ทางปฏิบัติ

3.2.1 ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของการวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสามารถนำไปเป็นกรณีศึกษาได้

3.2.2 ได้ทราบถึงอุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจแพแเชค

## 4. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพแเชค จังหวัดกาญจนบุรี แบ่งได้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

4.2 ขอบเขตด้านประชากร แบ่งเป็น

4.2.1 เจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางน้ำ ที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี

4.2.2 เจ้าพนักงานปกครอง ที่ทำการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี

4.2.3 ผู้อำนวยการสำนักงานช่าง เทศบาลเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

4.2.4 กลุ่มผู้ประกอบการแพแเชค บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี

4.2.4.1 ประธานสมาคมชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรี

4.2.4.2 ผู้ประกอบการ

4.2.4.3 นักท่องเที่ยว

4.2.4.4 ผู้ขับเรือลากแพ

4.2.4.5 ดีเจประจำแพแเชค

4.2.4.6 ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ

4.3 ขอบเขตด้านข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบการแพแเชคและพื้นที่การดูแลโดยข้อมูลเบื้องต้นมาจาก

4.3.1 เทศบาลเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

4.3.2 กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี

4.3.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี

4.3.4 สมาคมชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรี

4.3.5 กรมการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี

4.3.6 สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี

4.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการศึกษาวิจัยระหว่างตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือน  
กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะสด จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด/กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
  - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด
  - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ/การท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. แนวคิดของการประกอบการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับคลัสเตอร์
6. ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
7. ความเป็นมาของแพะสด
8. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 1.ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ

คณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2547) กำหนดให้เป็นวาระสำคัญของรัฐบาล (agenda-based) ตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเสนอ ดังนี้

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2547-2551

1. เป้าประสงค์ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง
2. วิสัยทัศน์ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี พ.ศ.2551
3. เป้าหมาย ในปี 2552จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าเจ็ดแสนล้านบาท

4. ยุทธศาสตร์ มี 3 ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น

2. เพื่อเป็นเครื่องมือในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมาย

3. เพื่อดำเนินการตลาดเชิงรุกที่เกิดผลได้ในระยะเวลารวดเร็วและเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ในภูมิภาคเอเชียมากกว่าร้อยละ 10 ในสิ้นปี 2551 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม World Event Marketing

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

2. เพื่อพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดและเป็น Magnet ดึงดูดนักท่องเที่ยว

3. เพื่อให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีมาตรฐาน สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

4. เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย คือ

4.1 มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด และเป็น Magnet เพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น มากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

4.2 รายได้ของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายที่มาจากสาขาการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี

4.3 มีแหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรชุมชนดูแล อนุรักษ์ และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ระดับชาติ นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนา 19 กลุ่มจังหวัด โดยมีเป้าหมาย คือ

3.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น

3.2 เพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี

3.3 มีการเนินการตามแผนงาน/โครงการแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ชุดพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร) วันที่ 29 มิถุนายน 2547

สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมีส่วนในงานวิจัยครั้งนี้เกี่ยวเนื่องด้วยการท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยและจังหวัดกาญจนบุรียังมีปัจจัยหลายอย่างที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ส่วนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบ่งเป็น 3 ยุทธศาสตร์ คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว และ การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ ทั้งหลายเหล่านี้เพื่อเพิ่มมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด/กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542:57-84) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ในการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่าจะต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะต้องมีความชัดเจน

2. คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) จะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์ นั้นผลิตมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ความดี ความงาม

3. ลักษณะเด่นของสินค้า (Product Feature) คือการนำสินค้าของบริษัทไปเปรียบเทียบกับสินค้าของกลุ่มแล้วมีคุณสมบัติแตกต่างกัน และจะต้องนำลักษณะเด่นนั้นดึงดูดใจลูกค้าให้ใช้สินค้าหรือบริการ

4. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) พิจารณาว่าสินค้าหรือบริการนั้นให้ประโยชน์อะไรแก่ลูกค้าได้บ้าง

กลยุทธ์ราคา การตั้งราคาต้องคำนึงถึงตลาด ประกอบด้วย 2 กรณี คือ

1. การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นราคา (Price Sensitive Market) เป็นตลาดที่กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจกับประเด็นอื่น

2. การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นภาพพจน์ (Image Sensitive Market) อาศัยการทำโฆษณาอย่างต่อเนื่องเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การตั้งราคาสำหรับสินค้าประเภทนี้สามารถแบ่งออกเป็นอีก 2 กรณี คือ ตลาดที่ตั้งราคาโดยเน้นภาพพจน์ (Image Sensitive) และตลาดในแง่สินค้าคุณภาพ (Quality Sensitive) ซึ่งทั้ง 2 ตลาดเป็นตลาดที่ไม่คำนึงถึงเรื่องราคา (Non-price Sensitive)

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องพิจารณาถึง

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) จะนำเสนอสินค้าสู่ผู้บริโภคอย่างไร

2. ประเภทของร้านค้า (Outlet) ขายทางไปรษณีย์, ขายแบบเครื่องอัตโนมัติ, ขายโดยแคตตาล็อก

3. จำนวนคนกลางในช่องทาง (Number of Intermediaries) หรือความหนาแน่นของคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Intensity of Distribution) ในการพิจารณาเลือกช่องทาง การจัดจำหน่ายมีกระบวนการ 3 ขั้นตอนคือ (1) การพิจารณาเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร (2) พฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย (3) การพิจารณาที่ตั้งของลูกค้านำตามสภาพภูมิศาสตร์

4. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าสู่ผู้บริโภค

กลยุทธ์ด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์ การตลาดใช้หลักการของการติดต่อสื่อสารแบบครบเครื่อง (Integrated Marketing Communication – IMC) หมายถึงกลยุทธ์ของการร่วมมือกันและการผสมผสานความพยายามทางการตลาดทั้งหมดของบริษัท และการติดต่อสื่อสารการตลาดเพื่อให้เกิดข่าวสาร และภาพพจน์ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

การสื่อสารตราสินค้ามีหลายวิธี คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรม การจัดแสดงสินค้า การจัดโชว์รูม การจัดศูนย์สาธิต สัมมนา การจัดนิทรรศการ การจัดศูนย์ฝึกอบรม การบริการ การบรรจุภัณฑ์ การใช้ยานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การให้สัมปทาน คู่มือ และอื่น ๆ

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ชักนำให้ชุมชนเกิดความเข้าใจ และมีความนิยม ชมชอบต่อบุคคลหรือหน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสาร เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดประกอบด้วย

1.1 การซื้อพื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ หรือซื้อเวลาของสื่อกระจายเสียงเพื่อเขียนบทความแฝงโฆษณาเอาไว้

1.2 โปรแกรมแฝงโฆษณา เป็นการนำเรื่องราวขององค์กรไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการโทรทัศน์ หรือวิทยุ

1.3 การซื้อพื้นที่เขียนข่าวแฝงโฆษณา เป็นการซื้อพื้นที่สื่อมวลชน เพื่อนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ องค์กรหรือกิจกรรมพิเศษของบริษัท

1.4 การเสนอกุมิหลังของสินค้าหรือองค์กร เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

1.5 การทำสมุดเล่มเล็ก (Booklet) เป็นการเผยแพร่ความเป็นมาของบริษัท หรือประวัติความเป็นมาของสินค้า โดยการจัดทำเป็นสมุดเล่มเล็ก

1.6 การให้ผู้มีชื่อเสียงมาเป็นคนกล่าวสนับสนุนยืนยันคุณภาพสินค้า

1.7 การจัดทำหนังสือที่อธิบายรายละเอียดของบริษัท เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและรายละเอียดต่าง ๆ

1.8 การนำเสนอในรูปแบบของเทปคาสเซต สามารถสร้างความน่าสนใจได้ด้วยดนตรีประกอบเสียงเพลง (Sound Effect) และ ดิฉันนำเสียงของผู้นำเสนอ

1.9 การเขียนบทความลงในหนังสือหรือนิตยสาร เป็นการเรียบเรียงบทความโดยขอร้องผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้มีชื่อเสียงหรือคอลัมนิสต์ชื่อดังเป็นคนเขียนบทความให้

1.10 ข้อมูลที่ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวสินค้า มีความสำคัญในการที่จะทำให้สินค้าน่าเชื่อถือและมีภาพพจน์ที่ดี

1.11 การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ การสัมภาษณ์จะช่วยอธิบายหรือสนับสนุนผลิตภัณฑ์ขององค์กร

1.12 การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัด โครงสร้างใหม่ขององค์กร หรือการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ขององค์กร สร้างความเชื่อถือได้มาก

1.13 การสัมภาษณ์ลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับประโยชน์

1.14 การปล่อยข่าวรั่วด้วยความจงใจ การตั้งใจปล่อยข่าว เกี่ยวกับกิจกรรม ขององค์กร ซึ่งยังไม่ถึงเวลาที่ต้องเปิดเผยออกไป ถือว่าเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์อีกแบบหนึ่งที่ช่วยรักษาภาพพจน์ขององค์กรหรือสินค้าไว้

1.15 วารสารวิชาการ เป็นการถือองค์กรจัดทำวารสารวิชาการขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารแก่นักเรียน นักศึกษา นักวิชาการและคนในแวดวง

1.16 ใบปลิว (Leaflet) การจัดทำให้รูปใบปลิวออกแจกกับกลุ่มเป้าหมาย

1.17 การส่งข่าวหรือแจกข่าว เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการส่งข่าว หรือแจกข่าวไปยังสื่อมวลชน

1.18 การทำจดหมายข่าว เป็นการเผยแพร่ข่าวโดยการทำจดหมายเพื่อส่งไปยังลูกค้าหรือพนักงานขององค์กร

1.19 การจัดทำคอลัมน์พิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการซื้อพื้นที่ในสื่อสิ่งพิมพ์แล้วเสนอเรื่องราวที่เราต้องการที่จะเผยแพร่ในลักษณะเป็นคอลัมน์พิเศษเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

1.20 การจัดให้สื่อมวลชนดูงานหรือเยี่ยมชมสถานที่

1.21 การจัดการแถลงข่าว

1.22 การส่งข้อมูลไปให้สื่อมวลชน เป็นการจัดทำรายละเอียดให้สื่อมวลชน

1.23 การเผยแพร่รูปภาพ

1.24 การเดินเรื่องด้วยภาพ เป็นการนำเสนอภาพชุดที่ลงเรื่องราวของกิจกรรมต่าง ๆ ลงในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ และจะมีคำอธิบายประกอบภาพเหล่านั้น

1.25 การให้ผู้บริหารนัดหมายกับนักจัดรายการวิทยุ เป็นการจัดให้มีรายการสนทนากันระหว่างผู้บริหารกับนักจัดรายการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

1.26 สุนทรพจน์ เป็นการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้บริหารขององค์กรในโอกาสสำคัญ

1.27 การจ้างโฆษกประจำองค์กร เป็นการจับบุคลากรภายในหรือภายนอกองค์กรที่มีความสามารถในการพูดเป็นโฆษกขององค์กรโดยให้เป็นผู้พูดถึงองค์กรในแง่ดีทุกครั้งที่มีโอกาส

1.28 ใบแทรก เป็นการเผยแพร่ข่าวโดยการจัดใบแทรกเข้าไปในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร

1.29 การทำรายการพิเศษในโทรทัศน์

1.30 การทำสารคดี วิดีโอ เป็นการจัดทำสารคดีวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับประวัติองค์กร กิจกรรมขององค์กร ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน

1.31 การทำเสนอในรูปแบบวิดีโอ

## 2. สื่อมวลชนสัมพันธ์

2.1 การพบปะกับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว เป็นการสร้างวิธีสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยการนัดสื่อมวลชนเพื่อพบปะเป็นครั้งคราว

2.2 การเขียนเขียนสื่อมวลชน เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

2.3 การแจกของตัวอย่างแก่สื่อมวลชน

2.4 การสรุป (แนะนำ) ข่าวสารแก่สื่อมวลชน ในการจัดงานใดงานหนึ่ง

### 3. การจัดกิจกรรมพิเศษ

3.1 การจัดประกวด

3.2 การจัดแข่งขัน

3.3 การจัดรายการบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ

3.4 การจัดกิจกรรมกีฬาภายใน

3.5 การจัดงานวันฉลองต่าง ๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 120-134) กล่าวถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการคือ การสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ การสร้างลักษณะเฉพาะพิเศษ ในกลยุทธ์กำหนดราคา จะต้องคำนึงถึง อุปสงค์หรือความต้องการในแต่ละช่วงต้นทุน

กลยุทธ์ราคามี 4 วิธีคือ

4.1 การกำหนดราคาไว้ในระดับสูงในช่วงเริ่มแรกที่สินค้าเข้าสู่ตลาด และมีการดำเนินการ จัดทำการส่งเสริมการตลาดมาก ๆ

4.2 การกำหนดราคาแบบเจาะตลาด โดยตั้งราคาต่ำในช่วงแรก ซึ่งตรงข้ามกับวิธีแรก

4.3 การกำหนดราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง นั่นคือการตั้งราคาต่ำกว่าทุน และ

4.4 กำหนดราคาเพื่อให้แข่งขันได้ โดยพยายามยึดถือนโยบายให้เป็นราคาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับคู่แข่ง

สำหรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถทำได้โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายและคนกลาง ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือลูกค้า ซึ่งการจัดจำหน่ายในแต่ละวิธีมีวิธีการดำเนินการ แยกย่อยที่ต่าง ๆ กันในรายละเอียดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด อาศัยเครื่องมือ โดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้การจะเลือกใช้เครื่องมือแต่ละวิธี ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์เงินทุนเป็นต้น

## 2.1 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 4 Ps) ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

2.1.1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

2.1.1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

2.1.1.3 กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

2.1.1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2.1.1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2.1.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจึงจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่า ที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ

2.1.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกเครื่องมือสื่อสารแบบผสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ คือการโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ)

ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising Tactics) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานจะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง

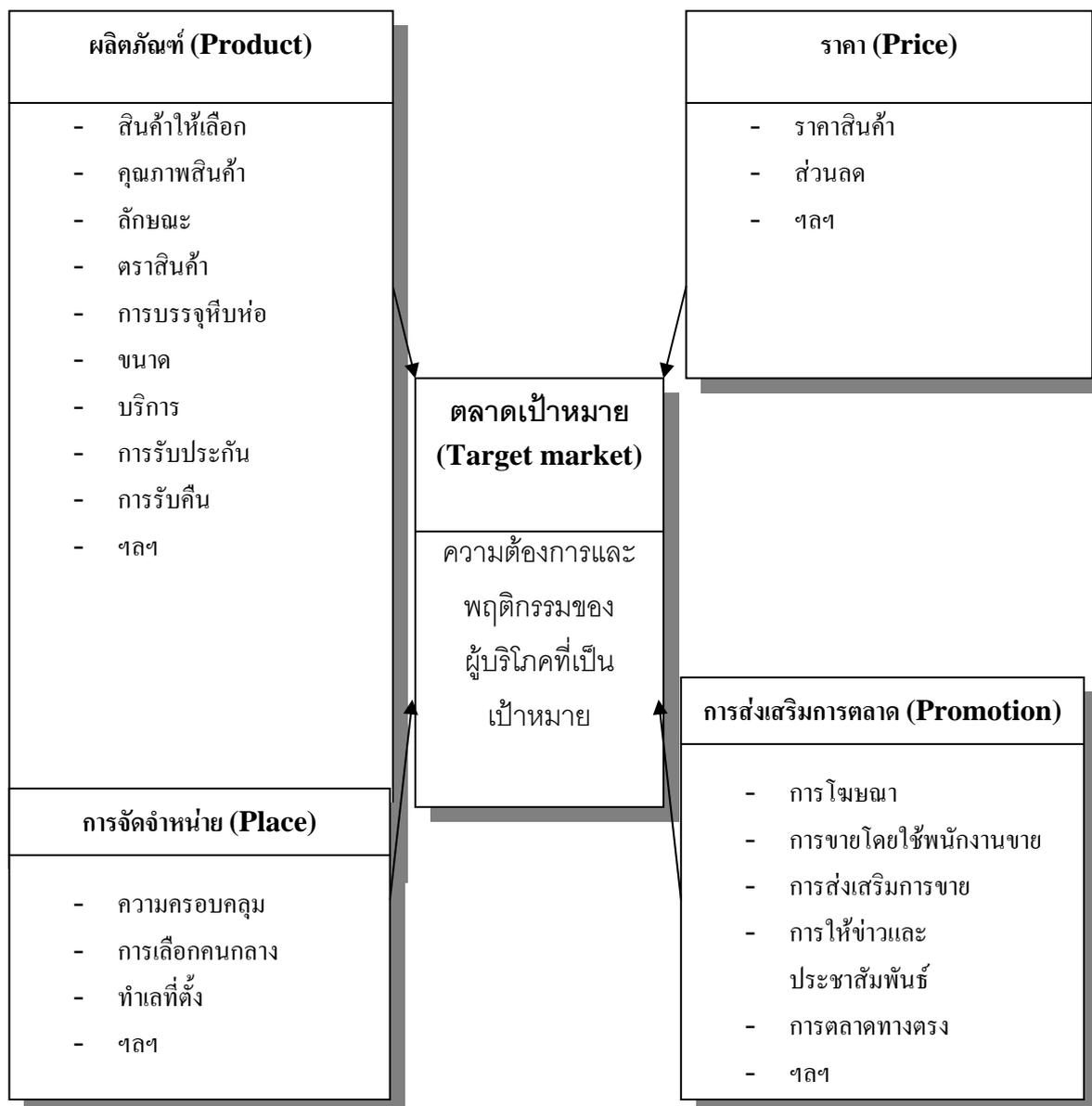
การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

1. การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค
2. การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง
3. การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

2.1.4 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ได้แก่ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

2.1.4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2.1.4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Marketing Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม



ภาพที่ 1 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

(ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541:16)

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542:59) ได้กล่าวว่า เรื่องของส่วนผสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวสามารถแยกได้ดังนี้

### 2.2.1 ผลกระทบ ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) ที่ได้รับการพิจารณาและได้รับการเลือกสรรว่าอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจทางธรรมชาติ และเหตุการณ์สำคัญ หรือโอกาสพิเศษ โดยจำแนกอย่างละเอียดว่า แต่ละประเภทมีอะไรบ้าง อยู่ในที่ใด มีความแปลกแตกต่างกันอย่างไรบ้าง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐาน การควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตราและการเก็บค่าผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อราคาค่าเดินทางด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ภัตตาคาร การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น สินค้าอุปโภคต่าง ๆ ฯลฯ กิจกรรมการท่องเที่ยว และกีฬา เช่น สกี กอล์ฟ เรือใบ การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ให้บริการ ชมรม หรือ สมาคมที่เกี่ยวข้อง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความคาดหวังแก่นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และการคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการได้ยินได้ฟังจากสื่อมวลชน ซึ่งมักจะเป็นภาพในอดีตมากกว่าปัจจุบัน และคงอยู่ในจิตใจของนักท่องเที่ยวตลอดเวลา ภาพลักษณ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมาก ถ้ายังมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบ ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตลอดจนความเอาใจใส่และความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

2.2.2 ราคา ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายต่างกลุ่มกัน เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าที่พักต่าง ๆ กัน เพราะเลือกใช้ที่พักแรมต่างประเภทกัน มีทั้งพักในโรงแรม รีสอร์ท และแคมป์ นอกจากนี้ ราคายังแตกต่างกันตามฤดูกาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

2.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว

2.2.4 การส่งเสริมการตลาด เป็นไปในลักษณะส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ความร่วมมือในการอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-tourism) มากขึ้น โดยการเลือกใช้ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ประเภท คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ตามลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลือกและ ลอเรน ไรท์, การตลาดบริการ. แปลโดย อุดลย์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546, หน้า 12-14) ได้ให้ความหมาย ของการบริหารบริการแบบผสมผสาน (The Eight Components of Integrated Service Management) ไว้ดังนี้ เมื่อพิจารณาทางการตลาดของสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรม โดยปกตินี้การตลาดยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการคือ P-Product (ผลิตภัณฑ์) P-Price (ราคา) P-Place (ช่องทางการจำหน่าย) และ P-Promotion (การส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสาร) กล่าวโดยรวมแล้วทั้ง 4 จำพวกหมายถึง 4Ps ของส่วนผสมทางการตลาด แต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเด่นพิเศษของการให้บริการที่กล่าวมานั้น ทำให้จำเป็นต้องรวมองค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่น ๆ เข้าไว้ด้วยในกลยุทธ์การบริการ นั่นคือ มีการใช้ “8Ps” ในการบริหารการบริการแบบผสมผสานหรือบูรณาการ ซึ่งอธิบายถึงตัวแปรในการตัดสินใจ 8 ประการที่ผู้บริหารองค์การ ที่จำหน่ายบริการต้องพิจารณา

1. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Element) ผู้บริหารจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) และองค์ประกอบเสริมในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งที่คุณบริหารต้องพิจารณา คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และผลิตภัณฑ์ของคุณแข่งขันทำได้คิมน้อยเพียงใด

2. สถานที่,ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) และเวลา (Place, Cyberspace and Time) ในการส่งมอบองค์ประกอบของสินค้า ไปสู่ลูกค้ามันต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ รวมไปถึงช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นได้ทั้งช่องทางทั่วไปและใช้อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบ บริการส่งข่าวสารข้อความและอินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วยให้ข้อมูลผ่าน ไซเบอร์สเปซ(Cyberspace-การไม่มีสถานที่ที่พบเห็นได้ จึงมีการใช้สื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์แทน) ไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการ โดยผ่าน โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ บริษัทอาจส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการถึงลูกค้าโดยตรง หรือใช้การผ่านตัวการซึ่งเป็นองค์กรอื่นได้ เช่น ร้านค้าปลีกซึ่งเป็นของบริษัทอื่น โดยจะได้รับค่าธรรมเนียมหรือเปอร์เซ็นต์จากราคาขายและการติดต่อจากลูกค้า สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการได้แก่ ความรวดเร็ว และความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ

3. กระบวนการ (Process) ในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้ามัน ยังต้องมีการออกแบบและจัดขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบบริการต้องดำเนินไป

กระบวนการผลิตและบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้ลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการลูกค้า (Front Line Staff) ในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

4. ผลผลิตและคุณภาพ (Produce) องค์ประกอบเหล่านี้โดยมากมักจะพิจารณาแยกกันทีละส่วนแต่ไม่ควรพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้แยกกัน โดยเด็ดขาด การปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ แต่ผู้บริหารต้องระวังไม่ให้เกิดการลดคุณภาพและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจ คุณภาพของบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะให้เห็นความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ อย่างไรก็ตามการปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้น อาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรพร้อม ๆ กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

5. บุคคล (People) ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับการทำงานที่บุคคลปฏิบัติต่อกันทั้งสองฝ่าย (Interaction) คือ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานของบริษัท (เช่น การตัดผมหรือทานอาหารในภัตตาคาร) สภาพของการปฏิบัติต่อกันของทั้งสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่เขาได้รับการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ บริษัทที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

6. การส่งเสริมตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า (Promotion) ไม่มีโปรแกรมการตลาดใดจะสำเร็จลงได้โดยปราศจากโปรแกรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบนี้มีบทบาทที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อปฏิกริยาเมื่อถึงเวลาอันควร ในการตลาดบริการการสื่อสารส่วนมากมีลักษณะคล้ายการอบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทอาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของบริการ สถานที่และเวลาที่จะใช้บริการ รวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการส่งมอบบริการอย่างได้ผล การสื่อสารอาจทำโดยตัวบุคคล เช่น พนักงานขาย ผู้ให้การฝึกอบรม หรือผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และ เว็บไซต์ (Web site)

7. หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้าย วัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัท ธุรกิจด้านบริการ

จำเป็นต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัดอย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ ในบริการที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้ ยกตัวอย่าง เช่น ในการประกันภัยอาจต้องทำการโฆษณาเพื่อสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายในการคุ้มครอง ได้แก่ รมอาจเป็นสัญลักษณ์แห่งความคุ้มครอง รวมถึงการใช้สัญลักษณ์ ป้อมปราการอาจหมายถึงมั่นคง ปลอดภัย

8. ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price) องค์ประกอบนี้ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ ในรูปบริการ ความรับผิดชอบไม่จำกัด อยู่ที่งานการตั้งราคาเพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งก็รวมถึงการตั้งกำไรจากการค้าและตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อด້วย นอกจากนี้ผู้จัดการบริการยังต้องตระหนักถึงทางปฏิบัติเพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้ารับภาระไว้ในการซื้อ และส่งผลให้เกิดใช้บริการน้อยลง ต้นทุนเหล่านี้รวมถึงค่าใช้จ่ายทางการเงิน เวลา ความพยายามในรูปวัตถุและจิตใจ รวมไปถึงประสบการณ์ของลูกค้าในอดีตที่อาจจะเป็นลบหรือไม่พอใจต่อรูปแบบบริการก็ได้

สรุปได้ว่า กิจกรรมทางการตลาดเป็นเรื่องที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพแธค อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีเป็นอย่างมาก จากลักษณะเด่นพิเศษของการให้บริการของผู้ประกอบการแพแธคนั้น ทำให้จำเป็นต้องรวมองค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่น ๆ เข้าไว้ด้วนในกลยุทธ์การบริการ นั่นคือ มีการใช้ “8Ps” ในการบริหารการบริการแบบผสมผสานหรือบูรณาการเนื่องจากมีส่วนสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลสถานที่ ป้ายโฆษณา ชื่อ สัญลักษณ์ประจำแพ การให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม การเดินทางราคาที่พักหรือช่วงของการลดราคาตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่น่าจะเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวแพแธคในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นอย่างยิ่ง

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น สำหรับแนวคิด เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว ที่จะกล่าวในที่นี่จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

#### 3.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

3.1.1 การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ความสำคัญด้านเศรษฐกิจของประเทศการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้นรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อวิถึในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัวการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีผู้ลงทุนในหลายๆรูปแบบทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริงการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนบริการในท้องถิ่นนั้นๆการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขายการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

3.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนการท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนเพิ่มทางด้านผลผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุข โดยทั่วกันการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ

ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตนการท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำและเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบทการท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้ขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมืองการเดินท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอการท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกันการเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จักคุ้นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักความสามัคคีสามัคคีของคนในชาติในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

3.2 ประเภทการท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นแหล่งที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ

3.2.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทย เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ น้ำตกทีลอซู เขื่อนรัชชประภา ภูกระดึง เป็นต้น

3.2.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และปูชนียสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือ ปูชนียสถาน ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชน โบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

3.2.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธีงานประเพณีความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สถาปัตยกรรมในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรมสินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เช่นตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประเพณีงานบวชลูกแก้วจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น

3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ส่งเสริมให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยว และก่อนที่จะก่อให้เกิดการเดินทาง มีอยู่สองประการคือ สภาพเอื้อต่อการท่องเที่ยว (Enable Condition หรือ Travel Facilitator) และแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) สำหรับสภาพการเอื้อเอื้อเพื่อการท่องเที่ยวนั้น เป็นเงื่อนไขที่จะทำให้ผู้คนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ เวลา (Time) และรายได้ (Income) สำหรับเรื่องปัจจัยเวลานั้นสามารถอธิบายได้โดยง่ายว่าคนเราจะเดินทางท่องเที่ยวได้นั้นจำเป็นต้องมีเวลาว่างพอเสียก่อน สำหรับเรื่องรายได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญมาก เพราะถ้าขาดรายได้ก็ไม่สามารถจะเดินทางได้ แต่คำว่ารายได้นี้ น่าจะหมายถึงรายได้หลังจากหักรายจ่ายที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น ที่อยู่อาศัย อาหาร เสื้อผ้า หรือ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเพราะความเจ็บไข้ได้ป่วยเสียก่อนเหลือเท่าใดแล้วจึงนำไปใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รายได้ตรงนี้จึงเป็นรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว (Disposable Income) สรุปได้ว่า ทั้งเวลาและรายได้จะเป็นมูลเหตุปัจจัยให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ส่วนแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่างๆ (Travel Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การขนส่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบแยกกันไม่ออก นักเดินทางต้องการ การขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย มีความสุขสบาย และราคาพอที่ทำให้สามารถใช้บริการได้ ถ้าราคาแพงเกินไป แรงกระตุ้นก็จะน้อยลง ในอดีตก่อนถึงศตวรรษที่ 19 การขนส่งไม่อยู่ในสภาพที่ปลอดภัย ไม่รวดเร็ว และราคาค่อนข้างแพง จึงไม่สามารถก่อให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอัตราที่น่าพอใจได้ ก่อนที่จะมีการนำรถปรับอากาศ (Coach) มาใช้มีการนำเกวียนมาบรรทุก (Carrier's Wagon) ซึ่งเดินทางได้ช้ามาก เช่นระยะทางจากพระนครศรีอยุธยาไปถึงสุโขทัยเป็นระยะทางสั้นๆ ใช้เวลาเป็นสัปดาห์ นอกจากเกวียนจะเดินทางได้ช้ามากแล้ว ถนนส่วนมากจะอยู่ในสภาพที่ทรุดโทรม เพราะอยู่ในฤดูฝน ล้อเกวียนจะบดกับถนนจนกระทั่งกลายเป็นทะเลโคลน การเดินทางโดยเกวียนนอกจากจะไม่สะดวกแล้วยังไม่ปลอดภัยอีกด้วยอย่างไรก็ตามเมื่อถึงศตวรรษที่ 18 มีการประดิษฐ์รถม้า (Stage Coach) ซึ่งทำให้การเดินทางมีความรวดเร็ว และประหยัดเวลาลงได้มาก การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งเคยใช้เวลานับเป็นวันๆ ก็เหลือเพียงเป็นชั่วโมงเท่านั้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการปรับปรุงยานพาหนะให้มีความเร็วขึ้นแล้วก็ตาม แต่ถนนก็มีสภาพที่ทรุดโทรมอยู่ จนกระทั่ง ในปีพ.ศ. 2060 ได้มีการปรับปรุงราคาผิวถนนเรียกว่าเดิม การเดินทางก็สะดวกสบายมากขึ้น เมื่อถึงยุคของรถไฟ ความสะดวกรวดเร็วในเรื่องการเดินทางจึงเริ่มเป็นเรื่องจริง ราคาของการเดินทางโดยรถไฟก็อยู่ในฐานะที่คนส่วนใหญ่สามารถจะใช้บริการได้ ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเท่าเทียมกับการขนส่งคือที่พัก (Accommodation) เมื่อมีระบบขนส่งรถม้าและรถขนส่งไปรษณีย์ แล้วจึงมีแรงผลักดันให้เกิดการสร้างที่พักอาศัยตามสถานที่

ปลายทางต่างๆมากมายโดยเริ่มต้นคัดแปลงให้มีที่พักมณรร้านเหล้า (Ale-House) ก่อน ต่อมายังมีการสร้างโรงนอนหรือโรงเตี๊ยม (Inn) กันมากมาย สำหรับเมืองเล็กๆที่อยู่ห่างไกล ไม่สามารถสร้างธุรกิจที่พักอาศัยได้ ก็จะผลักดันให้เมืองที่เป็นศูนย์กลางในยุโรป เช่น ลอนดอน และนิวยอร์กกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว นักธุรกิจและนักเดินทางจะเดินทางเข้าเมืองดังกล่าวมากขึ้น สรุปได้ว่าแรงจูงใจท่องเที่ยวในสมัยก่อนอยู่ที่ระบบการขนส่ง การคมนาคม และการพัฒนาเรื่องที่พักอาศัยในอดีตแม้จะได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนไปบ้างแล้วก็ตาม แต่ปัญหาบางอย่างก็ยังคงอยู่ เช่น ปัญหาสุขอนามัย ความเสี่ยงต่อโรคภัย และความไม่สะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตรา นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องขนเงินไปกับตัวเองจำนวนมาก ซึ่งอาจจะทำให้เกิดอันตรายได้ การออกหนังสือต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางก็ยังไม่ค่อยสะดวก ยกเว้นกรณีของพ่อค้า หรือนักธุรกิจถ้าจะพิจารณาให้ดีแล้วปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการเดินทางทั้งสองปัจจัยมีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือปัจจัยเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Enable Condition) ที่มีปัจจัยเวลา และรายได้เป็นตัวเร่งให้เกิดการเดินทางเติบโตเร่งเร้าที่นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอยู่แล้วให้ออกเดินทางนั้นเป็นการเร่งเร้าจากภายนอก และปัจจัยแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) อันได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ความปลอดภัย สุขอนามัย จะมีอิทธิพลมากกว่า เพราะเป็นแรงผลักดันจากภายในอันก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะสะดวกหรือไม่ ปลอดภัยหรือไม่ หรือเสี่ยงต่อโรคภัยไข้เจ็บหรือไม่ ถ้าผู้คนมีทัศนคติดังกล่าวในทางที่ดีและแน่ใจในปัจจัยเร่งเร้าแล้ว ก็จะผลักดันให้เกิดความต้องการในการเดินทาง นอกจากแรงกระตุ้นดังกล่าวจะผลักดันจากภายในแล้ว สิ่งที่ส่งเสริมให้เกิดแรงกระตุ้นที่ดีมากอย่างหนึ่งก็คือการเตือนให้นักเดินทางตระหนักถึงสุขอนามัย การให้การศึกษาในการเดินทาง และการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในถิ่นหรือประเทศอื่น ปัจจัยทั้งสองตัวที่เป็นปัจจัยภายนอกและภายในดังกล่าวจะเป็นตัวเพิ่มโอกาสให้เกิดการเดินทาง และสร้างความต้องการในการเดินทางในที่สุด

3.4 บทบาทของรัฐบาลโดยทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีหลายๆแนวทางที่รัฐบาลสามารถสนับสนุน และผลักดันความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เช่น การสนับสนุนภาคเอกชนในการลงทุน การใช้กลไกของรัฐในการผลักดันเอกชนให้มีการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมถึงการผลิตโดยรัฐบาลเพราะเนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวพันกับเป้าหมายทางเศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมของประเทศ บางส่วนจึงเป็นหน้าที่ของรัฐโดยตรงที่จะทำการตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรของชาติหรือการสร้างปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นแก่สังคม บทบาทและหน้าที่ของรัฐบาลโดยทั่วไปในด้านการท่องเที่ยวได้แก่

3.4.1 การศึกษาและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงการเก็บเกี่ยวข้อมูลและสถิติในเรื่องที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อประโยชน์ทั้งการวิจัยและการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวของประเทศ

3.4.2 จัดทำหรือสนับสนุนการจัดการทำการศึกษ หรือวิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดศักยภาพในพื้นที่ตลาดที่จะดำเนินการส่งเสริมและเผยแพร่

3.4.3 การสำรวจทัศนคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศต่างๆ เพื่อนำเป็นข้อมูลประกอบการดำเนินการส่งเสริมและเผยแพร่ให้สอดคล้องกับความสนใจและความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ หรือแต่ละตลาด

3.4.4 วางแผนและกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางที่ 2 และ 3 รวมถึงการวางแผนการใช้ที่ดิน และแผนกายภาพเพื่อกำหนดศักยภาพในการพัฒนาและจัดสรรทรัพยากรลงไปในพื้นที่ต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยวรวมถึงการเสนอแนะให้หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิจารณาและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว

3.4.5 มีการประเมินอุปทานทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ โรงแรม และที่พักอาศัย ภัตตาคาร และร้านอาหาร ความสะดวกสบายด้านต่างๆ โครงสร้างปัจจัยพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับอุปทานทางการท่องเที่ยวในระยะสั้นและในระยะยาว

3.4.6 ดำเนินการทางด้านการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและเผยแพร่ การท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ

3.4.7 ดำเนินการหรือสนับสนุนให้มีการดำเนินการผลิตหรือฝึกอบรมบุคลากรเพื่อให้บริการทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ

3.4.8 ออกกฎหมายควบคุมและบังคับใช้กฎหมายในเรื่องต่าง ที่เกี่ยวข้องหรือเป็นองค์ประกอบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อผลประโยชน์ในตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเอง และเพื่อผลประโยชน์โดยรวมของประเทศ

3.4.9 เป็นหน้าที่ของรัฐบาลโดยตรงที่ต้องดำเนินการจัดสรรโครงสร้างปัจจัยพื้นฐานในพื้นที่ต่างๆ เพื่อความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การที่ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวเข้ามาพิจารณาถึงการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดกาญจนบุรี ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประชากรในท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดมิตรไมตรีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้ที่มาท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น ประเภทตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สำหรับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว มี 2 ประการคือ สภาพเอื้อต่อการท่องเที่ยว และแรงจูงใจ

เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งบทบาทของภาครัฐบาลจะต้องทำหน้าที่ที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศและสามารถควบคุมให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้

### อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในการพิจารณาองค์ประกอบ ของคำว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาจพิจารณาเป็นได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

3.5 ในลักษณะของกระบวนการผลิต ในระบบของอุตสาหกรรมทั่วไป กล่าวคือ มี

3.5.1 โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ยาก มีสถานที่พักผ่อน และ บริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว

3.5.2 วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม

3.5.3 การลงทุนสร้าง โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ การลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

3.5.4 การใช้งานสาธารณูปโภคต่าง ๆ การผลิตสินค้า และการบริการ

3.5.5 ผลผลิต ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

3.5.6 การส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ผลิตผลเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการรณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลิตผลเหล่านี้ ทั้งจากภายในและนอกประเทศ จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่นๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลืองสูญหาย หากมีมาตรการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนพัฒนาอย่างมีระบบ ทั้งยังไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่งเพื่อนำผลผลิตออกไปขาย แต่ผู้ซื้อจะเดินทางมาซื้อถึงที่ จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีปล่องควัน ที่ลงทุนไม่มากแต่ผลตอบแทนสูง

3.6 ในลักษณะภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมให้บริการที่มีความเจริญเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในทุกทวีปของโลก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมผลิตสินค้าประเภทอื่น ๆ บริการหรือสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพราะไม่สามารถจะสั่งเอาแหล่งท่องเที่ยวมาบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองเหมือนผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทอื่นได้ จึงทำให้มีกระบวนการในระบบการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (Tourism Service System) อันได้แก่ การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้า – ออกระหว่างประเทศ การบริการบริษัทนำเที่ยว การบริการมัคคุเทศก์ การบริการสถานที่พักผ่อน การบริการภัตตาคารร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการการบินเหิง และระบบการให้ความคุ้มครอง

รักษาความปลอดภัย เข้ามาทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงอำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสยังแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ตามที่ปรารถนา ซึ่งความปรารถนาหรือความต้องการ (Demand) ทางการท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นเชิญชวน ด้วยขบวนการในระบบของการตลาด (Marketing System) จนทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวขึ้น และผลของการที่ได้ใช้บริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมกับการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าได้รับความประทับใจ เพียงพอใจมากน้อยเพียงไร ซึ่งทุกประเทศที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่างก็มุ่งมั่นปรารถนาที่จะพัฒนาให้ประเทศของตนอยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว เพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาล จากปฏิภริยา ลูกโซ่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะช่วยขยายผลชักชวนให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อันเป็นที่มาของรายได้เข้าประเทศ ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพในสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องให้แพร่กระจายไปทุกพื้นที่ทั้งในเมืองและชนบท ลดปัญหาการว่างงาน ช่วยบรรเทาการอพยพเข้ามาหางานทำในเมือง ช่วยฟื้นฟูงานกิจกรรม ประเพณี การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ชื่อเสียงของประเทศชาติ ให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในเวทีระหว่างประเทศ ในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างดี ดังนั้นประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจึงใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Natural Resource Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (First Hand Ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่ จึงมักปรากฏอยู่ในพื้นที่พื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่า และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติว่าเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Nature Attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (Solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (Destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจ เหล่านี้ อาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพ ทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบ

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (Historical, Archaeological and Regions Destination) และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และประเพณี (Art, Culture and Traditional Destinations) เข้าไว้ด้วยกัน

ดังนั้น หากมองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจัดได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์เพื่อรองรับ การท่องเที่ยว และเป็นวัตถุประสงค์ประเภที่ใช้แล้วไม่หมดไป หรือสูญหายหากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การ ปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยว ยังประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไป ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกินขีดความสามารถของระบบที่จะรองรับได้ (Carrying Capacity)

2. นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540:9-12) ระบุว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระติ (Hard-core Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (Dedicated Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปที่สถาน ที่ ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (Mainstream Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลาในรวันดา (Rawanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยว ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (Casual Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไปนอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2539 ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกใน การอนุรักษ์ธรรมชาติ

การตลาด นับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไร โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (Expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่า

รูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสม กับความสนใจ และตรงตามความต้องการของ ตนเองหรือไม่ และสามารถยอมรับกฎ หรือกติกาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หรือไม่

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพ ของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ (Qualitative Tourism) มากกว่า การท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (Quantitative Tourism) อันจะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ดร.ชนิ เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เศรษฐมาต: 2539)

การบริการ การท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการเพื่อให้ นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ท้องถิ่นท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นใน ภาคบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Ecology) เป็นมีคฤเทศก์นำทางในการเดินป่า เป็นต้น

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco - System) ในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้าน พื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-Based-Tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustain Ably Managed Tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-Based Tourism)

4.องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement Of Local Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass Root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมชุมชน (Community Participation-Based Tourism)

หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไปความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนอาจกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco - System) มีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพัฒนาอารยธรรมของมนุษย์ในการเอาชนะธรรมชาติ (ที่รวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ไว้) ลักษณะเฉพาะนี้จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ใช่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism และ Historical Tourism) แม้ว่าจะมีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตาม ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) จึงไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงมีบางส่วนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้หรือแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ อาจมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ ได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมให้บริการที่มีความเจริญเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งนี้การท่องเที่ยวนี้จึงหมายถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural - Based Tourism) และแหล่งวัฒนธรรม (Cultural - Based Tourism) อันจะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอัน

ทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

#### 4. แนวคิดของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้านซึ่งอาจพิจารณาถึงลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ

2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น

3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างฉับไว และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้

4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General Management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร

5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance Intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

#### คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องอาศัยเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ที่มีคุณสมบัติที่ตีความเหมาะกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา วิฑูรย์ สิมะโชคติ (วิฑูรย์ สิมะโชคติ 2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเจ้าแก้มใหม่ที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็น โอกาสและหาช่องทางทางการค้า ได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็น โอกาสอย่างมัวร์ริอ มิฉะนั้น จะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ

3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพ การแข่งขันสูง

4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหามากมาย ถ้าแก่หรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้ จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง

5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ

6. ต้องเป็นคนที่วิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกลุ่มช่องทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคต ด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน

7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

ทิมโมธี เอส. แฮทเทิน (Timothy S. Hatten) (Hatten 1997: 31, 40) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอดุสาหะ (Perseverance)
2. มีความอดทน (Patience)
3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)

นอกจากนี้ Hatten ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความคุณสมบัติเฉพาะ ดังนี้

1. ความมุ่งมั่น ปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. ต้องมีความรู้จริง รู้ลึก ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ

เมื่อเปรียบเทียบโอกาสหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็กแล้ว จะพบว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบและมีโอกาสมากกว่าเสมอ อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดเล็ก ก็สามารถเผชิญหน้ากับปัญหาดังกล่าว และดำรงอยู่รอด พร้อมทั้งสร้างความเจริญเติบโตได้ ด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างความได้เปรียบทางการ

แข่งขัน (Competitive Advantage) ธุรกิจขนาดเล็กสามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ด้วยการสร้างศักยภาพให้ตนเองมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่าจะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า แต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยน การผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า ในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะ ของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

2. สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ มักมีจุดเริ่มต้นมาจาก นักประดิษฐ์อิสระ และจากกิจการขนาดเล็ก ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้น จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิม และพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทน จากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และ โรงงาน ผู้ประกอบกิจการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้นด้วย จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

Small Business Administration (SBA) (Hatten 1997: 18) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม

2.2 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิม หรือเหนือกว่าคู่แข่ง

2.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management Innovation) เป็นการคิดหาวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality) ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้า ต้องการ ในราคาที่เต็มใจจะจ่าย โดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการ มากกว่าผลิตภัณฑ์

ของกลุ่มแข่งขันดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานเพราะไม่เพียงแต่จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ คือ

1. ขนาดของตลาดมีมากพอที่จะสร้างกำไรได้เพียงใด
2. มีเงินทุนหรือแหล่งเงินทุนเพียงพอเพียงใด
3. สามารถเสาะหาพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพได้หรือไม่ รวมถึงรักษา  
ลูกจ้างที่ดีไว้ในองค์กร ต่อไปได้อย่างไร
4. มีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้เพียงใด

จากที่ได้นำแนวคิดของการประกอบการเข้ามาพิจารณาศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแพคเกจจิ้งในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม มีความคิดสร้างสรรค์ ในการเริ่มต้นธุรกิจ สามารถ เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร มีความสามารถในการจัดการทั่วไป ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจ และการจัดสรรทรัพยากร มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance Intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการประกอบธุรกิจแพคเกจจิ้งในจังหวัดกาญจนบุรี

### 5. แนวคิดเกี่ยวกับคลัสเตอร์

ความหมายของคลัสเตอร์ (Cluster) คลัสเตอร์ หมายถึง การกระจุกตัวหรือการรวมกลุ่มของวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นหรือพื้นที่ ที่ใกล้เคียงกัน โดยที่วิสาหกิจในกลุ่มผลิตสินค้าที่มีลักษณะ เหมือนกัน เกี่ยวข้องกัน หรือส่งเสริมกัน จึงเผชิญกับปัญหา อุปสรรค และการ ทำทายทางธุรกิจที่คล้ายกัน นอกจากนี้ คลัสเตอร์ยังหมายรวมถึง สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบ ที่จะช่วยกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการพัฒนาคลัสเตอร์ให้ครบวงจร ด้วย (ที่มา: UNIDO) ความหมายของคลัสเตอร์โดยทั่วไปมีความหมายคล้ายคลึงกับ Agglomeration Economies ความแตกต่างกันอยู่ที่ว่า ลักษณะของคลัสเตอร์เป็นการสังเกตพบ ภายใต้ลักษณะของการกระจุกตัวทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่ง คลัสเตอร์หมายถึง "การกระจุกตัวของวิสาหกิจในแหล่งหนึ่งๆซึ่งได้ประโยชน์ในการดำเนินงานจากการอยู่ในแหล่งเดียวกัน"

Michael Porter ได้ใช้แนวคิดของคลัสเตอร์ ในหนังสือเรื่อง The Competitive Advantage of Nations (1990) โดยได้พัฒนาความได้เปรียบจาก 4 ปัจจัย (Diamond of Advantage) ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยนี้เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยการผลิต (Factor

Conditions) ปัจจัยด้านดีมาน (Demand Condition) กลยุทธ์การแข่งขันอุตสาหกรรม (Industry Strategy/Rivalry) และอุตสาหกรรมสนับสนุน (Related And Supporting Industries) Michael Porter ได้ให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งกระจุกตัวอยู่ในคลัสเตอร์ วิธีการวิเคราะห์ดังกล่าวใช้ในการวิเคราะห์ในระดับพื้นที่ภูมิภาค โดยนำมาใช้ในการวิเคราะห์เมืองอุตสาหกรรม หรือเขตอุตสาหกรรม

Jacobs และ DeMan (1996) และ Rosenfeld (1996, 1997) ได้เสนอการให้คำจำกัดความของคลัสเตอร์ที่ลดลงไปว่า จะต้องคำนึงถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานในเขตพื้นที่เดียวกัน มีความสัมพันธ์ในแนวตั้งหรือแนวนอนระหว่างกัน ใช้เทคโนโลยีร่วมกัน หรือมีศูนย์กลางร่วมกัน (central actor) เช่น ธุรกิจขนาดใหญ่หรือสถาบันวิจัยร่วมกัน และมีเครือข่ายของธุรกิจหรือรูปแบบการร่วมมือที่มีคุณภาพ (Jacobs และ DeMan 1996) ในการที่จะให้คำจำกัดความของคลัสเตอร์นั้นจะต้องคำนึงถึงขนาดของคลัสเตอร์ประกอบด้วย ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของคลัสเตอร์นั้นๆ ความกว้างของผลิตภัณฑ์ที่คลัสเตอร์นั้นผลิตหรือให้บริการ ตลอดจนการใช้ปัจจัยนำเข้าร่วมกัน ซึ่ง Resenfeld ได้เสนอคำ จำกัดความของคลัสเตอร์ ซึ่งจะต้องเน้นความสำคัญของบทบาทร่วมกัน และความร่วมมือระหว่างกัน จึงจะเป็นลักษณะของคลัสเตอร์

ลักษณะของคลัสเตอร์ จึงเป็นลักษณะการดำเนินงานที่มีพลวัตเกิดขึ้นจากการดำเนินงานร่วมกันระหว่างธุรกิจในพื้นที่เดียวกัน (Doeringer และ Terkla 1995, Rosenfeld 1996, Jacobs and DeMan 1996 และ Jacobs and DeJong 1992) นอกจากนี้ ลักษณะสำคัญของคลัสเตอร์จะเป็นการทำงานร่วมกันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งมีความหมายถึงการกระจุกตัวทางอุตสาหกรรม (Industry concentration) โดยที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมในการที่จะสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างกัน ดังนั้นลักษณะที่สำคัญของคลัสเตอร์จึงเป็นเรื่องของความร่วมมือทางสังคมในการที่จะผลิตสินค้าร่วมกันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง หรือในส่วนตลาดส่วนใดส่วนหนึ่งที่มีลักษณะจำเพาะ การดำเนินการดังกล่าวนี้จะต้องมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน หรือความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกัน จึงจะก่อให้เกิดลักษณะของคลัสเตอร์ที่มีพลวัต (Jacobs and DeMan 1996) และ (Saxenian 1994)

ในการที่จะอธิบายหรือให้คำจำกัดความคลัสเตอร์นั้น มีวิธีการที่จะใช้การวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าและผลิตภัณฑ์ (Input-output analyses) วิเคราะห์ในเขตใดเขตหนึ่ง (Rosenfeld 1997) วิธีการดังกล่าวจะทำให้สามารถที่จะให้ค่าการกระจุกตัวของธุรกิจในเขตนั้นๆ ซึ่งวิธีการนี้ Porter ได้ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบคลัสเตอร์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถใช้เทคนิคที่เรียกว่า cluster analysis เพื่อทำการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันที่อยู่ในเขตบริเวณเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามวิธีการวิเคราะห์ดังกล่าวก็ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างธุรกิจด้วยกัน

เช่น การให้ช่วงการผลิตหรือการรับช่วงการผลิตระหว่างกัน หรือความร่วมมือในด้านข่าวสารระหว่างกัน ดังนั้นการสำรวจในเชิง คุณภาพจึงมีความสำคัญที่จะใช้ในการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย หรือระหว่างผู้ผลิตระหว่างกัน (Doeringer and Terkal 1995, Jacobs and DeMan 1996, Sternberg 1991, State and Local Policy Program 1998) ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาคลัสเตอร์มาจากความประหยัดซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก (Externalities) ซึ่งทำให้ต้นทุนซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยที่อยู่ภายนอกธุรกิจลดลง หมายความว่าก่อให้เกิดความประหยัดจากต้นทุนด้านการขนส่งลดต้นทุนในการจัดซื้อ สามารถเข้าถึงแรงงานที่มีทักษะได้ง่ายขึ้น หรือการใช้พื้นฐานทางโครงสร้างสังคมร่วมกัน ความคิดดังกล่าวมาจากแนวความคิดของ Alfred Marshal แต่ Porter เห็นว่ากระบวนการแข่งขันซึ่งเกิดขึ้นระหว่างธุรกิจในกลุ่มคลัสเตอร์เป็นปัจจัยที่ทำให้คลัสเตอร์นั้นเจริญเติบโตขึ้น เนื่องจากการแข่งขันจะทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ และทำการปรับปรุงเทคโนโลยี หรือผลิตภัณฑ์ใหม่

งานศึกษาของ Doeringer และ Tarkla 1995, Rosenfeld 1997 ได้ชี้ให้เห็นว่าการพบกันตัวต่อตัวระหว่างกันในกลุ่มคลัสเตอร์นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้คลัสเตอร์นั้นสามารถที่จะพัฒนาขึ้นได้ เพราะว่าการพบกันตัวต่อตัวเหล่านี้มี ประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดเล็กที่มีความสามารถจำเพาะซึ่งสามารถที่จะเข้าสู่ตลาด niche เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีหรือของลูกค้า ความถูกต้องและรวดเร็วของการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันจะช่วยทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วน ผู้ประกอบเครื่องจักร ผู้จัดจำหน่ายสามารถนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็ว (Rosenfeld 1997) โครงสร้างพื้นฐานทางสังคมภายในแต่ละคลัสเตอร์ จะเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ช่วยสนับสนุนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้เทคโนโลยีระหว่างกัน ซึ่งเป็น ปัจจัยที่ทำให้คลัสเตอร์สามารถจะเจริญเติบโตขึ้นได้ ผลประโยชน์ซึ่งเกิดขึ้นจาก การกระจุกตัวของธุรกิจที่จำเป็นจะต้องใช้ปัจจัยร่วมกัน นอกเหนือจากการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน ได้แก่ การพัฒนาทักษะของแรงงานใน คลัสเตอร์ นโยบายของการพัฒนาเศรษฐกิจ มักจะเน้นที่การสร้างกลไกให้ธุรกิจแต่ละรายดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่านโยบายการส่งเสริมธุรกิจเป็น กลุ่มหรือเป็นอุตสาหกรรม ในระยะหลังแนวคิดของการพัฒนาเศรษฐกิจชนบท หรือเศรษฐกิจในภูมิภาค ทำให้นักเศรษฐศาสตร์สนใจการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยให้สามารถสนองความต้องการของธุรกิจเป็นกลุ่มภูมิภาค

ความสำเร็จของการดำเนินนโยบาย หรือการประเมินผลจากนโยบาย ของนโยบายคลัสเตอร์จะต้องพิจารณาถึงประสิทธิภาพโดยรวมของแต่ละ คลัสเตอร์ ปัญหาที่มีการวิจารณ์เกี่ยวกับนโยบายคลัสเตอร์นั้น เกิดขึ้นจากเศรษฐกิจ ใดเศรษฐกิจหนึ่งมีการมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมใด

อุตสาหกรรมหนึ่งมากเกินไป จะก่อให้เกิดความเสี่ยง เนื่องจากลักษณะ Over-Specialization ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกระจายความเสี่ยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นด้วย หรือนัยหนึ่งจะต้องมี คลัสเตอร์ที่มีความแตกต่างกันบ้างในระบบเศรษฐกิจใดเศรษฐกิจหนึ่ง

ดังนั้นความสามารถในการแข่งขัน โดยทั่วไปจึงหมายถึง ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การเพิ่มผลผลิต-ผลิตภาพ (Productivity) ความสามารถในการจัดการและการตลาด กลยุทธ์และการวางตำแหน่ง (Strategy and Positioning) ความพร้อมในการตอบสนองทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และเวลาในการส่งมอบ ในประเทศสหรัฐอเมริกาปรากฏว่า การสร้างเทคโนโลยีนั้นเกิดขึ้นในภูมิภาคเห็นได้ชัดว่าสิ่งที่ทำให้เกิดเทคโนโลยีและคลัสเตอร์ประสบความสำเร็จนั้นมาจากการกำหนดตำแหน่งที่ได้เปรียบในการแข่งขันว่าจะเสนอ มูลค่าหรือคุณค่าใดให้กับลูกค้าได้ถูกต้อง และความสามารถในการดำเนินงาน ในประเทศสหรัฐอเมริกาจึงมีคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมไฮเทคเกิดขึ้น เป็นจำนวนมากทั่วประเทศ ความสำคัญของคลัสเตอร์เป็นแนวความคิดของ The Knowledge Spillover Model โดยที่ความรู้จากมหาวิทยาลัย Stanford หรือ MIT ได้ถูกนำออกไปใช้ในการสร้างธุรกิจ พบในกรณีของ Hewlett และ DEC ต่อมามหาวิทยาลัย เองก็ยังสามารถออกไปดำเนินงานยังบริษัทดังกล่าว และบริษัทดังกล่าว ขยายตัวจึงได้ให้เงินสนับสนุนในการวิจัยกลับมาให้ยังสถาบันการศึกษา ลักษณะ ความสัมพันธ์นี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษากับคลัสเตอร์ที่ทำให้ เกิดความสามารถในการแข่งขันในคลัสเตอร์นั้นๆ

องค์ประกอบที่สำคัญของคลัสเตอร์ แบ่งเป็น 7 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่ 1 ผู้สร้างและพัฒนาเทคโนโลยี (Knowledge Producing Agents)
- กลุ่มที่ 2 ตัวกลาง (Bridging Institutions)
- กลุ่มที่ 3 ซัพพลายเออร์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialized Suppliers)
- กลุ่มที่ 4 บริษัทที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายธุรกิจเข้าด้วยกัน (Interconnected Companies)
- กลุ่มที่ 5 บริษัทที่เกี่ยวข้องอื่นๆ (Firms in Related Industries)
- กลุ่มที่ 6 ผู้อำนวยการความสะดวกในด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการ (Service and Specialized Infrastructure Providers)
- กลุ่มที่ 7 ลูกค้า (Customers) ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของคลัสเตอร์ จะทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพ และกลไกการพัฒนาการภายในคลัสเตอร์จะมาจากการแข่งขันโดยที่บุคลากรในคลัสเตอร์เป็นคนที่นำเอาความรู้ออกไปใช้

เงื่อนไขความสำเร็จของคลัสเตอร์ในอเมริกาเช่น Silicon Valley เกิดขึ้น จากปัจจัยที่สำคัญคือวิญญูณการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญของนัก ประกอบวิสาหกิจ และมี

วัฒนธรรมที่ให้ความร่วมมือระหว่างกันในการดำเนินงาน เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ที่จำเป็นที่ต้องใช้ในการประกอบการ ปัจจัยทั้ง 3 ประเด็นข้างต้นนอกจากจะทำให้เป็นเงื่อนไขของความสำเร็จของคลัสเตอร์แล้ว ยังมีปัจจัยที่สำคัญอีก 3 ประการคือ เป็นแหล่งที่รวบรวมบุคลากรที่มีความสามารถ พร้อมทั้งมีการวิจัยที่ก้าว หน้าร่วมมืออย่างทันสมัย ได้มีการแข่งขันที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นในงานวิจัยยังพบว่าความสำเร็จของคลัสเตอร์ จำเป็นจะต้อง ได้รับการสนับสนุนหรือมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนจึงจะทำให้การวางตำแหน่งและทิศทาง ของคลัสเตอร์นั้นชัดเจน ในช่วงต้นของการพัฒนาพบว่า คลัสเตอร์อาจจะเกิดขึ้น แบบอิสระ เช่น คลัสเตอร์ที่ Ottawa ในประเทศ Canada นอกจากนั้นรูปแบบ ของคลัสเตอร์ซึ่งเกิดขึ้นจากการวางแผน เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์ Hsinchu ที่ได้หวั่น ลักษณะของคลัสเตอร์อีกประเภทหนึ่งเป็นคลัสเตอร์ซึ่งเกิดขึ้นจากการ เป็นศูนย์กลางของธุรกิจข้ามชาติ เช่น คลัสเตอร์ Bangalore ในประเทศอินเดียลักษณะของคลัสเตอร์อีกประเภทหนึ่งเป็นคลัสเตอร์ซึ่งเกิดขึ้นจากการเป็นฐาน ผลิตของธุรกิจข้ามชาติ เช่น ฐานการผลิตที่ไอร์แลนด์ เมื่อเปรียบเทียบ ลักษณะของคลัสเตอร์แต่ละประเภทแล้วจะพบว่า จำเป็นจะต้องมีการให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาพร้อมๆ กัน ทั้ง 3 ด้านคือ การจัดองค์การ การตลาด และเทคโนโลยี โดยจำเป็นจะต้องมีปัจจัยสนับสนุน เช่น การได้รับการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นมีสถาบันการศึกษาและวิจัย มีเครือข่าย การสื่อสารที่ติดต่อระหว่างกันได้ดี สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการประกอบ ธุรกิจใหม่มีบุคลากรที่มีความสามารถและต้องการเป็นผู้ ประกอบการ มีจุดเด่นที่ชัดเจนของคลัสเตอร์นั้นๆ และเป็นที่ยอมรับถึงศักยภาพ จากภายนอก ซึ่งการพัฒนาคลัสเตอร์นั้นหากให้ก่อตัวเอง จะต้องการเวลาในการ พัฒนาที่จะเข้าถึงขนาดที่เหมาะสม ดังนั้น นโยบายรัฐบาลมีส่วนช่วยในการ เร่งการเจริญเติบโตของแต่ละคลัสเตอร์ได้ ซึ่งจะต้องเป็นการสนับสนุนด้าน โครงสร้างพื้นฐาน เน้นเชิงพาณิชย์ทำให้บริษัทข้ามชาติสนใจ มีแนวคิดในด้านการเพิ่มคุณค่ามากกว่าการดำเนินการเพียงผลิตตามปกติ

ตัวอย่างของคลัสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จมาก เช่น Silicon Valley นั้น มีลักษณะเด่นคือ มีการเติบโตในอัตราเฉลี่ยที่สูงมาก และมีการขยายตัวออกไป ยังตลาดโลกได้อย่างรวดเร็ว งานวิจัย แสดงให้เห็นว่าในที่ที่มีโอกาสและมีความ ร่วมมือระหว่างรัฐบาลกับอุตสาหกรรม และระหว่าง สถาบันการศึกษากับ อุตสาหกรรมในระดับที่สูง จะทำให้มีการสนับสนุนจากแหล่งเงินได้ง่ายขึ้น สถาบัน การศึกษา Silicon Valley มีบทบาทค่อนข้างสูง ในการที่จะสนับสนุนงานวิจัยให้ กลางเป็น ธุรกิจเชิงพาณิชย์ซึ่งทำให้ความรู้กลายเป็นอุตสาหกรรมใหม่ นอกจาก นั้น ยังพบว่ามีความ รวดเร็วในการที่จะนำเอาผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้เร็วกว่าที่ อื่นสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนส่งผล ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ใน Silicon Valley คือมหาวิทยาลัย Stanford ต่อมาในปี 1996 มหาวิทยาลัย

Stanford จัดตั้ง Center for Entrepreneurial Studies ของ Graduate School of Business เพื่อสนับสนุนการศึกษาสำหรับผู้ประกอบการในการสร้างบุคลากร สร้างนวัตกรรม ทำวิจัย ให้การสนับสนุน และสร้างความร่วมมือกับชุมชน ซึ่งบุคลากรจากมหาวิทยาลัยนี้กลายเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ

1. "geographical concentrations of industries that gain performance advantages through collocation (Doeringer and Terkla 1995, pg. 225)"

2. และเขาได้เสนอรูปแบบของคลัสเตอร์ 2 ประเภทด้วยกัน คือ คลัสเตอร์ในแนวตั้ง (vertical clusters) และคลัสเตอร์ในแนวนอน (horizontal clusters) คลัสเตอร์ประเภทแรกนั้นประกอบด้วยธุรกิจ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกันผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ในขณะที่คลัสเตอร์ประเภทหลังประกอบด้วยธุรกิจซึ่งร่วมมือกันอยู่ในกลุ่มลูกค้าเดียวกันในการที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ใช้เทคโนโลยีร่วมกัน หรือใช้ทักษะของพนักงานร่วมกัน หรือใช้ทรัพยากรที่คล้ายคลึงกัน

3. "A geographically bounded concentration of similar, related or complementary business, with active channels for business transactions, communications and dialogue, that have specialized infrastructure, labor markets and services, and that are faced with common opportunities and threats." Rosenfeld (1997 pg. 10)

4. พื้นฐานที่สำคัญทางสังคมที่ทำให้ คลัสเตอร์ ประสบความสำเร็จดังจะพบได้ในงานการศึกษากรณี Silicon Valley มาจากความร่วมมือระหว่างกันที่สามารถไว้วางใจได้

5. ผลจากการแข่งขันดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจมีการแยกตัวออกไปเปิดธุรกิจใหม่ (spin-off) และกระตุ้นให้มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาตลอดจนพัฒนาทักษะหรือบริการใหม่ เรามักจะพบว่าพนักงานในบริษัทที่อยู่ในคลัสเตอร์จะสามารถโยกย้ายงานไปยังบริษัทอื่นๆ ที่อยู่ในคลัสเตอร์เดียวกันจึงทำให้สามารถที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในระหว่างกันและกัน ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการเติบโตและการแข่งขัน ทิศทางของการเติบโตของคลัสเตอร์ มีทั้งการขยายตัวในแนวนอน โดยใช้เทคโนโลยีหรือทักษะใหม่ๆ ก้าวข้ามไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ที่แตกต่างออกไป (Horizontal Clustering) หรือมีการแบ่งงานที่ลึกลงไป และธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่สามารถเข้าสู่ตลาด niche (Vertical Integration)

6. นโยบายคลัสเตอร์ (Industry Cluster Policies) จึงช่วยในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค กระตุ้นการแข่งขัน สร้างอุตสาหกรรมใหม่ นโยบายดังกล่าวได้ใช้ในสหรัฐอเมริกาในแต่ละมลรัฐเพื่อกระตุ้นและสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Rosenfeld 1996) Porter ได้เสนอว่า

นโยบายดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจในเขตเมืองด้วยเช่นกัน (Inner City Economic Development)

7. ซึ่ง Rosenfeld 1997 ได้เสนอให้ใช้จำนวนของธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น ความสามารถของแรงงานที่เพิ่มขึ้น ความเข้มข้นของคุณภาพของเครือข่ายธุรกิจที่เกิดขึ้น

8. ในทฤษฎีเดิมของพวก Physic rats เห็นว่า ความมั่งคั่งของประเทศเกิดขึ้นมาจากที่ดิน ดังนั้นจึงมองความสำคัญของทรัพยากรที่อยู่ในภูมิภาค ปัจจุบันแนวความเห็นใหม่เป็นว่าความมั่งคั่งนั้นเกิดขึ้นจากทุนมากกว่าแรงงาน แต่ก็ประสบปัญหาผลตอบแทนที่ลดลง (Diminishing returns) ตามแนวความคิดของ Malthus ที่ว่า ขณะที่อุปทานของอาหารมีอัตราการเพิ่มขึ้นแบบเลขคณิต ในขณะที่อัตราการเติบโตของประชากรเพิ่มขึ้นแบบเรขาคณิต จึงทำให้ในที่สุดประชากรจะอดอยากหมดอย่างไรก็ตาม แนวความคิดของทฤษฎีการเติบโตสมัยใหม่เห็นว่าสามารถที่จะสร้างการเติบโตให้มีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น (increasing returns) โดยการเพิ่มการใช้เทคโนโลยีหรือเพิ่มประสิทธิภาพของเทคโนโลยี

9. ตามแห่ง cluster ที่สำคัญ เช่นใน Denver มีอุตสาหกรรม Cable (Bill Danieis) ในช่วงปี 1940 และใน Minneapolis เกิดอุตสาหกรรม Mainframes (Bill Norris) และอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ (Earl Bakken) ในช่วงปี 1940 ใน Silicon Valley เกิดอุตสาหกรรมวิทยุ (Lee DeForest) และอุตสาหกรรม Semiconductors (William Shockley) ในช่วงปี 1910 และ 1950 ใน San Diego เกิดอุตสาหกรรมโทรคมนาคม (Irsin Jacobs) ในปี 1960

10. โดยมีกระบวนการคัดสรรตามธรรมชาติซึ่งเกิดจากการแข่งขันว่าเทคโนโลยีประเภทใดจะเหมาะสมกับการแข่งขันของการตลาด จึงทำให้คลัสเตอร์แต่ละคลัสเตอร์สามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมใหม่ได้สำเร็จ เนื่องจากการสิ้นสุดลงของอุตสาหกรรมที่ไร้ประสิทธิภาพพร้อมๆ กับการเกิดใหม่ของเทคโนโลยีที่ตรงกับความต้องการ

11. เกิดหลังสงครามโดยมีธุรกิจประมาณ 900 บริษัท และมีผู้เชี่ยวชาญ 45,000 คน ดำเนินงานอยู่ในธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม เป็นศูนย์กลางของงานวิจัยด้านสื่อสารโทรคมนาคมของแคนาดาแกนหลักคือ ห้องวิจัยของรัฐบาล และเครือข่ายของบริษัท Nortel โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นผู้มีส่วนร่วมที่สำคัญ ซึ่งรัฐบาลต้องให้ความสนใจจึงทำให้จัดตั้งสถาบันวิจัยขึ้นในคลัสเตอร์ดังกล่าวในปี 1984 ที่ทำให้เป็นแกนกลางสำคัญ แต่เนื่องจากคลัสเตอร์นี้อยู่ห่างจากตลาดหลักจึงจะเน้นด้านการออกแบบมากกว่าการผลิต ปัจจุบันคลัสเตอร์นี้มีบริษัทที่มีชื่อเสียงและมีแหล่งการเงินให้การสนับสนุน มีความสามารถด้านการวิจัยและห้องทดลองในด้านโทรคมนาคมที่มีความสามารถ

12. ก่อตั้งเมื่อปี 1980 เลียนแบบ Silicon Valley เนื่องจากมีนักวิจัยชาวได้หวนกลับจากอเมริกา มาอยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์นี้ เกือบครึ่งหนึ่งของนักวิจัยทั้งหมดของที่นี่ มีบริษัทประมาณ 200 บริษัท พนักงาน 60,400 คน และมียอดขายประมาณ 480,000 ล้านบาท ในอุทยานวิทยาศาสตร์นี้มีมหาวิทยาลัย 2 แห่ง รัฐบาลได้เริ่มลงทุนด้วยเงินประมาณ 20,000 ล้านบาท ซึ่งหนังสือพิมพ์ The Economist ได้ยกย่องว่าเป็นตัวอย่างของการดำเนินงานจากภาครัฐที่ดี ซึ่งทำให้รัฐบาลสามารถใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

13. เริ่มต้นจากรัฐบาล Kanataka ได้สร้าง Electronics City ขึ้น ที่มีพื้นที่ขนาด 300 เอเคอร์ ขึ้นในปี 1980 ทั้งๆ ที่ในบริเวณนี้ขาดโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและไฟฟ้า ต่อมาบริษัท Texas Instruments ได้เข้ามาลงทุนในปี 1985 เนื่องจากในคลัสเตอร์ดังกล่าวมีพนักงานที่มีความชำนาญ เงินเดือนต่ำ จึงเข้ามาตั้งศูนย์ออกแบบเพื่อที่จะส่งออกไปรณกรรมคอมพิวเตอร์ผ่านดาวเทียม ในที่สุดคลัสเตอร์แห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นเป็นอุทยานเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ในปี 1991 มีบริษัทประมาณ 180 แห่ง ซึ่งมีพนักงาน 20,000 คน ส่งออกไปรณกรรมคอมพิวเตอร์ปีละ 16,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ 64 ต่อปี รัฐบาลท้องถิ่นได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาและการวิจัย พัฒนาจึงสนับสนุนโดยลงทุนในวิทยาลัยด้านวิศวกรรมศาสตร์ถึง 51 แห่ง โรงเรียนโพลีเทคนิค 186 แห่ง ศูนย์ฝึกอบรม 249 แห่ง วิทยาลัย 712 แห่ง และมหาวิทยาลัยอีก 10 แห่ง นอกจากนี้รัฐบาลยังให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีเป็นเวลา 5 ปี

14. ซึ่งเป็นฐานการผลิตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ออกไปทั่วโลก เป็นอันดับที่ 2 รองจากอเมริกา เกิดขึ้นจากความคิดที่รัฐบาลไอแลนด์ร่วมมือกับกลุ่มสหภาพยุโรป นำเงินมาลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานและมหาวิทยาลัยอีก 2 แห่งในปี 1973 พร้อมกับดึงบริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุน โดยให้มีการเก็บภาษีนิติบุคคลเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ จึงทำให้บริษัทอินเทลเข้ามาลงทุนที่ไอแลนด์ในปี 1980 และเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทข้ามชาติกับบริษัทท้องถิ่นในด้านการออกแบบพัฒนา ปัจจุบันคลัสเตอร์นี้มีบริษัทท้องถิ่น 600 บริษัท และบริษัทเกิดใหม่อีก 40-60 บริษัทต่อทุกปี เป็นฐานผลิตที่สำคัญในด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์

15. คลัสเตอร์นี้มีเวเนเจอร์ แคปปิตอล เข้ามาสนับสนุนถึง 47,000 ล้านดอลลาร์ในปี 1998 หรือประมาณ 1 ใน 3 ของเงินเวเนเจอร์ แคปปิตอลทั้งหมดในสหรัฐอเมริกา นอกจากนั้นบริษัทไอเทคโนโลยีเหล่านี้สร้างยอดขายได้ถึง 999,000 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ 70 ของรายได้ของบริษัทด้านเทคโนโลยีที่สูงที่สุดในสหรัฐอเมริกา 100 บริษัทแรก มีบริษัทด้านอินเทอร์เน็ตเข้าตลาดหลักทรัพย์ถึง 20 บริษัทในระหว่างปี 1997-1999 คิดเป็นร้อยละ 50 ของบริษัทอินเทอร์เน็ตที่เข้าตลาดหลักทรัพย์ในสหรัฐอเมริกา มีกำลังคนด้านการวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมดังกล่าวถึงร้อยละ 15 หรือประมาณ 3 เท่าของค่าเฉลี่ยทั้งประเทศ

16. ทำให้รายได้ของมหาวิทยาลัยร้อยละ 60 ของศิษย์เก่าที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เช่น บริษัท Charles Schwab Corp, Cisco Systems, EBay Genentech, Netscape, Nike Silicon Graphics, Sun Microsystems และ Yahoo!

17. เช่น E-Bay-Jeff Skoll 95 Blue Chalk Corp.-Maurice Wanderer '92 Baby Center-Mark Seldom '93 and Matt Glickman '93 Children First-Rosemary Jordano '89 Electronic Arts-Trip Hawkins '78 Hedrick & Struggles-Tom Friel '73 Noah's Bagels-Bill Hughson '90 Sun Microsystems-Scott McNealy '80 Trader Joe's-Joe Coulomb '54 Many More

สรุปได้ว่า นโยบายของคลัสเตอร์นั้นเหมาะสมกับการประกอบการแพชเชอในจังหวัดกาญจนบุรีเนื่องจากการประกอบธุรกิจแพชเชอเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการหลายรายในบริเวณเดียวกันและแพชเชอ เป็นกลไกในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นโยบายคลัสเตอร์จึงเป็นนโยบายหนึ่ง ที่ช่วยให้เศรษฐกิจมีกระบวนการการเรียนรู้ในการที่จะสร้างธุรกิจใหม่อุตสาหกรรมใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง คือตัดสินใจอย่างฉับไว และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้และที่สำคัญมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน

## 6. ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้คนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแควซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็น ป่าเขาลำเนาไพรถ้ำหรือน้ำตก จังหวัดกาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,473 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่ามีทั้งป่าโปร่งและป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลองที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี

จากลักษณะภูมิประเทศของ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในภาคตะวันตกของประเทศไทย มีพื้นที่มากเป็นอันดับ สาม รองลงมาจาก จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดนครราชสีมา ด้านทิศเหนือติดต่อกับ จังหวัดตาก และจังหวัดอุทัยธานี ด้านทิศตะวันออกติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม ด้านทิศใต้ติดต่อกับ จังหวัดราชบุรี และทางด้านทิศตะวันตกติดต่อกับ ประเทศพม่า

โครงสร้างทางธรณีวิทยาพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นหินที่จัดอยู่ในหมู่หินตะนาวศรี ประกอบด้วย หินปูน หินทราย หินดินดาน และหินแปรประเภทหินชนวน หินควอร์ตไซต์ หินชีสต์ ทิวเขาถนนธงชัยกลาง และทิวเขาตะนาวศรี มีหินแกรนิต เป็นแกนกลางของภูเขา หินปูนจะพบอยู่เป็นบริเวณกว้างขวางมากที่สุด ภูเขาที่มียอดแหลมรูปร่างต่าง ๆ สวยงาม สลับด้วยหลุมยุบ และหุบเขาเป็นแนวยาว และบางแห่งเป็นหน้าผาสูงชัน บริเวณเขาหินปูนมีแคลเซียมคาร์บอเนตละลายต่อเนื่องเกิดเป็นถ้ำยาว และบางแห่งมีน้ำใต้ดินไหลผ่าน เรียกว่า ธารลอด ภายในถ้ำหินปูนมีหินงอกหินย้อยสวยงาม บริเวณที่เป็นน้ำตกจะมีหินปูนจับบริเวณที่พักน้ำ เกิดเป็นน้ำตกที่มีลักษณะลดหลั่นหลายชั้นสวยงาม

ลักษณะภูมิประเทศ ประกอบด้วยทิวเขา หุบเขา และที่ราบลุ่มแม่น้ำ พื้นที่ด้านตะวันตกและด้านเหนือเป็นเทือกเขาแล้วค่อย ๆ ลาดลงทางด้านตะวันออก และด้านใต้ แบ่งพื้นที่ออกได้เป็น 3 เขต ดังนี้

เขตภูเขาและที่สูง พื้นที่ทางด้านเหนือของ จังหวัดในเขตอำเภอศรีสวัสดิ์ และอำเภอทองผาภูมิ มีลักษณะเป็นเทือกเขาต่อเนื่องมาจากเทือกเขาถนนธงชัย ทางด้านตะวันตกเป็นเทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งกั้นเขตแดนไทยกับพม่า ทอดยาวลงไปทางใต้ในเขตอำเภอสังขละบุรี ทองผาภูมิ ไทรโยค อำเภอเมืองกาญจนบุรี และอำเภอด่านมะขามเตี้ย บริเวณนี้เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารของจังหวัด และมีภูเขาที่มีความสูงตั้งแต่ 1,000 เมตรขึ้นไปในตอนเหนือของจังหวัด โดยเฉพาะในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรเช่นเขาใหญ่ เขาแคลง เป็นต้น บริเวณที่มีความสูง 400 - 1,000 เมตร เป็นภูเขาในลุ่มน้ำแควใหญ่ และแควน้อยในเขตอำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ อำเภอศรี

สวัสดิ์ และอำเภอเมือง ๆ ส่วนที่มีระดับสูง 100 - 400 เมตร อยู่ในเขตอำเภอไทรโยคอำเภอบ่อพลอย และอำเภอศรีสวัสดิ์

เขตที่ราบลูกฟูก ได้แก่ พื้นที่ด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขา สลับกับเนินเขาเตี้ย ๆ ในเขตอำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ และบางส่วนของ อำเภอพนมทวน

เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง ได้แก่พื้นที่ทางด้านทิศใต้ มีลักษณะเป็นที่ราบอยู่ในบริเวณ บางส่วนของ อำเภอเมืองกาญจนบุรี อำเภอพนมทวน อำเภอท่าม่วง และอำเภอท่ามะกา เป็นพื้นที่ อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรมซึ่งมีอ้อยและข้าวในปี

แหล่งน้ำ จังหวัดกาญจนบุรี มีแหล่งน้ำอย่างอุดมสมบูรณ์ แหล่งน้ำผิวดินมีต้นน้ำอยู่ทาง ตอนเหนือของจังหวัด จนถึงเขตจังหวัดอุทัยธานี ลักษณะของทางน้ำเป็นร่องลึกในระหว่างหุบเขา มี ลำน้ำบางสายไหลขึ้นไปทางเหนือเข้าสู่ประเทศพม่า เช่น ลำน้ำแม่กษัตริย์ แต่ลำธารส่วนใหญ่ไหล ลงสู่แควน้อย และแควใหญ่ ซึ่งรับน้ำทางด้านตะวันตก และตอนกลางของพื้นที่ แล้วรวมกันเป็น แม่น้ำแม่กลองส่วนด้านตะวันออกมีลำตะเพินเป็นลำน้ำสำคัญของบริเวณนี้ แม่น้ำแควน้อย (ไทร โยค) ยาวประมาณ 315 กิโลเมตร มีต้นกำเนิดจากลำธารเล็ก ๆ บนยอดภูเขา คือ ลำธารรันตี ของกา เลีย และบิกลี่ ในเขตอำเภอสังขละบุรี และอำเภอทองผาภูมิ บริเวณนี้ที่มีลำน้ำสามสายมาบรรจบกัน ดังกล่าวเรียกว่าสามสบ แม่น้ำแควน้อยเป็นแม่น้ำที่สวยงาม ไหลผ่านภูมิประเทศที่สวยงาม มีน้ำตก น้ำพุ เกาะแก่ง อยู่ตลอดสาย จนบรรจบกับแม่น้ำแควใหญ่เป็นแม่น้ำแม่กลองแม่น้ำแควน้อยมีพื้นที่ รับน้ำประมาณ 10, 400 ตารางกิโลเมตร แม่น้ำแควใหญ่ (ศรีสวัสดิ์) ยาวประมาณ 380 กิโลเมตร ต้นน้ำเกิดจากภูเขาใหญ่ชายแดนเหนืออำเภออุ้มผาง แล้วไหลลงทางใต้ไปบรรจบกับแม่น้ำแควน้อย ที่ ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี บริเวณทางตอนเหนือของแม่น้ำแควใหญ่ มีลักษณะค่อย ๆ ลาดลงมาทางใต้ มีสาขาที่สำคัญคือ ห้วยขาแข้ง แม่น้ำแควใหญ่มีพื้นที่รับน้ำประมาณ 14,800 ตารางกิโลเมตร

แม่น้ำแม่กลอง เกิดจากการไหลมาบรรจบกันของแม่น้ำแควน้อย และแม่น้ำแควใหญ่ที่ ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี แล้วไหลผ่าน อำเภอท่าม่วง อำเภอท่ามะกา จากนั้นได้ไหล เข้าเขต จังหวัดราชบุรี แล้วไหลลงสู่ทะเล ที่อำเภอเมืองสมุทรสงคราม มีความยาวประมาณ 130 กิโลเมตร

ลำตะเพิน เป็นลำน้ำที่ไหลผ่านบริเวณที่ราบลุ่มตะวันออกของจังหวัด แล้วไหลมาบรรจบ แม่น้ำแควใหญ่ที่ ตำบลท่าเสา อำเภอเมืองกาญจนบุรี มีความยาวประมาณ 85 กิโลเมตร

ประชากร จังหวัดกาญจนบุรี มีประชากรมากเป็นอันดับสามของภาคตะวันตก มีความ หนาแน่นอยู่ในเขตอำเภอท่ามะกาอำเภอท่าม่วงและอำเภอเมืองกาญจนบุรี ประชากรในเขตจังหวัด กาญจนบุรีมีอยู่หลายเชื้อชาติด้วยกันดังนี้

คนไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง เป็นกลุ่มชนที่ยังรักษาประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนไว้ได้มาก ชาวกะเหรี่ยงจะตั้งถิ่นฐานอยู่ตามบริเวณที่ราบหุบเขา ระหว่างพรมแดนไทยกับพม่า เช่น ในเขตอำเภอสังขละบุรีอำเภอทองผาภูมิและอำเภอเมืองกาญจนบุรี

คนไทยเชื้อสายมอญ เป็นอีกกลุ่มชนหนึ่งที่ยังรักษาประเพณี และวัฒนธรรมของตนไว้ ชาวมอญส่วนใหญ่จะตั้งถิ่นฐานอยู่ตามแนวพรมแดนไทย - พม่า ในเขตอำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ และอำเภอเมืองกาญจนบุรี

คนไทยเชื้อสายลาว ในที่นี้หมายถึงลาวโซ่ง หรือไทยทรงดำ เป็นกลุ่มชนที่มีลักษณะทางเชื้อสายประเพณี และวัฒนธรรมคล้ายกับกลุ่มคนไทยมาก ได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย ตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ชาวลาวโซ่งจากเมืองแกลง (เดียนเบียนฟู) และเมืองเวียงจันทน์ ได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตเมืองเพชรบุรี และเขตเมืองใกล้เคียงคือ ราชบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี และกาญจนบุรี ในเขตจังหวัดกาญจนบุรี ชาวลาวโซ่ง จะอยู่ในเขตที่ราบของอำเภอพนมทวน ที่ตำบลคอนอิฐ อำเภอห้วยกระเจา สำหรับประชากรกลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ พม่า ละว้า ขมุ มีจำนวนไม่มากนัก กระจายอยู่ในเขตภูเขาทางตอนเหนือของจังหวัดกาญจนบุรี ในเขตอำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ และอำเภอศรีสวัสดิ์

การคมนาคม และขนส่ง จังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่ 12,176,967ไร่ มีทางหลวงจังหวัดและทางหลวงแผ่นดินใช้เดินทางติดต่อภายในจังหวัด กับจังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพมหานครได้โดยสะดวก มีเส้นทางรถไฟสายธนบุรี - น้ำตก ซึ่งแยกจากทางรถไฟสายใต้ที่ชุมทางหนองปลาตอก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านอำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอเมือง และอำเภอไทรโยค ไปสู่ระยะทางที่สถานีน้ำตก ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค สำหรับการขนส่งทางน้ำอาศัยแม่น้ำแม่กลอง แควน้อย และแควใหญ่ ในการติดต่อกับบริเวณที่ไม่สามารถอาศัยการขนส่งทางบกได้ ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพในทางเกษตรกรรม ได้แก่ การทำไร่ ทำนา ทำสวน ปลูกไม้ และเลี้ยงสัตว์ เศรษฐกิจโดยทั่วไปของจังหวัดกาญจนบุรี จะขึ้นอยู่กับภาวะผลผลิต และราคาสินค้าทางการเกษตรเป็นสำคัญ โดยเฉพาะราคาของอ้อยในแต่ละปี จะมีอิทธิพลต่อภาวะด้านเศรษฐกิจการค้า ของจังหวัดเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน จังหวัดกาญจนบุรี มีแพทั้งสิ้น 1,525 หลัง โดยแบ่งเป็น อำเภอเมือง 476 แพ อำเภอไทรโยค 409 แพ อำเภอทองผาภูมิ 69 แพ อำเภอศรีสวัสดิ์ 449 แพ และอำเภอสังขละ 122 แพ โดยสามารถแยกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

- |          |                |
|----------|----------------|
| 1.แพล่อง | จำนวน 524 หลัง |
| 2.แพเชค  | จำนวน 161 หลัง |
| 3.แพพัก  | จำนวน 526 หลัง |

- |               |               |
|---------------|---------------|
| 4. แพพักอาศัย | จำนวน 98 หลัง |
| 5. แพอาหาร    | จำนวน 99 หลัง |
| 6. แพอื่น ๆ   | จำนวน 99 หลัง |

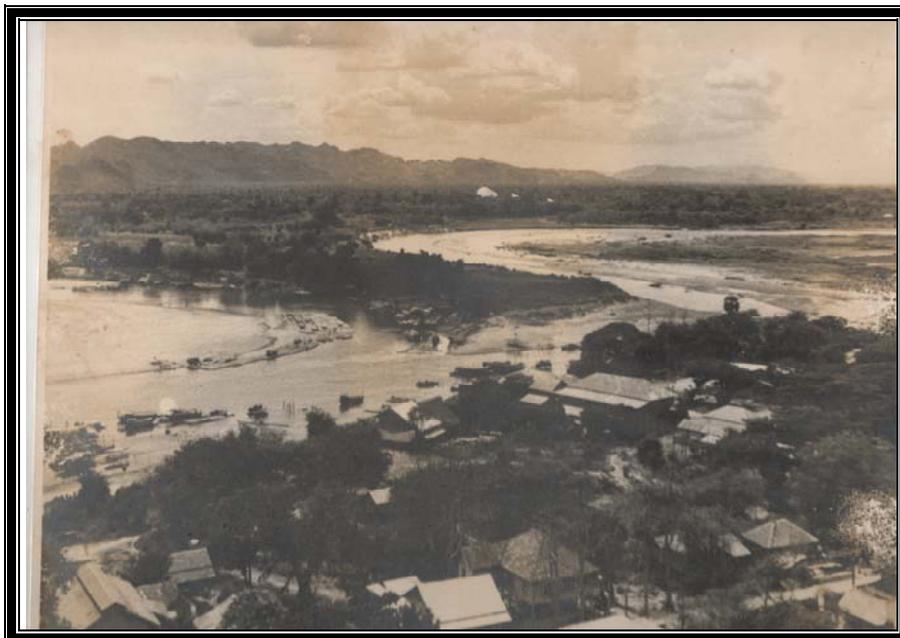
ที่มา : การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เอกสารประกอบการรวบรวมรายชื่อแพประจำปี 2552 (กาญจนบุรี: 2552)



ภาพที่ 2 แม่น้ำแควน้อย และแควใหญ่ ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง

ที่มา : ประวัติจังหวัดกาญจนบุรี [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://www.greenriverhill.com/images/map.jpg>



ภาพที่ 3 สองแคว แม่น้ำแควน้อย และแควใหญ่ ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง  
ที่มา: ประยงค์ ทวีสิน: 2492



ภาพที่ 4 ประตูเมืองกาญจนบุรี พ.ศ. 2496

กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง

อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และ อำเภอห้วยกระเจาพื้นที่กว้างใหญ่ ซึ่งเป็นที่ตั้ง จ.กาญจนบุรี ในปัจจุบัน มีประวัติความเป็นมา ที่ต่อเนื่อง และยาวนาน ประวัติ หน้าที่สุดท้ายของกาญจนบุรี ย้อนกลับไปเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์หน้าแรก ได้อย่างบังเอิญ เมื่อเชลยศึกที่ถูกเกณฑ์ มาสร้างทางรถไฟคนหนึ่ง ค้นพบเครื่องมือหิน ของมนุษย์ ก่อนประวัติศาสตร์ ระหว่างการก่อสร้างทางรถไฟ บริเวณ สถานีบ้านเก่า ต.จระเข้เผือก อ.เมือง ทำให้เกิดการขุดค้นทางโบราณคดี และสามารถ ค้นพบหลักฐานของ มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์จำนวนมาก แม้จนถึงปัจจุบันยังขุดพบอยู่ ในสมัยทวารวดี ซึ่งอยู่ในสมัยประวัติศาสตร์ ของ ประเทศไทย พบซาก โบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ที่ ต.ปรังเผล อ.สังขละบุรี (ปัจจุบัน เป็นพื้นที่อ่างเก็บน้ำ เขื่อนเขาแหลม ) ซึ่งเป็นเจดีย์ ลักษณะเดียวกับ จุลประโทณเจดีย์ จ.นครปฐม เจดีย์ ที่บ้านคูบัว จ.ราชบุรี และที่เมืองอู่ทอง จ.สุพรรณบุรี นอกจากนี้ ยังพบฐาน เจดีย์ และ พระพิมพ์ สมัยทวารวดี จำนวนมาก ที่ บ้านท่าหวี ริมแม่น้ำแควใหญ่ ต.ลาดหญ้า อ.เมือง อีกด้วย แสดงว่าในสมัยนั้น พื้นที่ ริมแม่น้ำหลายแห่ง ซึ่งเป็นเส้นทาง คมนาคม สำคัญ มีชุมชน หรือ เมืองโบราณ ซึ่ง มีความสัมพันธ์ กับชุมชน โบราณ ใกล้เคียงกัน



ภาพที่ 5 เครื่องมือขวานหินเก่า

ในสมัย พุทธศตวรรษ ที่ 16-18 ขอม ได้แผ่อิทธิพล เข้ามาใน ประเทศไทย ซึ่งพบหลักฐานสำคัญ คือ ปราสาทเมืองสิงห์ ซึ่งมีลักษณะเป็น ศิลปะขอม สมัยบายน มีอายุในช่วงสมัย พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในพุทธศตวรรษที่ 18 นอกจากนี้ ยังพบหลักฐานที่เป็นศิลปะขอม สมัยเดียวกัน ที่เมืองครุฑ และ เมืองกลอนโค อ.ไทรโยค ในสมัย สุโขทัย พบหลักฐาน ในพงศาวดารเหนือ ว่า กาญจนบุรี ตกเป็นเมืองขึ้น ของ สุพรรณบุรี ตามที่กล่าวไว้ พญาอง ได้มาครอง เมือง กาญจนบุรี แต่ก็ไม่มีหลักฐานอื่น มาสนับสนุน ต่อมา ในสมัย อยุธยา กาญจนบุรี มีฐานะเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญ โดยตัวเมือง

ตั้งอยู่ ที่บ้านท่าเสา ต.ลาดหญ้า ไกล่เขชนไก่อ และ ยังปรากฏ หลักฐาน เป็นซากโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ดังที่เห็นในปัจจุบัน



ภาพที่ 6 ภาชนะดินเผามนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์



ภาพที่ 7 เครื่องดนตรีซอกสัตว์ดึกดำบรรพ์ จำลองแบบโบราณ

กาญจนบุรี ยังคงเป็นเมืองหน้าด่าน สืบเนื่องมาจนถึง สมัยกรุงธนบุรี และ รัตนโกสินทร์ โดย ในสมัยรัชกาลที่ 1 พระองค์ โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมือง กาญจนบุรี มาตั้งใหม่ ที่บ้าน ปากแพรก

เพื่อมาตั้งรับทัพ พม่า ที่เดินทัพ ลงมาตามลำน้ำแม่กลอง เพื่อเข้าตี กรุงเทพฯ ได้มีการสร้างกำแพง ล้อมรอบเมือง อย่างมั่นคง ใน สมัยรัชกาลที่ 3 และให้มีเจ้าเมือง คือ พระประสิทธิสงคราม นอกจากนั้น ยังตั้งหัวเมืองเล็กๆ ตามรายทาง เป็นหน้าด่านอีกเจ็ดแห่งสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อมีการ จัดรูปแบบการปกครองประเทศใหม่ เป็นมณฑลเทศาภิบาล เมือง กาญจนบุรี ถูกโอนมาขึ้นกับมณฑล ราชบุรี และ แบ่งการปกครองเป็นสามอำเภอ คือ อ.เมือง อ.เหนือ (ปัจจุบันคือ อ.ท่าม่วง) และ อ.ใต้ (ปัจจุบัน คือ อ.พนมทวน) และต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2467 ได้ตั้งอำเภอเพิ่มอีกสองแห่ง คือ อ.ท่ามะกา และ อ.ทองผาภูมิ กับ กิ่ง อ.สังขละบุรี ในช่วงสงคราม มหาเอเชียบูรพา ญี่ปุ่น ตัดสินใจสร้างทางรถไฟ สาย ไทย - พม่า เชื่อมจากสถานีหนองปลาตุก จ.ราชบุรี ผ่าน กาญจนบุรี เลาะริมแม่น้ำแควน้อย ไป เชื่อมกับ ทางรถไฟ ที่สร้างมาจาก พม่า ที่ด่านเจดีย์สามองค์ เป็นทางรถไฟ ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก และมีผู้คนจำนวนมาก เดินทางมาเยี่ยมชม เพื่อการวาระ ต่อดวงวิญญาณ ผู้เสียชีวิต และรำลึกถึงความ โหดร้ายทารุณของสงคราม

อาณาเขต

:

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดอุทัยธานีจังหวัดตากและสหภาพเมียนมาร์
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดราชบุรีและจังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์

ระยะทางจากอำเภอเมืองไปยังอำเภอต่างๆ

อำเภอเมือง --	กิโลเมตร		
อำเภอท่าม่วง	12 กิโลเมตร	อำเภอพนมทวน	24 กิโลเมตร
อำเภอท่ามะกา	30 กิโลเมตร	อำเภอด่านมะขามเตี้ย	30 กิโลเมตร
อำเภอบ่อพลอย	40 กิโลเมตร	อำเภอไทรโยค	50 กิโลเมตร
อำเภอห้วยกระเจา	64 กิโลเมตร	อำเภอหนองปรือ	75 กิโลเมตร
อำเภอเลาขวัญ	98 กิโลเมตร	อำเภอศรีสวัสดิ์	102 กิโลเมตร
อำเภอทองผาภูมิ	145 กิโลเมตร	อำเภอสังขละบุรี	230 กิโลเมตร



ภาพที่ 8 แผนที่จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา : ประวัติจังหวัดกาญจนบุรี [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://www.greenriverhill.com/images/map.jpg>

ตารางที่ 1 ข้อมูลแพลง-แพดิสโก้เชค ในตัวเมืองกาญจนบุรี

ประเภท แพ	รายชื่อแพ	เบอร์โทรศัพท์	ประเภท แพ	รายชื่อแพ	เบอร์โทรศัพท์
P,D,K	แพกาญจนิกา	515140	P,D,K	แพน้องหนุ่ม	081-9413689
P,D,K	แพการ์ตูน	518125	P,D,K	แพน้องใหม่	081-7630192
P,D	แพกิ่งไผ่	511589	P,D,K	แพน้องไอ้	513195
P,D,K	แพโก้แก้ว	081-9462072	P,D	แพนิตยา	513341
P,D,K	แพขุนช้าง	513776	P,D,K	แพบ้านเหนือ	512326
P,D,K	แพขุนแผน	514002	P,D	แพบุญรอด	518122
P,D	แพเครือวัลย์	02-5237384	P,D,K	แพปรีชา	515869
P,D	THE CHAMP	089-4770080	P,D	แพป๊อก ๆ	513493
P,D	แพเฉลิมชัย	081-9881059	P,D,K	แพพบเพื่อน	513092
P,D,K	แพชมพู่	511290	P,D	แพพรรณภา	081-9435646
P,D,K	แพเช็คสน	081-9425389	P,D,K	แพพันทิวี	512572
P,D,K	แพดัก	512046	P,D,K	แพพานทอง	081-9404347
P,D,K	แพเด่นชัย	081-9438276	P,D	แพรวมเพื่อน	514451
P,D,K	แพต้นแม่กลอง	511221	P,D,K	แพระเบียงฟ้า	513823
P,D,K	แพตะวัน	511436	P,D,K	แพราชา ประทาน	514840
P,D,K	แพตะวันรุ่ง	516073	P,D,K	แพรุ่งอรุณ	514213
P,D,K	แพทองนที	512944	P,D,K	แพลำน้ำแคว	512718
P,D,K	แพทิพวัลย์	081-9439767	P,D	แพสมพงษ์	518110
P,D	แพไทย-สวีเดน	086-3636298	P,D,K	แพสองแคว	081-9441481

หมายเหตุ\* สัญลักษณ์ P หมายถึง แพลงแบบปักค้างคิน D หมายถึง แพที่มีดิสโก้เชค K หมายถึง  
แพที่มีคาราโอเกะ

ตาราง 2 จำนวนโรงแรมและผู้เยี่ยมชมเยือน พ.ศ. 2546-2550

รายการ	2546	2547	2548	2549	2550
จำนวนโรงแรม (แห่ง)	213	228	254	271	297
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	7,817	8,286	8,766	8,913	9,520
<b>จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน</b>	<b>4,728,490</b>	<b>5,280,569</b>	<b>4,560,426</b>	<b>4,670,558</b>	<b>4,791,756</b>
ชาวไทย	4,294,587	4,759,132	4,246,692	4,388,018	4,452,740
ชาวต่างประเทศ	433,903	521,437	313,734	282,540	339,016
<b>จำนวนนักท่องเที่ยว</b>	<b>1,560,182</b>	<b>1,770,783</b>	<b>1,508,586</b>	<b>1,560,122</b>	<b>1,613,043</b>
ชาวไทย	1,425,352	1,584,468	1,414,788	1,464,352	1,486,559
ชาวต่างประเทศ	134,830	186,315	93,798	126,848	126,848
<b>จำนวนนักท่องเที่ยว</b>	<b>3,168,308</b>	<b>3,509,786</b>	<b>3,051,840</b>	<b>3,178,713</b>	<b>3,178,713</b>
ชาวไทย	2,869,235	3,174,664	2,831,904	2,923,666	2,966,181
ชาวต่างประเทศ	299,073	335,122	219,936	186,770	212,532

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี, รายงานสถิติจังหวัด พ.ศ.2552 (ม.ป.ท.: เพชรเกษมการพิมพ์, 2552), 151

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือศึกษาอยู่ในจังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เยี่ยมชม ไม่ได้พักค้างคืน

ตารางที่ 3 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. 2548-2550

รายการ	2548 (2005)	2549 (2006)	2550 (2007)	Item
จำนวนผู้เยี่ยมชม	4,560,426	4,670,558	4,791,756	Number of visitors
ชาวไทย	4,246,692	4,388,018	4,452,740	Thai
ชาวต่างประเทศ	313,734	282,540	339,016	Foreigner
เพศ				Sex
ชาย	2,724,638	1,922,507	2,610,973	Male
หญิง	1,835,788	2,748,051	2,180,783	Female
วัตถุประสงค์				Purpose of visit
ท่องเที่ยว	4,281,527	4,171,767	3,419,885	Holiday
ประชุม สัมมนา	79,070	307,268	716,856	Convention
ติดต่อธุรกิจ	140,390	88,807	512,621	Business
ปฏิบัติราชการ	49,148	94,777	100,655	Official Visit
อื่น ๆ	10,291	7,939	41,739	Others
การจัดการเดินทาง				Travel Arrangement
โดยผ่านบริษัทนำเที่ยว	802,965	858,224	1,021,143	Group Tour
เดินทางมาเอง	3,757,461	3,812,334	3,770,613	Non Group Tour
พาหนะการเดินทาง				Made of transport
รถไฟ	656,425	835,642	858,225	Train
รถโดยสารประจำทาง	1,484,919	1,071,797	867,734	Bus
รถส่วนตัว	2,419,082	2,763,119	3,065,797	Automobile

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี, รายงานสถิติจังหวัด พ.ศ. 2552 (ม.ป.ท.: เพชรเกษมการพิมพ์, 2552), 152

### สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมือง

สะพานข้ามแม่น้ำแคว สร้างขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยกองทัพญี่ปุ่นได้เกณฑ์เชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตร ได้แก่ ทหารอังกฤษ อเมริกัน ออสเตรเลีย ฮอลันดาและนิวซีแลนด์ประมาณ 61,700 คน และกรรมกรชาวจีน ญวน ชาว มลายู ไทย พม่า อินเดียอีกจำนวนมาก มาก่อสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นเส้นทางผ่านไปสู่อินโดจีนที่สะพานข้ามแม่น้ำแควมีบริการรถราง Fairmong ทุกวัน

ทางรถไฟสายมรณะ ทางรถไฟสายนี้เริ่มต้นจากสถานีหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านจังหวัดกาญจนบุรีข้ามแม่น้ำแควใหญ่ไปทางทิศตะวันตก จนถึงด่านเจดีย์สามองค์ เพื่อให้ถึงปลายทางที่เมืองตันบูช้ายัด ประเทศพม่า รวมระยะทางในเขตประเทศไทย 300 กิโลเมตร สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ผ่านประเทศพม่า ปัจจุบันทางรถไฟสายนี้สุดปลายทางที่บ้านท่าเสาหรือสถานีน้ำตกเป็นระยะทางประมาณ 77 กิโลเมตร การรถไฟแห่งประเทศไทยเปิดบริการเดินรถบนเส้นทางสายนี้ทุกวัน

หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์สงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นสถานที่เก็บรักษาสิ่งที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 อันได้แก่อาวุธยุทธภัณฑ์ต่างๆ โครงกระดูกของเชลยสงคราม และภาพถ่ายเหตุการณ์ในสมัยนั้น นอกจากนี้บางส่วนยังจัดทำเป็นหอศิลป์ เก็บรวบรวมสิ่งของต่างๆ เช่น แสตมป์ ไปรษณียบัตร โบราณ เพชร พลอย และเครื่องประดับ

สุสานทหารสัมพันธมิตรดอนรัก สุสานแห่งนี้เป็นสุสานของเชลยศึกสัมพันธมิตรที่เสียชีวิตในระหว่างการสร้างทางรถไฟสายมรณะ บริเวณสุสานมีเนื้อที่กว้างขวางสวยงามและเงียบสงบ ชวนให้รำลึกถึงเหตุการณ์การสู้รบและผลลัพธ์ที่ตามมา สุสานแห่งนี้บรรจุศพทหารเชลยศึกถึง 6,982 หลุม

พิพิธภัณฑ์ทางรถไฟไทย-พม่า ตั้งอยู่ใกล้กับสุสานทหารสัมพันธมิตรดอนรัก จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ทางรถไฟสายไทย-พม่า เริ่มตั้งแต่การเข้ามาของญี่ปุ่น การออกแบบและการสร้างทางรถไฟ สถาปัตยกรรมศาสตร์ของทางรถไฟ สภาพชีวิตในค่ายเชลยศึก ด้านการแพทย์ ค่าของสงคราม การปฏิบัติการของทางรถไฟ การทิ้งระเบิดและการทำลายทางรถไฟ และเหตุการณ์หลังจากสงครามยุติ

วัดถ้ำมั่งกรทอง วัดนี้สร้างขึ้นในปี 2447 เหตุที่ได้ชื่อว่าถ้ำมั่งกรทองก็เนื่องจากมีถ้ำขนาดเล็กอยู่บนยอดเขา ที่ตรงปากถ้ำมีหินใหญ่ทำเป็นหน้าสิงโตคู่น่าเกรงขาม วัดถ้ำมั่งกรทองยังมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายเกี่ยวกับการทำสมาธิลอยตัวในน้ำ ที่เรียกกันว่า “แม่ชีลอยน้ำ”

ค่ายฝึกเขาชนไก่ เป็นสถานที่ฝึกภาคสนามของนักศึกษาวิชาทหาร ในเวลาเสรีจัสตินการฝึกจะเปิดเป็นค่ายฝึกสำหรับประชาชนทั่วไปเข้าชม พร้อมสนุกกับกิจกรรมทดสอบกำลังใจของ

ทหารอาทิเช่น การโคดหอสุง การยิงปืน การไต่เชือกข้ามลำน้ำ ชมพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และยังมีที่พักไว้บริการ

### อำเภอไทรโยค

อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ หรือ ที่นิยมเรียกกันว่า ปราสาทเมืองสิงห์ เป็นโบราณสถานที่มีศิลปกรรมก่อสร้างอยู่ในยุคลพบุรีตอนปลาย ประมาณพุทธศตวรรษที่ 16-18 ผังเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีเนื้อที่ประมาณ 800 กว่าไร่ กำแพงเมืองก่อด้วยศิลาแลงขนาดกว้าง 880 เมตร โดยได้รับอิทธิพลทางศาสนา และวัฒนธรรม จากกัมพูชา ตัวปราสาทล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลง คูน้ำ และแนวคันดิน รูปแบบสถาปัตยกรรมและประติมากรรมสร้างตามลักษณะขอมแบบบาเยน ตรงกับสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ของประเทศกัมพูชาที่มีลักษณะช่างท้องถิ่นผสมอยู่ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์

หมู่บ้านช้างไทรโยค ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านลุ่มผึ้ง ตำบลลุ่มสุ่ม มีกิจกรรมล่องแพ นั่งช้างชมป่าธรรมชาติ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที มีการแสดงช้างทุกวัน ตั้งแต่เวลา 14.00-15.00 น.

ถ้ากระแซ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 55 กิโลเมตร ถ้านี้เป็นถ้ำที่เคยเป็นที่พักของเชลยศึก เมื่อครั้งสร้างเส้นทางรถไฟสายมรณะจากไทยไปพม่า ภายในถ้ำมีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่ มองจากปากถ้ำมาที่บริเวณทางรถไฟจะเห็นทิวทัศน์ที่งดงามและแม่น้ำแควน้อยอยู่เบื้องล่าง

น้ำตกไทรโยคน้อยเดิมเรียก น้ำตกเขาพัง อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค เป็นน้ำตกที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี บริเวณน้ำตกมีสภาพธรรมชาติที่สวยงามร่มรื่น โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนประมาณเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคมจะมีน้ำมากในอดีตเมื่อพ.ศ.2431 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เสด็จประพาสบริเวณน้ำตกไทรโยค นอกจากนี้บริเวณน้ำตกไทรโยคน้อยยังได้มีการนำหัวรถจักรไอน้ำสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มาตั้งไว้เพื่อรำลึกถึงการสร้างทางรถไฟสายมรณะที่สร้างผ่านบริเวณหน้าน้ำตกเข้าสู่ประเทศพม่า

วัดป่าหลวงตาบัว ญาณสัมปันโน แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์เสือในจังหวัดกาญจนบุรีมีสัตว์ป่าและสัตว์เลื้อยงาชนิดอยู่ด้วยกันอย่างอิสระตามธรรมชาติ เช่น เก้ง กวาง หมูป่า ชะนี นกยูง ไก่ป่า ม้า ควาย แพะ นักท่องเที่ยวจะพบเห็นการอยู่ร่วมกันของสัตว์ป่านานาชนิดโดยสันติและเป็นเพื่อนที่ดีต่อพระและผู้คนที่ทั่วไป

### อำเภอทองผาภูมิ

พุร้อนหินดาด เดิมเรียกว่า น้ำพุร้อนกุยมั่ง อยู่ห่างจากตัวเมือง กาญจนบุรี 130 กิโลเมตร พุร้อนหินดาดเป็นบ่อน้ำร้อนธรรมชาติริมลำธาร อุณหภูมิประมาณ 45-55 องศาเซลเซียส ค้นพบโดยทหารญี่ปุ่นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้สร้างเป็นบ่อซีเมนต์ขึ้น 2 บ่อ เชื่อกันว่าน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนแห่งนี้ มีสรรพคุณในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บหลายอย่าง เช่น โรคเหน็บชา ไขข้ออักเสบ

นักท่องเที่ยวสามารถลงอาบน้ำในบ่อได้และยังมีลำธารน้ำเย็นไหลอยู่ด้านล่างบ่อน้ำร้อน

เขื่อนวชิราลงกรณ์ เดิมชื่อ เขื่อนเขาแหลม ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าขนุน ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 153 กิโลเมตรเหนืออำเภอทองผาภูมิไปประมาณ 6 กิโลเมตร เขื่อนวชิราลงกรณ์เป็นเขื่อนหินถมลาดหน้าด้วยคอนกรีตเสริมเหล็กสูง 92 เมตร สันเขื่อนกว้าง 10 เมตร ยาว 1,019 เมตร กั้นลำน้ำแควน้อย เป็นเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำอเนกประสงค์ มีความสวยงามตามธรรมชาติ บริเวณเหนือเขื่อนมีทิวทัศน์สวยงาม มีแพพักแพล่องมากมาย สำหรับการล่องเรือชมทิวทัศน์สภาพธรรมชาติของอ่างเก็บน้ำและสามารถชมสวนมะพร้าวกะทิบนเกาะกลางน้ำ

อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าห้วยเขย่งและป่าเขาช้างเผือก มีเนื้อที่ประมาณ 700,000 ไร่ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายจุด สำหรับจุดชมวิวิทิวทัศน์มี 2 แห่งคือ ดอยต่องปะแล เป็นจุดชมวิวิทิวทัศน์ที่สวยงาม ส่วนเนินดอยคอย สามารถนำรถขึ้นไปจอดได้ เป็นจุดชมวิวิทิวเขาซันซันสุดสวยตา มองเห็นทะเลสาบเขื่อนวชิราลงกรณ์และเขาช้างเผือกภูเขาที่สูงที่สุดในอุทยานฯ และมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ 3 เส้นทางคือ น้ำตกจ๊อกกะดิ่น น้ำตกผาแป น้ำตกเจ็ดมิตร น้ำตกเหล่านี้อยู่ในเขตตำบลปิล็อก ซึ่งเดิมเป็นเหมืองแร่ดีบุก วุลแฟรม ตั้งอยู่พรมแดนไทย-พม่า อุดมด้วยป่าดิบ ปกคลุมด้วยหมอกเกือบตลอดทั้งปี

เหมืองปิล็อก ตั้งอยู่ใน ตำบลปิล็อก ซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอทองผาภูมิไปทางทิศตะวันตกประมาณ 70 กิโลเมตร มีการทำเหมืองแร่ดีบุก วุลแฟรมกันมากบนเทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างไทยกับพม่า

### อำเภอสังขละบุรี

เป็นอำเภอที่ติดต่อกับชายแดนพม่า ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 215 กิโลเมตร เส้นทางนี้ตัดผ่านภูเขาเลียบทะเลสาบเขื่อนวชิราลงกรณ์ จะสามารถมองเห็นทัศนียภาพทะเลสาบที่งดงาม ตัวอำเภอสังขละบุรีตั้งอยู่บริเวณที่ลำน้ำสามสายมาบรรจบกันอันได้แก่ ห้วยซองกะเลีย ห้วยบีคลี่และห้วยรันตี รวมเรียกว่า“สามประสบ” ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแควน้อย อำเภอสังขละบุรีเป็นอำเภอที่มีชาวมอญตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงสามารถพบเห็นวิถีชีวิตประเพณีเก่าแก่แบบดั้งเดิมของชาวมอญ ณ ที่แห่งนี้

อุทยานแห่งชาติเขาแหลม ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 190 กิโลเมตร พื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอทองผาภูมิและอำเภอสังขละบุรีป่าเขาและอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์เป็นต้นน้ำของแม่น้ำแควน้อย มีพื้นที่ประมาณ 815 ตารางกิโลเมตร บริเวณอุทยานฯมีห้วยกะเต็งเจ็งไหลผ่าน สามารถกางเต็นท์พักแรมได้และมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติไปน้ำตกกะเต็งเจ็ง

วัดวังแก้วการาม อยู่เลยจากตัวอำเภอสังขละบุรีไปประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นวัดจำพรรษาของ “หลวงพ่อดุตตะ” ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนชาวไทย ชาวมอญ รวมทั้งชาวกะเหรี่ยง

และพม่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น ภายในวิหารที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำประดิษฐานพระพุทธรูปหินอ่อนอันงดงามชาวบ้านเรียกกันว่า หลวงพ่อขาว จากวัดวังแก้วเวภารามแยกไปอีก 1 กิโลเมตร จะเป็นที่ตั้งของเจดีย์แบบพุทธคยาที่มีลักษณะฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสบรรจุพระบรมสารีริกธาตุส่วนที่เป็นกระดูกนิ้วหัวแม่มือขวา ขนาดเท่าเมล็ดข้าวสาร บริเวณใกล้เจดีย์มีร้านจำหน่ายสินค้าจากพม่าหลายร้าน

ด่านเจดีย์สามองค์ เขตสิ้นสุดชายแดนไทยด้านทิศตะวันตก ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองลู ก่อนถึงตัวอำเภอสังขละบุรี 4 กิโลเมตร จะมีทางแยกด้านขวาไปด่านเจดีย์สามองค์ เป็นระยะทางประมาณ 18 กิโลเมตร เส้นทางลาดยางตลอดสาย พระเจดีย์สามองค์นี้เดิมเรียกว่า หินสามกอง นอกจากนี้ด่านเจดีย์สามองค์ยังเป็นช่องทางเดินทัพที่สำคัญของไทยและพม่าในอดีต บริเวณด่านเจดีย์สามองค์ มีร้านขายสินค้าจากประเทศพม่า นักท่องเที่ยวสามารถข้ามชายแดนเข้าไปชมตลาดพญาตองซู ในเขตประเทศพม่า ชมตลาดชายแดนซึ่งมีสินค้าของพม่าจำหน่าย

เที่ยวป่าสังขละบุรี เป็นบริการนำเที่ยวของสถานที่พักในเขตอำเภอสังขละบุรี โดยจัดให้นักท่องเที่ยวล่องเรือไปตามลำน้ำของกะเลียงแล้วต่อด้วยการนั่งช้างเที่ยวป่าและล่องแก่ง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร มีพื้นที่อยู่ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีและอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อน ยอดเขาสูงสุดคือ เขาใหญ่ อยู่บริเวณตอนกลางของพื้นที่ เป็นต้นน้ำของลำธารหลายสาย มีป่าไม้หลายชนิดประกอบด้วยทุ่งหญ้าป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าดงดิบ มีสัตว์ป่าหลายชนิดอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

#### อำเภอศรีสวัสดิ์

อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เดิมมีชื่อว่า อุทยานแห่งชาติเขาสลอบ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นอุทยานแห่งชาติเอราวัณเนื่องจากชั้นสูงสุดของน้ำตกเป็นธรรมชาติที่มีลักษณะคล้ายหัวช้างเอราวัณ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือน้ำตกเอราวัณ

เขื่อนศรีนครินทร์ อยู่ห่างจากน้ำตกเอราวัณ ประมาณ 4 กิโลเมตร ทางตอนบนของแม่น้ำแควใหญ่ เป็นเขื่อนหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยกั้นแม่น้ำแควใหญ่ เป็นเขื่อนเอนกประสงค์ที่อำนวยประโยชน์ทั้งในด้านการชลประทาน การลดอุทกภัยในลุ่มแม่น้ำแม่กลองรวมทั้งการผลิตกระแสไฟฟ้า

อำเภอบ่อพลอย บ่อพลอยอยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 47 กิโลเมตร ในตัวอำเภอบ่อพลอยมีร้านขายพลอยอยู่หลายร้าน พลอยที่ได้จากการทำเหมืองอุตสาหกรรมได้แก่ พลอยไพฑูริย์ พลอยสีน้ำเงินหรือบลูซัพไฟฟ์ นิลหรือเพชรเม็ดดำ นพเก้า บุษราคัม โกเมน เขียวส่อง และบุษราคัม

สวนสัตว์เปิดซาฟารีปาร์ค ห่างจากตัวเมืองประมาณ 40 กิโลเมตร เป็นสวนสัตว์เปิดแห่งแรกของกาญจนบุรีซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับสัตว์นานาชนิด

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำแควใหญ่ ยอดเขาสูงที่สุด คือ เขาหัวโล้นสูงประมาณ 1,170 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง จัดตั้งเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแห่งแรกของประเทศไทย เป็นสถานที่เหมาะสำหรับการศึกษาระบบนิเวศ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ 3 เส้นทาง คือ 1.เส้นทางลำอิฐ 2.เส้นทางสะดอ 3.เส้นทางสลักพระ และยังมีเส้นทางที่สามารถเดินไปชมทิวทัศน์ริมขอบอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ห้วยแม่ละมุน

#### ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บ้านหนองขาว เป็นชื่อตำบลหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงดำเนินชีวิตอยู่อย่างเรียบง่ายในสังคมเกษตรกรรม สภาพบ้านเรือนแบบไทยสมัยก่อนยังมีให้เห็นอยู่ทั่วไป วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมแบบโบราณยังคงได้รับการสืบทอดกันมาช้านาน

โสมสเคย์บ้านเขาเหล็ก บ้านเขาเหล็กเป็นหมู่บ้าน ชาวกะเหรี่ยงเล็ก ๆ อยู่ในตำบลเขาโจด อำเภอสรีสวัสดิ์ เป็นหมู่บ้านอยู่ใจกลางหุบเขา ในเขตอุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ มีธรรมชาติสวยงาม ชาวบ้าน ส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่ และหาของป่ามีความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย โดยอาศัยธรรมชาติเป็นหลัก มีประเพณีวัฒนธรรมของชาวกะเหรี่ยงที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา

#### ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ไร่คุณมน ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองกุ่ม อำเภอบ่อพลอย ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี ประมาณ 35 กิโลเมตร เป็นสวนเกษตรแบบผสมผสาน สวนผักปลอดสารพิษและโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ นานาชนิด อาทิ น้ํานมข้าวโพด น้ํ้าฝัก กลัวย/ขนุนอบแห้ง กระจายสารทเคลือบน้ํ้าฝัก อาหารชีวจิตบนพื้นที่ 150 ไร่ ด้วยเครื่องจักรอันทันสมัย สร้างอาชีพให้กับชุมชนท้องถิ่น สามารถเข้าชมสวนเกษตร ชมขั้นตอนการผลิตได้อย่างใกล้ชิดและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆได้

สวนอรอนงค์ชวนชม ตั้งอยู่ตรงข้ามอนามัยตลาดเขต อำเภอพนมทวน ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 40 กิโลเมตร ไปตามถนนสายกาญจนบุรี-สุพรรณบุรี (ทางหลวงหมายเลข 324) เป็นสวนเพาะพันธุ์ต้นชวนชมที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกาญจนบุรี บนพื้นที่ 40 ไร่มีชวนชมหลากหลายพันธุ์ให้ดอกชวนชมสีส้มสดสวยงาม

#### วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

รำเหย่ย เป็นการละเล่นพื้นเมืองของชาวกาญจนบุรีมาแต่บรรพกาลราวๆ 500 ปีเศษมาแล้วจะเล่นกันในเทศกาลตรุษสงกรานต์,ปีใหม่เป็นต้น

#### เทศกาลงานประเพณี

งานวันอาบน้ำแร่แช่น้ําคก จัดขึ้นบริเวณพุร้อนหินคาค หมู่ 5 ตำบลหินคาค อำเภอทองผาภูมิ ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน ภายในงานมีกิจกรรมออกร้านผลิตผลและผลิตภัณฑ์ทางการ

เกษตร นิทรรศการการท่องเที่ยวของอำเภอทองผาภูมิ นักท่องเที่ยวยังจะได้อาบน้ำแร่ที่พุร้อนหินดาตและเที่ยวชมความงามของน้ำตกผาดาต

งานเทศกาลชาวเรือชาวแพ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน ที่บริเวณถนนสองแคว ริมแม่น้ำเมืองกาญจนบุรี ภายในงานมีกิจกรรมการเล่นพื้นบ้าน การแสดงมหรรรณลูกทุ่ง นิทรรศการทางวิชาการเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง และการแข่งขันกีฬาทางน้ำ งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จัดขึ้นทุกปีบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว ในราวปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม เพื่อรำลึกถึงความสำคัญของการสร้างทางรถไฟสายมรณะและสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2

## 7. ความเป็นมาของแพเชค

ในอดีตริมแม่น้ำหน้าเมืองกาญจนบุรีเป็นหาดทรายที่มีธรรมชาติสวยงามมากมีแพที่เป็นบ้านพักอาศัยอยู่แต่ก่อน ไม่มีถนนตัดผ่านแต่ต่อมาทางเทศบาลเมืองกาญจนบุรีเล็งเห็นความสำคัญที่อยากจะรักษาเมืองเก่าไว้บริเวณที่ตั้งเดิมของประวัติศาสตร์คือบริเวณประตูเมืองกาญจน์ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ดังนั้นในปี 2513 ท่านนายกนิทัศน์ ถนอมทรัพย์ได้จัดให้มีการถมถนนเป็นเพียงถนนหินคลุกในช่วงแรกแค่ให้รถวิ่งผ่านได้ประมาณ 4 เมตร ความยาว 300 เมตร เท่านั้นจากโรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงครามถึงบริเวณโรงงานกระดาษแล้วเสร็จจึงทำต่อ อีกประมาณ 800 เมตรจนถึงบริเวณวัดเหนือ ในระหว่างนี้ พลตำรวจโท จำรัส มังคลารัตน์ ได้ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมชาวกาญจน์ พ.ศ. 2511-2527 ได้มีความคิดทำแพอาหาร บริเวณริมน้ำจึงได้เริ่มมีแพอาหารเกิดขึ้น ซึ่งเป็นเพียงแพอยู่กับที่ ท่ามกลางเสียงวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากจากชาวบ้านและนักท่องเที่ยวเพราะบดบังทัศนียภาพบริเวณริมน้ำ แต่ไม่สามารถทำอะไรได้ เพราะกฎหมายไม่มีบังคับไว้ ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร ต่อมาจังหวัดกาญจนบุรีได้เกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ในปีพ.ศ. 2539 ( กรมชลประทาน กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ 2551 : 3 ) ได้เกิดฝนตกหนักในลุ่มแม่น้ำแม่กลองโดยทั่วไประหว่างวันที่ 27-30 กันยายน พ.ศ.2539 ทำให้อ่างน้ำแม่กลองสูงขึ้นเรื่อย ๆ และสูงสุดในวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2539 มีปริมาณน้ำผ่านเขื่อนแม่กลองจำนวนประมาณ 2,500 ลบ.ม./วินาที น้ำดังกล่าวนี้ได้ไหลบ่าเข้าท่วมในพื้นที่เขต อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งจากเหตุการณ์น้ำท่วมในครั้งนี้ส่งผลให้น้ำได้พัดแพพักอาศัยหลายเรือน และแพอาหารที่มีอยู่เดิมพังลง จากนั้นทางเทศบาลเมืองกาญจนบุรีจึงได้มีการสร้างเขื่อนขุนแผนขึ้นและแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งนายช่างใหญ่ที่ดำเนินการก่อสร้างคือ นายเริ่ม สิตไทย เป็นผู้ออกแบบสร้างเพื่อที่จะกั้นน้ำทะเลบริเวณริมแม่น้ำซึ่งเป็นการถมทรายชั้นที่สุดและได้มีการถมดินชั้นบน ทำลานกั้นบริเวณริมน้ำปลูกต้นไม้ทำสวนย่อมเป็นสวนสุขภาพและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและได้มีนโยบายทำทางลงริมน้ำเป็นทางคอนกรีตตั้งนั้นจากเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่นี้ได้จบลง ทางเข้าสะดวกขึ้นหลาย

ฝ่ายจึงได้เริ่มทำแพอาหารตามแบบอย่างเพิ่มเติม ขยายจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆจากแต่เดิมเป็นแพพัก แพอาหารอยู่กับที่ ต่อมาได้ปรับปรุงเป็นแพขนานยนต์ล่องแม่น้ำ มีผู้คนที่สนใจในการท่องเที่ยวทางน้ำ นำวิทยุเทปไปฟังบ้าง ร้องเพลงบ้าง พอมีแพจำนวนมากๆเข้าก็มีการส่งเสริมแข่งขันบ้างจึงได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ถึงปัจจุบันมีแพในจังหวัดกาญจนบุรีถึง 1,525 หลัง โดยแบ่งเป็น อำเภอเมือง 476 แพ อำเภอไทรโยค 409 แพ อำเภอทองผาภูมิ 69 แพ อำเภอศรีสวัสดิ์ 449 แพ และอำเภอสังขละ 122 แพ และมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนเป็นแพเชคในปัจจุบัน

สำหรับคำว่า “แพเชค” มีผู้ให้ความหมาย แพเชค หมายถึง แพที่มีเรือลากจูงไปตามลำน้ำ ไม่ได้จอดประจำอยู่กับที่โดยมีการลากจูงแพจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นครั้งคราวเพื่อที่จะชมทิวทัศน์สองฝั่งริมแม่น้ำแควน้อย แควใหญ่ ที่ไหลมาบรรจบกัน มีธรรมชาติ และจุดชมวิว ที่งดงามพร้อมกันนั้น บนแพ มีการจัดแสง สี เสียง และเปิดเพลงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินร่าอย่างสนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวโดยแพเชคนั้นส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบค้างคืน มีอาหาร อุปกรณ์ทำครัวอยู่บนแพ และคำว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

สรุปได้ว่า จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์รวมของ การท่องเที่ยว ในส่วนนี้ ผู้วิจัยขอใช้คำว่า EARTH เพื่อบรรยายสภาพโดยรวมของจังหวัดกาญจนบุรี

E (Environment) คือสิ่งแวดล้อมภายในจังหวัดที่เอื้อต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ

A (animal) มีสัตว์ป่านานาชนิด เพราะเป็นพื้นที่ติดเทือกเขาตะนาวศรี และเทือกเขาถนนธงชัยทำให้มีสัตว์ป่ามากมาย ถือว่าเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรสัตว์ป่ามากอีกแห่งหนึ่งของประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งอนุรักษ์สัตว์หายาก เช่น ปูราชนิ ซึ่งเป็นปูน้ำจืดที่สวยงามที่สุด และ ค้างคาวคุณกิตติ ซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่เล็กที่สุดในโลก

R (river) มีแม่สองสายมาบรรจบกัน คือแม่น้ำแควน้อย มีแม่น้ำลำภาชีเป็นลำน้ำสาขาที่สำคัญ และแม่น้ำแควใหญ่ มีแม่น้ำลำตะเพินเป็นลำน้ำสาขาที่สำคัญ ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งเป็นลุ่มน้ำลำดับที่ 14 ของประเทศ ครอบคลุมพื้นที่สำคัญทางตะวันตกของภาคกลาง ถึง 9 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม และบางส่วนของ ดาก อุทัยธานี สุพรรณบุรี นครปฐม

สมุทรสาคร และเพชรบุรี ซึ่งเป็นแหล่งรวมอารยธรรมของชนชาติต่างๆมากมาย รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่งดงาม

T (tree) มีต้นไม้จำนวนมากเพราะจังหวัดกาญจนบุรีมีป่าดงดิบ และ ป่าโปร่ง อยู่บริเวณโดยรอบ จังหวัดกาญจนบุรี มีต้นไม้ประจำจังหวัด คือ ต้นขนาง ดอกไม้ประจำจังหวัด คือ ดอกกาญจนิกา ชื่อพื้นเมือง ลั่นทมเขา แคะเขา หรือ สะเดาดง

H (Human) ประชากรมีจำนวนมาก ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงประชากรต่างพื้นที่ที่เข้ามาอยู่อาศัย เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่ติดชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีทรัพยากรบุคคลที่มีประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป เข้ามาช่วยพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีให้เติบโตในทุกๆด้าน

### 8. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจจิ้ง ในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

นิคม ประเมโท (2543: 62) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55.25) อายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 36.25) เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 26.50) และมีรายได้มากกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 32.75) และส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มากที่สุด(ร้อยละ 47.25) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว (ร้อยละ 41.75) ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 44.50) มากับครอบครัว (ร้อยละ 52) นิยมพักแรมในจังหวัดอุดรธานี (ร้อยละ 83) มากที่สุด รองลงมาพักแรมที่โรงแรม (ร้อยละ 45.50) และนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด (ร้อยละ 51.50) โดยมากเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยที่จูงใจให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เป็นลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พักเดินทาง ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว เหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกมากมาย ตามลำดับ

วิภา วัฒนพงษ์ชาติ (2542:38) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อม บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการวางแผน การจัดการธุรกิจ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ละทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับกลุ่มครอบครัวหรือเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไป ได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขารัง หาดเจ้าสำราญ และนิยมค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน ญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสท์เฮาส์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีและพิจารณาปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้นพบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภูมิถิ่นกำเนิด มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

นวล สารสอน (2533 : 1) ศึกษาเรื่องผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ สำหรับวิธีศึกษานั้น ได้ใช้วิธีการของวิชามานุษยวิทยา คือ วิจัยเชิงคุณภาพที่พยายามเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนที่ศึกษาให้ครบทุกด้าน จากการศึกษาลักษณะทั่วไป ของชุมชนดำเนินสะดวก พบว่าเป็นชุมชนที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่มีการขุดคลองดำเนินสะดวก และสามารถแบ่งเขตชุมชนออกเป็นสองส่วนคือ ย่านตลาดซึ่งเรียกว่า เป็นชุมชนเมืองและย่านที่เป็นเขตทำการเกษตรที่อยู่รอบๆเขตชุมชน โดยที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เป็นที่ราบลุ่มมีคลองต่างๆ หลายคลอง จึงทำให้วิถีชีวิตในชุมชนผูกพันกับน้ำ ทั้งด้านการค้าและการเกษตร ตลาดน้ำก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตแห่งนี้ เนื่องจาก เป็นที่ที่ชาวสวนและชาวตลาดทำการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ประมาณปี พ.ศ. 2514 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางไปชมภาพวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้ ระหว่างเวลา 08.00-12.00 น. และเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามลำดับมาถึงปัจจุบัน จากการศึกษาผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่าได้รับผลน้อย เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวในที่นี่มีข้อจำกัดอยู่อย่างมาก เช่น ระยะเวลาท่องเที่ยวมีเฉพาะที่ตลาดน้ำในตอนเช้าของวันเท่านั้น และนอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังถูกจำกัดพื้นที่ชมตลาดน้ำให้อยู่ในเขตพื้นที่ขายของที่ระลึก เท่านั้น จึงทำให้ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคน ใน

ชุมชนกับนักท่องเที่ยวมีน้อย ซึ่งการแลกเปลี่ยนที่สำคัญคือ การพัฒนาถนน เข้ามามีบทบาทแทนที่เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ดังจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลางตลาดชุมชนจากบริเวณริมคลองไปสู่สองฟากถนน เช่น ตลาดเสรีที่นับวันจะขยายมากขึ้นในอนาคต

Jason Cope (2003:3) ได้เสนอว่ากระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ ในการที่จะสร้างธุรกิจจะต้องอยู่ในกรอบของการเตรียมความพร้อมในการเตรียม ตัวการเริ่มกิจการ (Entrepreneurial Prepare ness) ซึ่งหมายถึงความซับซ้อนของ การเรียนรู้ที่ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินขบวนการการสร้างธุรกิจใหม่ได้สำเร็จ ขบวนการดังกล่าวนี้จะประกอบด้วยประสบการณ์และการเรียนรู้ในการเตรียม ความสามารถของตนเองทั้งในด้านทัศนคติ ปรัชญาการบริหาร ความสามารถที่ใช้ในการเริ่มกิจการ และเรื่องประสบการณ์การเรียนรู้ (Learning History)

Wilquist (2001:6-9) ได้กล่าวถึงการเรียนรู้เริ่มต้นกิจการใหม่ ที่เห็นว่าจำเป็นต้องมีขบวนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโมเดลธุรกิจ สำหรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจในปัจจุบันด้วยความสามารถในการที่จะปรับตัวให้เข้ากับโอกาสเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจเกิดใหม่ที่ต้องการการทดลองทำ และการเปลี่ยนแปลงปรับตัว Bhide (2000) ได้เสนอความเห็นว่าการเข้าถึงโอกาสนั้น คือการเข้าถึงกระบวนการเรียนรู้ที่รวดเร็วและการกำหนดกลยุทธ์ที่ถูกต้อง เป็นลักษณะของการปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจใหม่

Hill and Levenhagen (1995) ได้กล่าวถึงการเรียนรู้เริ่มต้นกิจการใหม่ซึ่งให้เห็นความแตกต่างระหว่างวิธีคิดที่เป็น Sense making และ Sense giving ว่า Sense making เป็นกระบวนการพัฒนาการทางความคิดว่าการดำเนินงานเกิดขึ้นได้อย่างไร ในขณะที่ Sense giving เป็นกระบวนการสื่อสารความคิดดังกล่าวไปยังบุคคลอื่น เพื่อให้คนอื่นเข้าใจและยอมรับ

Young and Flower (1982) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวใน Cook Country Forest Preserve District (CCFDD) สหรัฐอเมริกาเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว เกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจให้มาใช้พื้นที่ พบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจต่อพื้นที่ และลักษณะธรรมชาติของป่าเปิด อันได้แก่ “อิสรภาพและความเงียบ” นอกจากนี้ผู้ใช้พื้นที่ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงสภาพทางธรรมชาติในพื้นที่และสิ่งที่ต้องการมาก ได้แก่บริการด้านความปลอดภัย และบริการด้านความสะดวกพื้นฐาน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีทั้งหมด ข้างต้น รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจ ในจังหวัดกาญจนบุรี ได้อย่างเห็นภาพ และต่อยอดแนวคิดรวมทั้งการตั้งคำถาม แนวคำถามเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยในบทต่อไปได้อย่างเข้าใจ

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาหลากหลายวิธีเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ให้มากที่สุด

##### 1. การเลือกพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะ ผู้ประกอบการแพคเกจจิ้งบริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพราะเป็นเขตที่มีการประกอบการธุรกิจแพคเกจจิ้งมากที่สุด เป็นจุดที่มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการแพคเกจจิ้งรูปแบบ มีปัญหาในการประกอบการมากกว่าเขตพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากมีการแข่งขันสูง

##### 2. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เบื้องต้นผู้วิจัยลงสำรวจพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และมีการพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่เพื่อรับรู้ถึงบริบท รวมทั้งเก็บข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการประกอบการแพคเกจจิ้ง เพื่อประกอบการวิจัย หลังจากนั้นจึงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

2.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมโดยตรงจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาคมชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว ผู้ขับเรือลากแพ คีเจปประจำแพแพ แพบ้านท่าความสะอาด ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ โดยการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลและลงมือเก็บด้วยตัวเอง ทำให้ผู้วิจัยสามารถควบคุมและดำเนินการเก็บรวบรวมในสิ่งที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุป เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่กลุ่มผู้ประกอบการแพคเกจจิ้งบริเวณริมแม่น้ำหน้าเมือง จังหวัดกาญจนบุรี และเขตพื้นที่ใกล้เคียงหรือพื้นที่อื่น ๆ ด้วย

2.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยใช้การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) เอกสาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนที่ศึกษาในภาพรวมก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูลรวมทั้งการศึกษา เอกสารประกอบการประเมินปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบการแพคเกจจิ้ง

### 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนและเลือกใช้ การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดย การสังเกต การสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดของการเก็บข้อมูล ดังนี้

#### 3.1. การสังเกต (Observation)

3.1.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการบันทึกการประชมกลุ่มของกลุ่มชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรีการสังเกตกระบวนการต่าง ๆ รวมทั้งสภาพทั่ว ๆ ไปในการประชุมของกลุ่มชาวเรือชาวแพเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยเข้าไปใช้ชีวิตคลุกคลีกับกลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาคมชาวเรือชาวแพจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว ผู้ขับเรือลากแพ ดิเจประจำแพเชค แม่บ้านทำความสะอาด ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ โดยการเดินทางล่องเรือแพเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการแพเชค และผู้ใช้บริการแพเชค ผู้วิจัยทำการจดบันทึกที่ระหว่างเดินทางเพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ การสังเกต เกิดขึ้นในสภาพธรรมชาติของกลุ่ม ทำให้ผู้วิจัยสามารถสังเกตพฤติกรรม ที่มาของปัญหาและแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจแพเชคได้

3.2. การสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งผู้วิจัยใช้ การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นประธานกลุ่มของกลุ่มชาวเรือชาวแพ และผู้ประกอบการแพเชค การสัมภาษณ์ข้อมูลแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) ก็คือการสัมภาษณ์แบบไม่ได้ใช้แบบสอบถาม แต่จะทำการสัมภาษณ์โดยการร่างประเด็นคำถามที่ต้องการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ก่อนแล้วจึงแตกประเด็นคำถามในระหว่างการสัมภาษณ์ เช่น ประวัติความเป็นมาของแต่ละแพ การเริ่มก่อสร้างแพ กฎระเบียบภายในผู้ประกอบการ กิจกรรมของกลุ่มชาวเรือชาวแพ บทลงโทษทางกฎหมายเมื่อมีการฝ่าฝืน ผลกระทบทางด้านบวกและลบหลังจากมีการออกระเบียบ กฎข้อบังคับสำหรับผู้ประกอบการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ การสัมภาษณ์จะเป็นไปในลักษณะพูดคุยแบบธรรมชาติมากกว่าที่จะตั้งคำถามแบบเคร่งเครียดเพื่อให้ได้คำตอบ

3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนามมาจัดลำดับเหตุการณ์ เรียบเรียง เพื่อพรรณนาวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนใดที่ยังบกพร่องผู้วิจัยก็ได้ทำการเก็บเพิ่มเติมตลอดเวลาในระหว่างทำการวิจัยเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

### 4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยการสำรวจพื้นที่จากนั้นก็เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางน้ำ ที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี และเจ้าพนักงานปกครอง ณ ที่ทำการ

ปกครองจังหวัดกาญจนบุรี (กลุ่มงานความมั่นคง) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์  
 ปริญญาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยเพื่อเขียนเป็นรายงานการวิจัย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของ  
 ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการสร้างข้อสรุปจากข้อมูล โดยการจำแนกข้อมูล วิเคราะห์ และเชื่อมโยง  
 ของข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

#### 5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ตัวผู้วิจัย (เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัย เพราะการวิจัยในครั้งนี้เป็น  
 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ฉะนั้นผู้วิจัยต้องเตรียมความพร้อมรอบด้านก่อนลง  
 พื้นที่ เช่น สุขภาพร่างกายที่แข็งแรง พร้อมทั้งจะสังเกตและวิเคราะห์ปรากฏการณ์ แนวคำถามเพื่อให้  
 ได้รับคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริง การทราบถึงบริบทของคนที่ผู้วิจัยจะเข้าไปสัมภาษณ์ เช่น  
 ฐานะทางสังคมของผู้ให้ข้อมูล)

2. เครื่องบันทึกเสียง (ช่วยเก็บข้อมูลในกรณีที่เป็นข้อมูลที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการ  
 วิจัยไม่สามารถจำได้ทั้งหมด เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ได้มากที่สุดโดยไม่ตกหล่น และให้ได้  
 ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด)

3. กล้องถ่ายรูป

4. สมุดจดบันทึก/ ปากกา

5. ยานพาหนะ เนื่องจากสถานที่ที่ทำการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการ  
 แพะเคออยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบการแพะเคอหลาย  
 หน่วยงานคือ เจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางน้ำ ที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี เจ้าพนักงานปกครอง ที่ทำการ  
 ปกครองจังหวัดกาญจนบุรี (กลุ่มงานความมั่นคง) และกลุ่มชาวเรือชาวแพ

#### 6. ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักการประกอบการแพะเคอ ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางน้ำ ที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี

2. เจ้าพนักงานปกครอง ที่ทำการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี

3. ผู้อำนวยการสำนักการช่าง เทศบาลเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

4. กลุ่มผู้ประกอบการแพะเคอบริเวนริมแม่น้ำหน้าเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

5. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

6. นักท่องเที่ยว

7. ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการแพะเคอบริเวนริมแม่น้ำแม่กลอง  
 จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรในเขตพื้นที่ที่เข้าไปศึกษาประกอบไปด้วย อัตรากำลังของเจ้าพนักงานปกครอง ทั้งสิ้น 74 คน ได้แก่ เจ้าพนักงานปกครองจำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 3 คน ผู้อำนวยการสำนักงานช่าง จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1 คน ผู้ประกอบการแพเชค จำนวน 16 คน ลูกจ้างประจำจำนวน 19 คน ของส่วนราชการ ลูกจ้างประจำของผู้ประกอบการแพเชค จำนวน 10 คน ประชาชนที่อาศัยในบริเวณประกอบการ 20 คน

จากข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาถึงบริบทของพื้นที่ที่ผู้วิจัยจะเข้าไปศึกษาเพื่อนำไปสู่ผลของการวิจัยเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังจะได้กล่าวรายละเอียดในบทถัดไป

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ: อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัยขออธิบายความหมายคำว่า “กลยุทธ์การตลาด” หมายถึงการสร้างและการกำหนดรูปแบบของเทคนิคต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาด้านราคา ด้านที่ตั้ง ทางด้านการส่งเสริมการขาย ทางด้านการผลิตภัณฑ์บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และผลผลิตภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ผลการดำเนินการขององค์การธุรกิจมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างชัดเจน ตามเป้าหมายที่องค์การธุรกิจได้กำหนดไว้ ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาด หรือที่เรียกสั้นๆว่า 8P's ซึ่งต้องมีแนวทางความคิดทางการสื่อสารการตลาดโดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสมัยใหม่ซึ่งแบ่งส่วนขยายเพิ่มเติมจากเดิมอีกหลายส่วนทั้งงานศึกษาทั้งภายในและภายนอกประเทศเชื่อมโยงสู่การทำธุรกิจสมัยใหม่ซึ่งเน้นการสร้างผลกำไรสูงสุดบนความพอใจของผู้บริโภคซึ่งเป็นการทำธุรกิจระยะยาว(Long-Term Business) พร้อมกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคสมัยใหม่ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะการแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)ซึ่งไม่สามารถแบ่งส่วนการตลาดแบบเดิมๆได้แล้ว

สำหรับคำว่า “แพะเทศ” มีผู้ให้ความหมาย แพะเทศ หมายถึง แพะที่มีเรือลากจูงไปตามลำน้ำ ไม่ได้จอดประจำอยู่กับที่โดยมีการลากจูงแพจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นครั้งคราวเพื่อที่จะชมทิวทัศน์สองฝั่งริมแม่น้ำแควน้อย แควใหญ่ ที่ไหลมาบรรจบกัน มีธรรมชาติ และจุดชมวิว ที่งดงามพร้อมกันนั้น บนแพ มีการจัดแสง สี เสียง และเปิดเพลงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินเรืออย่างสนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวโดยแพเทศนั้นส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบค้างคืน มีอาหาร อุปกรณ์ทำครัวอยู่บนแพ และคำว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

การวิจัย “กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ” อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีการใช้การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกต โดยมีวัตถุประสงค์ คือเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และวิธีการดำเนินธุรกิจแพะเทศ ปัญหาและแนวทางแก้ไขการดำเนินธุรกิจแพะเทศทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน ของผู้ประกอบการแพะเทศบริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัยตามขั้นตอนของการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมา และวิวัฒนาการของการประกอบการแพะเทศ
2. กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ 8P's
3. ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการประกอบการแพะเทศ

#### 1. ความเป็นมา และวิวัฒนาการของการประกอบการแพะเทศ

จากการวิจัยถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเทศ จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ทราบถึงความเป็นมาของการประกอบการแพะเทศ สามารถสรุปได้ ดังนี้

การเกิดขึ้นของแพะเทศในอดีตพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำหน้าเมืองกาญจนบุรี ลักษณะเป็นหาดทรายที่สวยงาม มีแพที่เป็นบ้านพักอาศัย ยังไม่มีถนนตัดผ่าน ต่อมาทางเทศบาลเมืองกาญจนบุรี เล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์เมืองเก่าไว้บริเวณที่ตั้งเดิมคือบริเวณประตูเมืองกาญจนบุรี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี 2513 นายเทศมนตรี เทศบาลเมืองกาญจนบุรี ได้ถมถนนหินคลุกในช่วงแรกเพื่อให้รถวิ่งผ่านได้ ความกว้างประมาณ 4 เมตร ความยาว 300 เมตร โดยเริ่มจากโรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงครามถึงบริเวณ โรงงานกระดาษไทย แล้วเสร็จจึงขยายถนนต่อ อีกประมาณ 800 เมตร จนถึงบริเวณหน้าวัดเหนือ ในระหว่างนี้นายกสมาคมชาวกาญจนบุรี ได้มีความคิดทำแพอาหารบริเวณริมน้ำ จึงได้เริ่มมีแพอาหารเกิดขึ้น เป็นแพอยู่กับที่ ท่ามกลางเสียงวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากจากชาวบ้านและนักท่องเที่ยว เนื่องจากแพคั้งทัศนียภาพบริเวณริมน้ำ แต่ไม่สามารถร้องเรียนถึงการกระทำดังกล่าวได้ เพราะพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร ไม่ได้บังคับไว้ ต่อมาจังหวัดกาญจนบุรีได้เกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2539 เกิดฝนตกหนัก ในลุ่มแม่น้ำแม่กลองระหว่างวันที่ 27-30 กันยายน พ.ศ.2539 ทำให้ระดับน้ำแม่กลองสูงขึ้นเรื่อย ๆ และสูงสุดในวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2539 มีปริมาณน้ำผ่านเขื่อนแม่กลองจำนวนประมาณ 2,500 ลบ.ม.ต่อวินาที น้ำในแม่น้ำได้ไหลบ่าเข้าท่วมในพื้นที่เขตอำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม วัดเพลง ดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี (กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แผนป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วม ปี 2551: 3) จากเหตุการณ์น้ำท่วมในครั้งนี้ส่งผลให้น้ำได้พัดแพพักอาศัยหลายเรือน และแพอาหารพังลงด้วย



ภาพที่ 9 น้ำท่วม จังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. 2539

แพเชกเกิดขึ้นได้อย่างไร และเกิดขึ้นเมื่อไรต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เท่านั้นที่จะให้คำตอบได้ เช่นเดียวกันกับการดำเนินธุรกิจแพเชกเริ่มมีผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นเมื่อใดต้องคนในพื้นที่เท่านั้นที่รู้ จากการสัมภาษณ์โดยการเริ่มต้นที่ต้องการทราบว่าสมัยก่อนนั้นบริเวณริมแม่น้ำแม่กลองอำเภอเมืองกาญจนบุรีถนนหนทางเป็นมาอย่างไร ทำไมจึงมีความคิดริเริ่มทำธุรกิจแพเชกทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลว่า แต่เดิมบริเวณแม่น้ำแม่กลองเป็นเพียงที่อยู่อาศัยเป็นแพคนอยู่ บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง เป็นหาดทรายที่มีความสวยงามและเป็นที่พักอาศัยของคนในบริเวณนั้น แต่เมื่อสมัยที่พลตำรวจโท จำรัส มังคลารัตน์ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมชาวกาญจนบุรี พ.ศ. 2511-2527 มีความคิดทำแพอาหารบริเวณริมน้ำ จึงได้ริเริ่มดำเนินการก่อสร้างแพพัก แพอาหารเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในหมู่คณะหลังจากที่มีผู้เห็นช่องทางในการทำธุรกิจ และพอจะมีทุนทรัพย์จึงได้เริ่มทำธุรกิจแพอาหาร ซึ่งในช่วงเวลานั้นโรงงานกระดาษกาญจนบุรี ที่อยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองมีความจำเป็นต้องเลิกกิจการทำให้ผู้ที่ขับเรือลากไม้ลวก ไม้ไผ่ เพื่อที่จะมาทำกระดาษไม่มีงานทำ ประกอบกับความเจริญทางวัฒนธรรมที่เข้ามาอำนวยความสะดวกให้ท้องถิ่น เช่น การสร้างถนนลงริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ตั้งแต่บริเวณหน้า โรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงคราม ถึงหน้าโรงงานกระดาษไทย และสร้างต่อจนถึงบริเวณประตูเมืองกาญจนบุรี ทำให้ในสมัยนั้นการจราจรที่ต้องอาศัยการเดินทางโดยเรือเป็นหลัก เปลี่ยนมาเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ การเดินเท้า การใช้รถใช้ถนนจึง

ได้รับความนิยมาจกประชาชนเป็นจำนวนมากเพราะสะดวกมากขึ้น ผู้ที่เคยขับเรือรับส่งคนข้ามฝาก จึงมีรายได้อลดลง คนใช้บริการน้อยลง จึงหันมาทดลองลากเรือแพให้กับนักท่องเที่ยวแทนซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ต่อมาผู้ประกอบธุรกิจแพล่องเพิ่มขึ้น ดังนั้นปี พ.ศ. 2524 ธุรกิจแพล่องในจังหวัดกาญจนบุรีเริ่มเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวขงจังหวัดกาญจนบุรีเป็นอย่างมาก และแพล่องซึ่งในสมัยนั้นไม่มีแพเชค เช่นในปัจจุบัน แต่นักท่องเที่ยวมักนำวิทยุลงไปฟังบ้าง ร้องเพลงบ้าง เป็นที่เพลิดเพลินสำหรับผู้ที่มาท่องเที่ยว สำหรับเรือแพในสมัยนั้นใช้เครื่องเสียงแบตเตอรี่ 12 โวลต์ ต่อมาใช้เครื่องเสียงไฟฟ้ัน และวิวัฒนาการตามยุคสมัยเป็นเครื่องปั่นไฟในปัจจุบัน และต่อมา พ.ศ. 2539 จังหวัดกาญจนบุรีเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ขึ้นอีกครั้งเทศบาลเมืองกาญจนบุรี จึงดำเนินการสร้างเขื่อนขุนแผนและท่าทางลงริมแม่น้ำแม่กลอง เป็นถนนคอนกรีต แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2544 ทำให้การคมนาคมสะดวกขึ้น เมื่อการเดินทางสะดวกประชาชนที่อาศัยบริเวณนี้ จึงเปลี่ยนวิถีชีวิต จากการเดินทางโดยใช้เรือ 2 ตอน เรือยาว และเรือยนต์ เป็นการเดินทางโดยใช้รถ ใช้ถนนแทนที่ ดังนั้นผู้ที่มีอาชีพรับจ้างขับเรือแพจึงเปลี่ยนแนวทางในการขับเรือรับจ้างข้ามฝั่ง มาเป็นขับลากเรือแพ ทำให้ชาวเรือ ชาวแพมีอาชีพดำรงอยู่ได้แพอาหารและแพล่องจึงได้เริ่มมีวิวัฒนาการมาเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน นายช่างใหญ่ที่ดำเนินการก่อสร้างคือ นายเริ่ม สิตไทย จากบทการสัมภาษณ์บทหนึ่งว่า

ลุงเป็นคนออกแบบสร้างเขื่อนเพื่อที่จะกั้นน้ำเซาะบริเวณริมแม่น้ำโดยการถมทรายชั้นใต้สุดและได้มีการถมดินชั้นบน ทำลานกั้นบริเวณริมน้ำปลูกต้นไม้ ทำสวนสุขภาพและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ตอนนั้นนายกนิทัศน์ ฅนอมทรัพย์ มีนโยบายทำทางลงริมน้ำเป็นทางคอนกรีต จากเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งนี้ ทำให้ทางเข้าสะดวกขึ้นหลายคนจึงได้เริ่มทำแพอาหารตามแบบอย่างเพิ่มเติม และขยายจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จากเดิมเป็นแพพัก แพอาหารอยู่กับที่ ต่อมาได้ปรับปรุงเป็นแพขนานยนต์ล่องแม่น้ำ มีประชาชน และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวทางน้ำมากขึ้น นำวิทยุเทปไปฟังบ้าง ร้องเพลงบ้าง ตลอดจนได้มีการพัฒนาแพ จากแพพักอาศัยมาเป็นแพอาหารและเป็นแพเชคในปัจจุบันมีการลงทุนทำธุรกิจแพกันมากขึ้น ทำให้มีการส่งเสียงดงแข่งกันบ้าง ธุรกิจแพได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนถึงตอนนี้ (ลุงเริ่ม สิตไทย 2552 )

เมื่อก่อนอาเป็นช่างเครื่องเสียงบนแพ ช่วงแรก ๆ ก่อนมีแพล่องนั้น ป้าแซมเป็นผู้ริเริ่มทำกระต๊อบให้ชาวต่างชาติพัก ใช้ไม้ไผ่สร้างริมแม่น้ำ โอ้โฮ! ได้รับความนิยมมาก ชาวต่างชาติแย่งกันพัก จนมีฐานะดีขึ้น เริ่มทำแพพัก และแพล่อง อาโก้ได้เริ่มทำเครื่องเสียงให้เขาเช่าเวลา

ลงแพ เมื่อก่อนให้เขาเช่าเยอะแยะเดี๋ยวนี้เครื่องเสียงยังอยู่เลย รายได้ดีมาก เรียกว่าทำจนรวยเลย เมื่อก่อนใช้เครื่องเสียงแบตเตอรี่ 12 โวลต์ แล้วก็ใช้ เครื่องไฟปั่น เป็นเครื่องเบนซินเล็ก ๆ ต่อมาจนปัจจุบันใช้เครื่องปั่นไฟขนาดใหญ่ เจ้าแรก ๆ มีเพนียดยา แพไทยเสรี แพยงทอง พอปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ได้พัฒนารูปแบบมาเรื่อย ๆ จนปัจจุบัน (อุดม แสงงาม 2553)



ภาพที่ 10 เครื่องเสียงที่ใช้ลงเรือแพเมื่อ พ.ศ. 2520

จากข้อมูลเบื้องต้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่าแพเกิดจาก สภาพของภูมิประเทศจังหวัดกาญจนบุรีที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นภูมิทัศน์ที่สวยงาม ประกอบกับมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางวัฒนธรรม ประเพณี และอารยธรรมอันหลากหลายในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยจากเดิมผู้ประกอบการแพเชคมีน้อยรายเมื่อมีถนนตัดผ่านเข้าถึงได้ง่าย ประกอบกับทิวทัศน์ที่สวยงามของสองฝั่งริมแม่น้ำแม่กลองทำให้มีผู้สนใจท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จากนั้นผู้ที่เล็งเห็นถึงรายได้ในการดำเนินธุรกิจแพจึงได้ลงทุน ปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการประกอบธุรกิจแพและมีวิวัฒนาการมาเป็นแพเชค จนถึงปัจจุบัน

แพเริ่มมีประมาณปี พ.ศ. 2520-2522 จากแพที่เป็นที่พักอาศัย และ นั่งสังสรรค์ มาเป็นร้านอาหารในช่วงนั้นมีแพอยู่สองแพ แพเรือนพลอย แพกาญจนน์ แล้วมีแพขนานยนต์ ที่รับส่งคนข้ามฟากก็เป็นของผมนี่แหละ ในสมัยก่อนไม่มีเขื่อนเขาแหลม เขื่อนศรีนครินทร์พอหน้า น้ำ น้ำจะเอ่อที่ริมถนนสองแควบริเวณหน้าประตูเมืองกาญจนบุรีทางลงมันไม่ค่อยสะดวกคนทำแพเลยไม่ค่อยมาเหมือนเดี๋ยวนี้ พอเริ่มทำทางลงริมแม่น้ำใครที่พอมีทุนมีที่อยู่บริเวณนี้ก็เลยเริ่มทำกันมาเรื่อย ๆ แพในสมัยก่อนใช้ลูกบวบไม้ไผ่ ที่ใช้ไม้ไผ่เพราะจังหวัดกาญจนบุรี

เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ ต่อมาไม่ไผ่มันเหลือน้อยเริ่มมีการอนุรักษ์จึงเปลี่ยนจากทุ่งไม้เป็น ทุ่งเหล็กในสมัยแรก ๆ นักท่องเที่ยวนำวิทยุเทปขึ้นไปฟังขณะล่องแพ ต่อมามีการพัฒนาติด เครื่องเสียงบนแพมีการประยุกต์แพเป็นแพท่องเที่ยว

(นพพร ถาวรประดิษฐ์ 2552)

ค่าเช่าแพ ไปกลับประมาณ 3-4 ชั่วโมง 2,000 บาท ต่อแพหนึ่งหลังค่าเช่าแพ ไม่เกิน 50คน แพหนึ่งหลัง แพเช่า หนึ่งหลัง 4,500 บาทค่าเช่าแพ มากกว่า 50 คน ไม่เกิน 100 คน ราคา 6,000 บาท บนแพมีวัสดุ อุปกรณ์สำหรับปรุงอาหารให้ (นพพร ถาวรประดิษฐ์ 2552)

จากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า สาเหตุของการเกิดขึ้นของแพเช่าสรุปได้ ดังนี้

1. จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่มากภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็น ป่าเขา มีทั้งป่าโปร่ง และป่าดงดิบ นอกจากนั้นจังหวัดกาญจนบุรียังเป็นแหล่งก่อเกิด อารยะธรรม มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันงดงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะ บรรยากาศสองฝั่งแม่น้ำแม่กลองที่สวยงามนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยการล่องแพผ่านไปยัง จุดต่าง ๆ ที่น่าสนใจเช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญยิ่งแห่งหนึ่ง ทางรถไฟสายมรณะเป็นอนุสรณ์ให้รำลึกถึงเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ทิวทัศน์ตลอดเส้นทางนี้ สวยงามมาก โดยเฉพาะบริเวณถ้ำกระแซ และสามารถนำนักท่องเที่ยวชมวัดถ้ำมั่งกรทองซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายเกี่ยวกับการทำสมาธิลอยตัวในน้ำ ที่เรียกกันว่า “แม่ชีลอยน้ำ” เป็นต้น ในเมื่อมีภูมิประเทศเอื้ออำนวย การคมนาคมสะดวกสบาย ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในบริเวณนี้ และคนที่ เล็งเห็นโอกาส ในการดำเนินธุรกิจจึงหันมายึดอาชีพดำเนินธุรกิจแพล่อง แพอาหาร และมี วิวัฒนาการมาเป็นแพเช่า จนถึงปัจจุบัน

เมื่อก่อนทำไร่ ทำนา อยู่ที่จังหวัดสมุทรสงครามแฟนทำงานอยู่กับบ้านเป็นแม่บ้าน พอ หน้าแล้งก็ทำนาไม่ได้ผลเลยไม่ได้ทำนา เพื่อนชวนมาเป็นคนขับเรือรับจ้างอยู่ที่นี่ ก็เลยรู้จัก คนมากขึ้น รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว รู้กลุ่มนักท่องเที่ยว แล้วลู่ทำงานมานานพอจะมีเงินเก็บอยู่ บ้างก็เลยลองทำเอง ลู่ทำตอนแรก ก็ทำแพไม้ไผ่ก่อนเพราะราคาไม่สูงนัก ทำแพเดี่ยว พอมี รายได้ดีขึ้นก็ขยายมาเรื่อย ๆ ตอนนั้นก็ยึดอาชีพนี้ไปเลย และจะทำไปเรื่อย ๆ ไม่เลิก เพราะว่า ชอบที่เงินได้เร็ว ได้ที่บ้าน ได้อยู่กับธรรมชาติ แล้วตอนนี้ลูก ๆ ก็ทำต่อเพิ่มขึ้น ช่วยกันดูแล เพราะมีรายได้ดี ตอนนี้อยู่มี 12 แพแล้ว ทั้งแพล่อง และแพเช่า (วิชัย อรรถโชติ 2552)

เมื่อก่อนทำเรือขนานยนต์ รับส่งคนข้ามฝาก แล้วก็มาทำแพอาหารในช่วงแรก ๆ ใช้ชื่อแพกาญจน์ ยังไม่มีใครมาทำแข่ง มีแค่ 2-3 แพ ก็เป็นแพอาหารทั้งหมด แต่เวลาที่มีเพื่อน ๆ มาเที่ยวเราก็ได้พาล่องเรือเที่ยวกันไปตามลำแม่น้ำแม่กลอง เที่ยวไปเที่ยวมา เอนำสนุกดีก็เลยทำแพล่อง เวลาที่มีลูกค้าอยากเที่ยวตอนแรกยังไม่ได้ค้างคืน ล่องแพไปทานอาหารไปเปลี่ยนบรรยากาศ เริ่มมีคนมาใช้บริการเยอะ บอกต่อ ๆ กัน เลยทำแพเพิ่มขึ้นตอนนั้นเลยทำแพล่องแล้วก็เลยทำมาถึงตอนนี้ (นพพร ถาวรประดิษฐ์ 2552)



ภาพที่ 11 การจราจรในสมัยก่อน



ภาพที่ 12 โรงงานกระดาษ และทางส่งน้ำโรงงานกระดาษ จังหวัดกาญจนบุรี

2. ต้นทุนขายสินค้า การลงทุนถือเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นเมื่อคนในท้องถิ่นได้นำจุดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี มาเป็นจุดขายจึงถือเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ และเป็นโอกาสสำหรับผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นให้มีงานทำเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่อีกด้วย

เมืองกาญจนบุรีเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ ธรรมชาติสวยงาม อยู่มาตั้งแต่เกิด เรียนก็เรียนที่นี่ ไม่อยากไปไหน บ้านก็อยู่บนแพริมแม่น้ำ แม่กับพี่สาวเลยทำแพกับเขาบ้าง เรามันลูกแม่น้ำ พ่อสอนขับเรือตั้งแต่เด็ก ๆ ตอนนี้อยู่ทำแพกับพี่สาวแล้วก็ขับเรือไปด้วย พ่อไม่มีคนล่องแพ ก็ได้อยู่กับครอบครัวไม่ต้องไปเป็นลูกจ้างใครสบายดี คนที่ขับเรือแถว ๆ นี้ ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ พ่อครัวแม่ครัวก็อาศัยทำกันเองเป็นธุรกิจครอบครัวรายได้ก็ดีด้วย พ่อได้มาก็มาหักค่าใช้จ่ายซึ่งก็ไม่มีอะไรมากนอกจากค่าน้ำมันเวลาขับเรือ เหลือก็มาแบ่ง ๆ กันไป ยิ่งช่วงหน้าร้อนคนมาเที่ยวเยอะรายได้ดีมาก (ประชากร พานิชกุล 2552)



ภาพที่ 13 แม่ค้านำของมาขายนักท่องเที่ยวที่ล่องแพ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คุณประชากร พานิชกุล ทำให้เห็นว่าจังหวัดกาญจนบุรีมีต้นทุนทางธรรมชาติที่ผู้ประกอบการไม่ต้องแสวงหา หรือใช้เงินซื้อเพียงแต่ใช้สิ่งที่ธรรมชาติให้มาประกอบกับต้นทุนในการดำเนินกิจการสร้างแพล่อง มีที่อยู่อาศัยในบริเวณที่สามารถดำเนินกิจการได้ไม่ต้องเสียค่าเช่าให้กับใครและความเป็นคนพื้นที่สามารถขับเรือได้อยู่แล้วจึงเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับตนเองและคนในครอบครัว

ตอนที่เริ่มทำแพแรก ๆ เป็นแพลูกบวบไม้ไผ่ ลงทุนประมาณ 55,000 บาท ก็ทำแพ ล่องได้แล้ว พอเขาเริ่มอนุรักษ์ไม้ไผ่ตอนนี้ค่าใช้จ่ายเริ่มสูงขึ้นเปลี่ยนจากแพลูกบวบไม้ไผ่ เป็นหุ่นเหล็กช่วงแรก ๆ ก็ไม่เท่าไรประมาณ 200,000 กว่าบาทแต่ตอนนี้มีเครื่องเสียงด้วย ต่อเพิ่มเป็น 2 ชั้น ทำตามที่มีกฎหมายกำหนดค่าใช้จ่ายตกแพสองหลังประมาณ 1,500,000 บาท เป็นแพเหล็ก หลังหนึ่ง แพนอนหลังหนึ่งแต่ก็คุ้มนักท่องเที่ยวเยอะรายได้ดีลงทุนทีเดียว แล้วค่อย ๆ เก็บ ตอนนี้ค่าเช่าแพหลังหนึ่งค้างคืนก็ 5,000 บาท นี่ยังไม่รวมค่าอาหารนะยัง ช่วงหน้าร้อนคนเที่ยวแพเยอะเดือน ๆ หนึ่งไม่ต่ำกว่า 10 เที่ยว รายได้ดีมาก (เสน่ห์ รัตโน ภาพ 2552)

3. ต้องการกลับภูมิลำเนา การที่ได้มาอยู่กับครอบครัวได้อยู่พร้อมหน้าพ่อแม่ สามี-ภรรยาและลูก ถือเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาการกลับบ้านเกิดถ้ามีโอกาส ดังนั้นถ้าไม่มี อาชีพอื่นที่เหมาะสม การเลือกดำเนินธุรกิจแพแพช จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการ กลับมาอยู่ภูมิลำเนาเดิมของตน

พ่อกับแม่เราทำมาตั้งนานแล้วเราเคยไปทำงานที่อื่น ก่อนหน้านี้ก็ทำงาน โรงงาน รายได้น้อยไม่พอกับค่าใช้จ่าย ไหนจะต้องส่งมาให้ที่บ้านอีก ก็เลยกลับมาอยู่บ้าน ขับเรือล่องแพดีกว่า มีคนมาใช้บริการแพของที่บ้านเราก็ได้รายได้มากหน่อย แต่ถ้าเขาไป ใช้บริการแพอื่นเขาก็มาจ้างเราไปขับเรือให้คนแถวนี้เขารู้จักกันพอจะช่วยกัน ได้ก็ช่วยกัน ไปเราก็พออยู่ได้นะได้อยู่กับครอบครัวด้วยไม่อยากคืนรนอีกนะ (ประชากร พานิชกุล 2552)



ภาพที่ 14 เจ้าของแพ และครอบครัวช่วยกันทำอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

4. อาชีพรับจ้างใช้แรงงานมาก รายได้น้อย อาชีพรับจ้างแรงงาน นอกจากเหนื่อยแล้วยังไม่มีเกียรติ สำหรับอาชีพดีเจแพคเกจ เป็นอาชีพที่มีความอิสระ รายได้ขึ้นอยู่กับความขยัน และวิธีการพูด หรือวิธีการเปิดเพลง ดังนั้นเห็นว่าอาชีพดีเจแพคเกจเป็นอาชีพที่ทำรายได้ดี

ผมมาเป็นดีเจแพคเกจได้ 1-2 ปี ผมออกจากโรงเรียนมาเรียน กศน. (การศึกษานอกโรงเรียน) มีเพื่อนรุ่นพี่เขาชวนมาทำงานเป็นดีเจแพคเกจ แล้วที่เป็นดีเจแพคเกจก็ไม่ว่าเพราะรายได้ดี แล้วก็ไม่ได้เสียการเรียน ทำแล้วสนุกก็รายได้เยอะด้วยเพราะลงแพคเกจหนึ่งได้ 250-400 บาท เปิดเพลงแค่ไม่กี่ชั่วโมงเพราะหลังสี่ทุ่มเขาก็ไม่ให้เปิดเพลงเสียงดังแล้ว ดินะไม่เหนื่อยด้วยไปทำอย่างอื่นไม่สนุกเหนื่อยและรายได้น้อยไม่พอกับค่าใช้จ่ายด้วย ส่วนมากนักท่องเที่ยวก็จะเยอะช่วงวันหยุดนี้แหละเลยทำงานแบบสบาย ๆ อาทิตย์หนึ่งออกหลายเที่ยวได้เงินดี (กรกฎ การะเกด 2552)



ภาพที่ 15 ดีเจแพคเกจ

5. การประกอบธุรกิจแพคเกจ มีการหมุนเวียนของเงินรวดเร็ว มีแพคเกจ หลายหลังเห็นว่าการประกอบธุรกิจแพคเกจ เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจร้านอาหาร หรือร้านขายของฝาก ที่ต้องมีการลงทุนในตัวสินค้า จะให้ผลกำไรที่น้อย และไม่คุ้มค่าเนื่องจากต้นทุนสูง โอกาสเสี่ยงของ

เสียมาก ดังนั้นการดำเนินธุรกิจแพคเกจ จึงเป็นอาชีพที่ถูกเลือกเนื่องจากการหมุนเวียนของเงินรวดเร็ว ไม่ต้องลงทุนบ่อย ๆ

ทำมานานแล้ว น่าจะถึง 10 ปีได้ เมื่อก่อนก็ขับเรือ แต่ตอนนี้ดูแลกิจการ  
อย่างเดียว ได้เงินไวดี สะดวก สบาย ได้อยู่ใกล้บ้าน และดูแลบ้านด้วย คิดว่าจะทำ  
อาชีพนี้ไปเรื่อย ๆ ไม่เลิกหรอกเพราะมีลูก ๆ คอยรับช่วงต่อด้วย (วิชัย อรรถโชติ 2552)

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของการประกอบธุรกิจแพคเกจ ซึ่ง  
ที่มา หรือแนวคิดของแต่ละผู้ประกอบการคล้ายคลึงกัน มีการเกิดขึ้นเกิดตาม ๆ กันมา และมีการเกิด  
อย่างต่อเนื่อง ประเด็นสำคัญคือโอกาสที่ดีที่ได้อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรีที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่  
เหมาะกับการทำธุรกิจท่องเที่ยว และต้องการมีรายได้เพิ่ม ต้องการอยู่ใกล้บ้านดูแลบ้านและ  
ครอบครัว ไม่อยากทำอาชีพรับจ้างเพราะรายได้น้อย การเลือกการประกอบธุรกิจแพคเกจ ถือเป็น  
อาชีพสุจริต มีอิสระ โดยมีค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้นบ้าง คือค่าจ้างในการขับเรือลากแพ แม่ครัว  
ประจำแพ ดีเจแพ ซึ่งค่าใช้จ่ายไม่มากนัก และบางแพมีการลงทุนเพิ่มในการปรับปรุงพัฒนาแพของ  
ตนให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้าเพื่อเพิ่มความต้องการการใช้บริการแพของตน

นอกจากการดำเนินธุรกิจแพคเกจจะสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการแล้ว ยังช่วย  
สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นอีกด้วย ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่มีการประกอบธุรกิจแพคเกจ เมื่อมี  
นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการอีกหลายอาชีพ เช่น ร้านค้าริมทาง  
ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ร้านโชห่วย เป็นต้น ผู้ประกอบการกิจการแพคเกจ บางแห่งสามารถขยาย  
การประกอบธุรกิจแพคเกจได้ไม่น้อยกว่า 3 หลัง และมีอีกหลายรายที่สามารถขยายเพิ่มถึง 10 หลัง จึง  
ส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักไปเรื่อย ๆ ถึงรุ่นลูกรุ่นหลาน เหตุผลที่ไม่เปลี่ยนไปทำอาชีพอื่น เนื่องจาก  
ยึดอาชีพนี้มานานแล้ว มีรายได้ดี เงินสดหมุนเวียนเร็ว พอสมควร ลูกหลานสามารถดำเนินธุรกิจ  
ต่อไปได้เพราะในปัจจุบันมีข้อบังคับไม่ให้มีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ เพราะบดบังทัศนียภาพ  
บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง

จากสถานะเศรษฐกิจที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบัน ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจแพคเกจเพิ่มมาก  
ขึ้น หลายแห่งที่สามารถขยายกิจการได้อย่างมั่นคง นอกจากนั้นยังเป็นการประกอบธุรกิจที่ทำให้ได้  
อยู่ร่วมกับครอบครัว ทำงานอยู่กับบ้าน ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงาน ดีกว่าทำงาน  
โรงงาน หรือออกไปขายแรงงานที่จังหวัดอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายสูง ถึงแม้ว่าในช่วงรายได้จากการ  
ดำเนินธุรกิจไม่บ่อยคืนนัก เช่น ช่วงฤดูฝน ก็สามารถเฉลี่ยกับช่วงฤดูร้อน และ ฤดูหนาวได้ โดยปกติ  
แพคเกจเปิดให้บริการได้ทุกวัน ถ้าหากอยู่ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีรายได้ดีมาก เพราะมีผู้สนใจ

เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีต้นทุนในการท่องเที่ยวไม่สูงโดยส่วนมากแล้วได้กำหนดราคากลางไว้สำหรับนักท่องเที่ยวเป็นมาตรฐานของสมาคมชาวเรือชาวแพ นอกจากนั้นยังสามารถท่องเที่ยวได้เป็นหมู่คณะ โดยแพเชค หนึ่งหลังสามารถบรรจุนักท่องเที่ยวได้ถึง 60 คน ถึงแม้ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจแพเชคเป็นการลงทุนสูง แต่คุ้มค่ามากสำหรับการลงทุนหากมันดูแลรักษามีให้เสมือนโทรม ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมบ่อยๆ เหมือนบ้านที่ปลูกเสร็จสามารถอยู่ได้ยาว 20-30 ปี ทำให้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่อยู่ในถิ่นกำเนิดได้มีโอกาสในการมีประกอบธุรกิจแพเชค นอกจากนี้มีรายได้ลดปัญหาการว่างงานแล้วยังได้ดูแลครอบครัว อีกทั้งเป็นการสนับสนุนวิสาหกิจของชุมชน เกิดการจ้างงานในชุมชนจากการดำเนินธุรกิจแพเชค

ตอนนี้ลูมีแพ 10 กว่าหลังแล้ว ก็จะจ้างคนแถวนี้มาเป็นแม่ครัวบ้าง เด็ก ๆ ที่ว่างจากเวลาเรียนมาคอยทำความสะอาดแพเวลานักท่องเที่ยวเดินทางกลับ บางคนชอบเปิดเพลงก็ให้เป็นดีใจ ก็ให้ค่าจ้าง เด็ก ๆ ที่ทำความสะอาด ครั้งละ 150 บาท ถ้าเป็นดีใจ 250-300 บาท ส่วนแม่ครัว เขาหมาเวลาทำกับข้าว (วิชัย อรรถโชติ 2552)



ภาพที่ 16 สัมภาษณ์ แพน้องใหม่ คุณวิชัย อรรถโชติ

การประกอบธุรกิจแพเชคนอกจากเป็นการเพิ่มรายได้ให้ตนเองและครอบครัวแล้วประชาชนในท้องถิ่นสามารถมีรายได้อย่างทั่วถึง สิ่งที่เกิดขึ้นคือความอบอุ่นของครอบครัว ได้อยู่กันพร้อมหน้าทั้งครอบครัว โดยสิ่งเหล่านี้ทำให้ช่วยลดปัญหาสังคม อีกทั้งทำให้รู้สึกรักบ้านเกิด และ

ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติ รักษาความสะอาดของแม่น้ำแม่กลอง และ พัฒนาพื้นที่ให้เป็นสถานที่  
นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเกิดความประทับใจเมื่อได้มาเที่ยวชมจากการที่มีการประกอบธุรกิจ  
แพเชค

## 2. กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพเชค

จากการศึกษาพบว่าในระบบการประกอบธุรกิจแพเชคได้มีสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งแบบมี  
กระบวนการ และ ไม่มีกระบวนการ เกิดขึ้นหลายอย่างสามารถจำแนกได้ ดังนี้

2.1 ผลลัพธ์ การประกอบธุรกิจแพเชคได้เริ่มมีการประกอบการมาไม่น้อยกว่า 40 ปี  
ดำเนินกิจการลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ใช้แหล่งเงินทุนส่วนตัว บริการหลักคือแพเชค แพล่อง  
ที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ เป็นหน้าเป็นตาให้กับผู้ประกอบการ ทั้งในเรื่องของรูปลักษณ์  
ที่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก มาตรการป้องกันความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบเสียง  
ที่สมบูรณ์แบบ หรือความสะอาดของห้องน้ำ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อการประกอบธุรกิจแพเชค  
การตั้งชื่อแพเป็นอีกปัจจัยที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย เช่น แพกาญจน์ ตั้งชื่อตาม  
จังหวัดกาญจนบุรี แพสองแคว ตั้งชื่อตามแม่น้ำที่มีแม่น้ำแควน้อย และแควใหญ่ไหลมาบรรจบกัน  
ส่วนแพอื่น ๆ ตั้งชื่อตามบุตรหลานของตน บางแพใช้ชื่อตนเองเป็นชื่อแพ แล้วแต่ความคิดเห็นของ  
ผู้ประกอบการแต่ละราย การประกอบธุรกิจแพเชคในจังหวัดกาญจนบุรี กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3  
จังหวัดกาญจนบุรี ได้จัดพื้นที่สำหรับจอดเรือแพที่มีความสะดวกและปลอดภัย รวมถึงการวางระบบ  
สาธารณสุขที่ครบถ้วน เช่น ระบบควบคุมมลภาวะทางเสียง ควบคุมการปล่อยของเสียลงแม่น้ำแม่  
กลอง ระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การควบคุมความสะอาดของน้ำ จัดสถานที่  
เก็บขยะมูลฝอยเป็นสัดส่วนถูกสุขลักษณะ เป็นต้น โดยกำหนดการตรวจตราความเรียบร้อยของเรือ  
แพ แพเชค อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยผู้ประกอบการไม่เสีย ค่าใช้จ่ายใด ประเภทเรือแพที่มีการ  
ให้บริการแบ่งได้ดังนี้ แพล่องแบบพักค้างคืน แพที่มีดีสโก้เชค และ แพที่มีคาราโอเกะ

ตอนนี้ได้ปรับปรุงแพ ทาสีใหม่คอยดูไม่ตรงไหนที่มีรอยแตกก็เปลี่ยนใหม่ ส่วน  
ห้องน้ำนี้ต้องคอยทำความสะอาด เสื้อชูชีพต้องเช็คว่าชำรุดมากน้อย ต้องคอยตรวจบ่อย ๆ  
เราต้องรักษาความปลอดภัยให้คนที่มาเที่ยว (อำพร ศรีประเสริฐ 2552)

ผมเป็นคนเมืองกาญจน์ อยู่ที่นั่นมานานแล้วแพผมตั้งมาตั้งแต่ช่วงแรก ยังไม่มาก  
เหมือนเดี๋ยวนี้นี้ แพจะก่อนใคร เลยตั้งชื่อแพกาญจน์ นี้แหละอยู่เมืองกาญจน์ใช้แพกาญจน์  
จำง่ายเป็นเอกลักษณ์ดี (นพพร ถาวรประดิษฐ์ 2552)

ลูงมีแพทั้งหมด 12 หลัง ตอนแรกก็คิดว่าจะตั้งชื่ออะไรดีเลยใช้ชื่อหลานตั้งเป็นชื่อแพเรียกง่าย แล้วก็ง่ายด้วย แพน้องใหม่ แพน้องโรจน์ (วิชัย อรรถโชติ 2552)

2.2 ราคา กลยุทธ์และเกณฑ์การกำหนดราคาสินค้านั้น สมาคมชาวเรือชาวแพเป็นผู้กำหนดราคากลางไว้แล้ว แต่ผู้ประกอบการบางรายสามารถปรับเปลี่ยนราคาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าต้องการเดินทางล่องแพไป และความต้องการในเรื่องของปริมาณอาหาร ประเภทของอาหาร สภาวะแวดล้อม และ ช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยกลไกของการตั้งราคานี้ ผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นผู้กำหนดเองโดยเปรียบเทียบราคาของสินค้าชนิดเดียวกันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เพิ่มเติมจากราคาที่สมาคมชาวเรือชาวแพเป็นผู้กำหนด โดยผู้ประกอบการได้บวกต้นทุนอื่น ๆ ในการให้บริการ เช่น ค่าจอดเรือแพในสถานที่ต่าง ๆ ค่าลูกจ้าง การตั้งราคาสินค้า ผู้ประกอบการคิดจากราคาต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมกันกับผลกำไรที่จะได้ ซึ่งจะได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นราคาขาย (ต้นทุน + กำไร = ราคาขาย)

นอกจากนี้ยังมีการต่อรองราคา โดยเกิดได้ทั้งผู้ประกอบการ และผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว การต่อรองราคาเกิดขึ้นได้ทั้ง 2 ฝ่าย ในส่วนของผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องซื้ออาหารที่ถูกราคาถูกเพื่อขายให้ได้กำไรสูงสุด และเพื่อพร้อมลดราคาให้กับนักท่องเที่ยวได้ เป็นลักษณะของการได้ต่อรองราคาเพื่อให้ได้เปรียบทางการค้ากับนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการก็มีการต่อรองราคากับผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน จุดประสงค์ก็เพื่อให้ได้บริการที่มีราคาถูก การต่อรองราคาถือว่าเป็นอีกกระบวนการที่เกิดขึ้น ในการประกอบธุรกิจแพเชค สำหรับการให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคาเองตามราคาปัจจุบัน และตามความพอใจในการบวกราคาสินค้าเพิ่ม โดยดูจากปริมาณนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจสูงสุด เลือกแพของตนในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งต่อไป และมีการบอกต่อในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก ผู้ประกอบการจึงมีวิธีการในการแนะนำสินค้า และให้ส่วนลด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยว คนขับรถนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ พานักท่องเที่ยวมาใช้บริการที่แพของตน เช่น มัคคุเทศก์ หรือคนขับรถท่องเที่ยวแต่ละคนหากพานักท่องเที่ยวมาใช้บริการจะให้ส่วนลดไปเลย กลุ่มละ 500 บาท (กลุ่มละ 60 คน) มีที่พักและอาหารให้สำหรับคนแนะนำโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นแล้วเป็นการบอกต่อในกลุ่มผู้ที่พานักท่องเที่ยวเดินทางมา ดังนั้นวิธีการขายที่เห็นได้ชัดเจนคือ การบอกต่อของมัคคุเทศก์ ที่ผู้ประกอบการให้ความสะดวก ให้ผลตอบแทนที่ดี รวมถึงผู้ประกอบการเองที่ให้บริการประทับใจ เพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้า ทำให้เงินสดหมุนเวียนรวดเร็ว

ราคาแพตั้งเหมือนกับแพอื่น ๆ บวกกำไรไว้เลย และบวกเพื่อดีใจประจำแพ กับคนขับเรือไว้แล้ว ค่าอาหารคิดเป็นรายหัว แล้วต้องถามว่าลูกค้าต้องการกี่มือ ส่วนเครื่องคัมเรามีไว้บริการเต็มที่เอาไปเยอะหน่อยแล้วมาคิดส่วนที่นักท่องเที่ยวกินไป จะได้กำไรเครื่องคัมมากหน่อย ค่าแพถ้าหักค่าดีใจแพ 300 บาท ค่าแม่ครัว 3 คน คนละ 250 บาท ค่าน้ำมันแล้ว เหลือนิดหน่อย (นิสากร รากบัว 2552)

จะเห็นว่าด้านราคานั้นเป็นความพอใจของผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวเอง จุดแข็งของผู้ประกอบการแพเชคในด้านราคาการล่องแพแต่ละครั้งนั้นเนื่องด้วยสมาคมชาวเรือชาวแพได้กำหนดขึ้นมาเป็นราคากลาง ดังนั้นการเปรียบเทียบราคาสำหรับนักท่องเที่ยวไม่มีหรือมีน้อยมาก ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาติดต่อเพื่อสอบถามราคา 90 % ตั้งใจที่จะมาใช้บริการอยู่แล้ว ดังนั้นสิ่งที่สำคัญของการประกอบการของการประกอบธุรกิจแพเชคในเบื้องต้นไม่ได้อยู่ที่การตั้งราคา เพราะโดยส่วนใหญ่ราคาอัตราค่าบริการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยึดราคากลางที่สมาคมชาวเรือชาวแพร่วมกับผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนด จึงไม่มีการเขียนราคาเพื่อบอกนักท่องเที่ยว

2.3 สถานที่ขาย ผู้ประกอบการแพเชค ส่วนใหญ่เลือกสถานที่ในการจอดเรือแพริมแม่น้ำแม่กลองในบริเวณที่มีการกำหนดไว้เป็นท่าจอดเรือแพ นับว่าเป็นที่ตั้งที่มีความเหมาะสมสำหรับการให้บริการกับนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นรูปลักษณะภายนอกของตัวแพ และที่พักในแพ ทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาแพของตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ การล่องแพ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวล่องแพได้โดยรถประจำทาง รถไฟ หรือรถยนต์ส่วนตัว ได้สะดวก การเดินทางภายในจังหวัดนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการรถโดยสารประจำทางสี่ล้อหรือสามารถเช่ารถจักรยานยนต์จาก เกทเฮาส์ ที่ไม่ไกลนักหรือ บริษัทนำเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในตัวจังหวัด

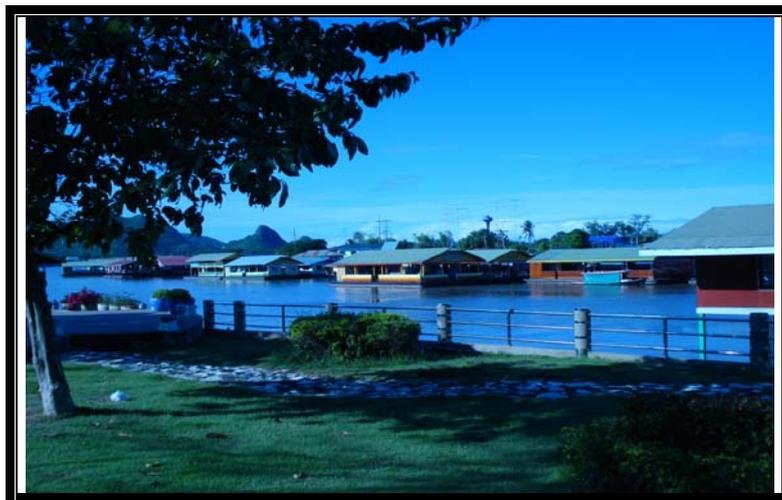


ภาพที่ 17 ท่าลงแพเขื่อนขุนด่าน

2.4 การส่งเสริมการขาย ถือเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รู้จัก หากไม่ใช่คนท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ไม่ทราบถึงช่วงการลดราคาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่สามารถรู้ได้เลยว่าผู้ประกอบการแพเชคก็มีการทำการส่งเสริมการขาย แบบไม่รู้ตัว ทั้งลด ทั้งแถม เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการแพของตน ผู้ประกอบการจึงมีวิธีการในการแนะนำการบริการสถานที่ท่องเที่ยวและให้ส่วนลด สำหรับโค้ดหรือพนักงานขับรถที่นำนักท่องเที่ยวมาใช้บริการแพของตนนอกจากมีผู้มาใช้บริการมากขึ้นแล้ว ยังมีการบอกต่อของผู้ที่ได้รับส่วนแบ่งด้วย



ภาพที่ 18 ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี



ภาพที่ 19 สถานที่จอดเรือแพบริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองอำเภอเมืองกาญจนบุรี

## 2.5 บุคลากร ที่ประกอบธุรกิจแพเชค แบ่งได้ดังนี้

2.5.1 ผู้ประกอบการทำหน้าที่ดำเนินการบริหาร ควบคุมการดำเนินธุรกิจรวมถึงให้ความร่วมมือกับเจ้าพนักงานที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลและการประกอบธุรกิจแพเชครักษากฎข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อความเป็นระเบียบ และดูแลระบบทุกขั้นตอนของการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างราบรื่นรวมถึงการเก็บค่ามัดจำล่วงหน้าจากนักท่องเที่ยว

2.5.2 พนักงานทำความสะอาด ทำหน้าที่หลังจากนักท่องเที่ยวเดินทางกลับโดยต้องเก็บกวาดทำความสะอาดพื้นที่ภายในแพพนักงานจะทำความสะอาดพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับ เนื่องจากถ้าปล่อยทิ้งไว้ข้ามวันทำให้พื้นที่เกิดความสกปรก อาจเป็นแหล่งเพาะเชื้อโรค และเสียภาพพจน์

2.5.3 พนักงานขับเรือ มีหน้าที่ขับลากเรือแพไปตามแม่น้ำแม่กลอง พร้อมทั้งควบคุมดูแลรักษาความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 20 พนักงานขับเรือ

2.5.4 ดีเจประจำแพเชค มีหน้าที่เปิดเพลงให้ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว และดูแลความเรียบร้อยภายในแพ รับผิดชอบการละเล่นที่เกินเลยของนักท่องเที่ยว เช่น มีการกลั่นแกล้งเพื่อนในขณะที่มีเมาโดยการจับโยนลงน้ำ การเล่นการพนัน การเสพยาเสพติดให้โทษ

2.6 ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของการประกอบธุรกิจแพเชคนั้นมีจุดเด่นที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวอื่น ๆ คือ โครงสร้างของแพลากงูให้มีขนาดกว้างไม่เกิน 12 เมตร ยาวไม่เกิน 20 เมตร และแพอยู่กับที่ให้มีขนาดกว้างไม่เกิน 12 เมตร ยาวไม่เกิน 25 เมตร มีราวกันตกกั้นรอบแพ โดยให้มีความสูงไม่ต่ำกว่า 80 เซนติเมตร แพให้มีความสูงได้ไม่เกิน 2 ชั้น โดยให้มีความสูงได้ไม่เกิน 6 เมตร วัสดุที่ใช้ทำท่อนลอยให้ใช้เหล็กที่มีความหนาไม่ต่ำกว่า 3 เมตร มีหลักหรือที่สำหรับผูกยึดแพจำนวนอย่างน้อย 4 แห่ง กราบละ 2 แห่ง มีพวงชูชีพอย่างน้อย 4 พวง และเครื่องลอยน้ำเท่าจำนวนคนที่อยู่บนแพ มีอุปกรณ์ดับเพลิงชนิดที่เคลื่อนที่ได้ ต้องมีถังเก็บสิ่งปฏิกูลและขยะมูลฝอยที่เหมาะสมเพียงพอ ตามมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด เหล่านี้ล้วนเป็นลักษณะทางกายภาพเบื้องต้น ที่ผู้ประกอบการควรทำให้ถูกต้องตามระเบียบและกฎเกณฑ์ของสำนักงานขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขากาญจนบุรี (คู่มือการขอรับหนังสือรับรองความปลอดภัยในการใช้แพ 2551: 1-7)



ภาพที่ 21 แพลกจูง



ภาพที่ 22 แพลกจูงความสูงได้ 2 ชั้น ไม่เกิน 6 เมตร

2.7 กระบวนการ ผู้ประกอบธุรกิจแพเชคมักระบวนการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ มุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ครบถ้วนในการเดินทาง ท่องเที่ยวล่องแพโดยมี 2 กระบวนการ ดังนี้

2.7.1 กระบวนการออกแบบสถานที่ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ตามระเบียบกรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี ว่าด้วยหลักเกณฑ์การรับรองความปลอดภัยในการใช้แพ เพื่อรักษาความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

2.7.2 กระบวนการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ในสถานที่ที่ผู้ประกอบการพาเที่ยว ได้แนะนำและสอบถามตามความสมัครใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจสูงสุด

2.8 ผลิตภาพ เนื่องด้วยการประกอบธุรกิจแพเช่าในมุมมองของผู้ประกอบการ แบ่งลูกค้าเป็น 5 ประเภท คือ นักเรียน นักศึกษา พนักงานเทศบาล พนักงานโรงงาน ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้า 5 ประเภทนี้ คำนึงถึงการให้บริการควบคู่กับคุณภาพไปด้วยกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะไม่เห็นแก่รายได้ที่เพิ่มขึ้นกับการขึ้นราคาในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เพราะจะเป็น โอกาสให้กับผู้ประกอบการประเภทเดียวกันแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างความต้องการและปริมาณการให้บริการ เพื่อให้เกิดผลิตภาพมากที่สุด การประกอบธุรกิจแพเช่า ผู้ประกอบการ โดยส่วนใหญ่ใช้แหล่งเงินทุนส่วนตัว และบางรายสามารถกู้ยืมจากธนาคาร ญาติพี่น้อง หรืออาจลงทุนร่วมกัน

การลงทุนในการทำแพ เป็นธุรกิจที่มูลค่าการลงทุนประมาณ 1.5 ล้านบาท สมัยก่อนตอนที่เริ่มทำใหม่ ๆ เป็น แพลูกบวบไม้ไผ่ ตอนหลังเขาสงวนก็เลยใช้เหล็ก ตอนลงทุนแรก ๆ ทำแค่หลังเตี้ยก่อนพออยู่ได้ เมื่อก่อนเป็นคนขับเรือ ไปขับให้เขามีเบียร์เลี้ยงบ้าง เงินรายวันบ้าง เก็บสะสมมาเรื่อย ๆ กับพอดีมีเงินเก็บอยู่บ้างก็เลยเริ่มทำเอง ไปให้วิศวกรออกแบบโครงสร้างแล้วจ้างช่าง อ้ออีกเหล็กมาทำ ทุนลดยก็ต้องใช้เหล็กม้วนให้ได้ขนาดที่มันรับน้ำหนักได้ วิศวกรเขาดูแลให้ ค่าเหล็ก ค่าไม้ วัสดุก่อสร้าง ค่าจ้าง จิปาถะรวม ๆ แล้วก็เกือบล้าน ค่าเครื่องเสียงก็หลายแสนแล้ว พอทำได้ได้สักปีเห็นมันไปได้ด้วยดีก็เริ่มทำแพเพิ่มขึ้นมาเรื่อย กู้ยืมธนาคารส่วนหนึ่ง ยืมเงินญาติบ้าง ให้เขามาลงทุนทำด้วยกันบ้าง ลงทุนด้วยกันมีแต่ญาติพี่น้องด้วยกันนี่ละตอนนี้มี 12 แพแล้ว (วิชัย อรรถโชติ 2552)



ภาพที่ 23 นักท่องเที่ยว กลุ่มประชาชนทั่วไป

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 8'Ps) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนประสมทางการตลาด ดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นอย่างยิ่งและสามารถนำมาใช้ได้กับการประกอบธุรกิจแพคเกจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจแพคเกจ ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจท่องเที่ยวอีกอย่างหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรีที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สังเกตได้จากจำนวนโรงแรมที่เพิ่มให้เพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2546-2550 จากข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (รายงานสถิติจังหวัด 2552:151-154)

### 3. ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการประกอบการธุรกิจแพเรค

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่เกิดจากการประกอบการแพเรค ส่งผลกระทบต่อ การประกอบการธุรกิจ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

#### 3.1 ปัญหาผู้ประกอบการธุรกิจ

3.1.1 การขยายตลาดค่อนข้างทำได้ยากเนื่องจากในปัจจุบันมีผู้หันมาประกอบการแพเรคเป็นจำนวนมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันสูง

3.1.2 สภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกตกต่ำทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้นแต่รายได้คงที่ จึงส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว

#### 3.2 ปัญหาสังคม

3.2.1 การเกิดปัญหาสุขภาพเสพติด ให้โทษที่มักพบบ่อย ๆ ของดีเจแพเรค โดยระหว่างที่มีการล่องแพภายในแพมีเพียงพนักงานบนเรือแพคอยควบคุมเท่านั้น บางครั้งอาจปล่อยปละละเลยจึงเกิดปัญหาสุขภาพเสพติดขึ้น และแม้แต่พนักงานเองบางครั้งขาดความยับยั้งชั่งใจ เจ้าหน้าที่กรมการปกครองตรวจพบยาเสพติดเป็นครั้งคราว โดยส่วนใหญ่พบว่าผู้ที่เสพยาเสพติดเป็นดีเจแพเรค และยาเสพติดที่พบ เช่น กัญชา ยาม้า เป็นต้น

3.2.2 เกิดปัญหาอาชญากรรม ปัญหาอาชญากรรมที่มักจะเกิดขึ้นเมื่อแพแต่ละหลังมาเจอกันบริเวณที่จอดเรือแพ แล้วเปิดเพลงเสียงดังแข่งกันก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาท ระหว่างนักท่องเที่ยว หรือดีเจประจำแพ



ภาพที่ 24 กลุ่มนักท่องเที่ยว ขณะล่องเรือแพ ในภาพเป็นความสนุกสนานขณะล่องเรือแพ

3.2.3 ก่อให้เกิดการล่วงละเมิดทางเพศ เพราะการล่องแพแต่ละครั้งโดยส่วนใหญ่มักมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเพิ่มรสชาติในการท่องเที่ยวให้สนุกสนานมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ที่ดื่มขาดสติยังคิดที่จะกระทำความผิด สนุกเกินเหตุโดยมิได้คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมาภายหลัง

3.2.4 การวางตัวไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวต่อขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น

### 3.3 ปัญหาสิ่งแวดล้อม

3.3.1 มลพิษทางเสียงการเปิดเพลงดังเกินไป สร้างความเดือดร้อนรำคาญให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำ

3.3.2 ได้รับการร้องเรียนจากประชาชนที่อาศัยบริเวณริมแม่น้ำแม่กลองเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางเสียงและขยะมูลฝอย เพราะมีการทิ้ง ขยะ เศษอาหาร ขวด และการขับถ่ายลงแม่น้ำทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยว

### 3.4 แนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจแพเชค

แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ในเรื่องปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจ ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำคุณประโยชน์ในการแก้ไขปัญหของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการ ผู้ที่อาศัยในบริเวณสถานประกอบการ นักท่องเที่ยว และส่วนราชการ รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้วิจัยมีดังนี้

#### 3.4.1 แนวทางแก้ไขปัญหาลูกเรือ

3.4.1.1 ผู้ประกอบการควรตั้งรับสถานการณ์การเจริญเติบโตของการแข่งขันของผู้ประกอบการแบบเดียวกัน โดยในขั้นตอนแรกควรกำหนดมาตรฐานของแพให้ถูกต้องตามระเบียบของกรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี

3.4.1.2 กำหนดมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น มีอุปกรณ์ชูชีพครบตามจำนวนนักท่องเที่ยว

3.4.1.3 รักษาความสะอาดของเรือแพอย่างสม่ำเสมอ

3.4.1.4 สำหรับการแก้ไขปัญหาเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ผันผวนต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการแข่งขันในเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

### 3.5 แนวทางแก้ไขปัญหาลูกเรือ

3.5.1 ส่วนราชการได้ทำการกวาดขันสถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ ให้ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น การขออนุญาตจำหน่ายสุราตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

3.5.2 การรักษาความปลอดภัยด้านการล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี ได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ตรวจแพ โดยทำการตรวจทุกวันศุกร์และวันเสาร์ของสัปดาห์ซึ่งเป็น วันที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

3.5.3 จัดทำสติ๊กเกอร์สะท้อนแสง “ห้ามพกพาอาวุธ” ยาเสพติดและห้ามเล่นการพนันทุกชนิดบนเรือแพซึ่งเป็นการเตือนนักท่องเที่ยวไปด้วยว่าหากมีการตรวจพบจะดำเนินคดีตามกฎหมายโดยส่วนใหญ่จะมีเจ้าพนักงานจากกรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรีให้การสอดส่องดูแลอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนใหญ่จะมีระเบียบกฎเกณฑ์ที่กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 แนะนำไว้แล้วตามคู่มือการขอหนังสือรับรองความปลอดภัยในการใช้แพ พ.ศ. 2551 สำหรับแพในจังหวัดกาญจนบุรี โดยมักจะร่วมมือกัน คอยช่วยกันดูแลหากพบเจอใครมีพฤติกรรมไม่เหมาะสมก็จะว่ากล่าวตักเตือน บางครั้งจะมีเจ้าหน้าที่ของกรมการปกครองมาตรวจด้วยเจอทำผิดกฎหมายก็จับกันไป (เอกชัย พุ่มไ้ม 2552)

### 3.6 แนวทางแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

3.6.1 มลภาวะทางเสียง กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรีมีกฎข้อบังคับให้เปิดระดับเสียงในแพไม่เกิน 91 เดซิเบล และเมื่อตรวจวัดที่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองเสียงต้องไม่เกิน 65 เดซิเบล ภายหลังจากเวลา 24.00 น. เป็นต้นไปให้งดใช้เสียงในแพทุกกรณีส่วนทางด้านผู้ขับเรือและดีเจต้องคอยควบคุมดูแลและนักท่องเที่ยวไปด้วยเพื่อให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมเจ้าท่า

3.6.2 มลภาวะด้านอื่น ๆ เช่น ขยะมูลฝอย ผู้ประกอบการต้องให้ความร่วมมือติดตั้งถังรองรับสิ่งปฏิกูล

จากผลการศึกษาปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ท่างการเมือง เป็นต้น ผู้ประกอบการควรที่จะติดตามข่าวสารเพื่อเตรียมการวางแผนป้องกันไว้ล่วงหน้าและเตรียมตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะตามมา จากการศึกษาปัญหาที่สามารถควบคุม ดูแล เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหามลภาวะทางเสียง การทิ้งสิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำ ทางด้านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจควรมีการประชุม และแจ้งเตือนอย่างสม่ำเสมอ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจแพเรค เช่น ประชาชนที่อยู่ใกล้บริเวณสถานประกอบการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี เทศบาลเมืองกาญจนบุรี กรมการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น และกุญแจสำคัญในการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจแพเรคในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยขอแบ่งเป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. ควรวางหลักการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยให้ชัดเจน ตามระเบียบของกรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 และ กรมการปกครอง กำหนด เช่น การมีเครื่องชูชีพให้พอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่บนเรือแพ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวบนเรือแพ
2. สร้างจิตสำนึกทั้งผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และนักท่องเที่ยวร่วมแรงร่วมใจอนุรักษ์ธรรมชาติ ช่วยกันรักษาภูมิลักษณ์ทางสังคม ไม่กระทำการสิ่งผิดกฎหมายและอาจก่อให้เกิดอาชญากรรม ไม่เสพสิ่งเสพติด ช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อมโดยการไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงแม่น้ำ เป็นต้น
3. จัดการอบรมสัมมนาผู้ประกอบการให้ทราบถึงข้อบังคับตามพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบการ เช่น พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456
4. ผู้ประกอบการสมควรที่จะจัดมัคคุเทศก์เพื่อช่วยในการสื่อสารที่ชัดเจน ในการแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้ล่องเรือแพผ่าน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 สุสานทหารพันธมิตร สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นต้น
5. สมควรที่จะมีการสนับสนุนจากชุมชน หน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีรวมถึงการอนุรักษ์สถานที่ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าปัญหาและอุปสรรคเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งในระบบเศรษฐกิจ ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการแพเช่า และผู้เกี่ยวข้องกับการประกอบการ โดยผู้วิจัย ได้กล่าวสรุปถึง กลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและแนวทางแก้ไขโดยรวม ของกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพเช่า : อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ในบทถัดไป

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพะเชคในจังหวัดกาญจนบุรี : (Marketing Strategy for "Discotheques Raft " Business Owner in Kanchanaburi Province) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการแพะเชค ในบริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องของ นักท่องเที่ยว ผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้บริเวณสถานประกอบการ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกตในระหว่างมีกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบของการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ วิธีการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจแพะเชค บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดกาญจนบุรีเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการแพะเชค และพัฒนารูปแบบการประกอบธุรกิจเพื่อให้ดำรงอยู่ต่อไป ในบริบทชุมชนและของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

จากการศึกษาพบว่าการเกิดขึ้น และกลยุทธ์ทางการตลาด ของผู้ประกอบการแพะเชค จังหวัดกาญจนบุรี เกิดจาก สภาพสถานะแวดล้อมของจังหวัดกาญจนบุรีอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็น ป่าเขา มีทั้งป่าโปร่ง และป่าดงดิบ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นแหล่งก่อเกิดอารยธรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันงดงาม และน่าสนใจ เช่นบริเวณริมแม่น้ำแม่กลองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์งดงาม สามารถเดินทางชมธรรมชาติโดยการล่องแพชมสองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งจะผ่านสถานที่สำคัญ ๆ ทางประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑสถาน อักษะ สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานสหประชาชาติ เป็นต้น ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง และ นักลงทุนท้องถิ่น บางกลุ่มคิดหาวิธีการทำธุรกิจล่องแพ และร้านอาหารริมแม่น้ำ จึงเป็นที่มาของการเกิดขึ้นของแพะเชค จากการประกอบธุรกิจล่องแพ และร้านอาหารริมแม่น้ำ ก่อให้เกิดรายได้อย่างมหาศาลของผู้ที่เริ่มต้นประกอบการในช่วงแรก ๆ เงินที่ได้เร็ว จึงทำให้มีแนวคิดในการประกอบธุรกิจแพะเพิ่มเติมจากอาชีพร้านอาหารริมแม่น้ำแม่กลอง เป็นแพล่อง เพื่อชมทิวทัศน์ จนเป็นอาชีพหลักของครอบครัว ต่อมาจึงได้พัฒนาเป็นแพะเชคในปัจจุบัน

จากการเริ่มต้นการประกอบธุรกิจแพเล่่ง จนถึงแพเชค ในปัจจุบัน จนทำให้เกิดเป็นอาชีพหลัก นอกจากนี้จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้หลายคนที่เป็นคนในพื้นที่เห็นช่องทางในการมีรายได้จึงประกอบธุรกิจแพเชคมากขึ้น โดยยึดพื้นที่สองฝั่งแม่น้ำแม่กลองบริเวณ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งผู้ประกอบการส่วนหนึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในการปกครองท้องถิ่น ส่วนหนึ่งมีที่ดินอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง และบางส่วนได้อาศัยอยู่บนแพพักอยู่แล้ว จึงเริ่มดำเนินธุรกิจแพเล่่ง แพพัก และมีวิวัฒนาการมาเป็นแพเชคในปัจจุบัน

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า การดำเนินการประกอบธุรกิจแพเชค เป็นอาชีพที่ส่งเสริมอาชีพต่าง ๆ อย่างมากมายเช่น บริษัททัวร์และไกด์นำเที่ยว อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้าง นอกจากนี้ยังสร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่นมีรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรีให้แพร่หลายมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มมากขึ้น

### 1. ผลดี ผลเสีย ของการประกอบธุรกิจแพเชค รวมทั้งวิธีแก้ไข

การเกิดขึ้นของการประกอบธุรกิจแพเชค ในบริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจแพเชค เริ่มจากมีผู้เริ่มประกอบธุรกิจเป็นร้านอาหารบริเวณริมฝั่งก่อน และได้พัฒนามาเป็นแพเล่่ง จากนั้นจึงพัฒนามาเป็นแพเชคในปัจจุบัน ซึ่งผู้ประกอบการบางรายยังคงยึดเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากต้นทุนของตนเองและครอบครัวมีพื้นฐานการดำรงชีวิตอยู่บริเวณริมแม่น้ำแม่กลองเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังนั้นจึงสามารถ ประกอบธุรกิจล่องแพ แพพัก และแพเชคได้เลย การที่ได้ประกอบธุรกิจแพเชคแล้วเงินได้มาเร็ว และมากพอสมควร ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเปลี่ยนเป็นอาชีพหลัก สำหรับผู้ประกอบการแพเชคนี้เป็นอาชีพหลักนั้น จะให้บริการทุกวันโดยส่วนใหญ่มีแพอาหารให้บริการอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสอบถามเพื่อใช้บริการแพพัก และ แพเชคได้ทันที และผู้ประกอบการหาช่องทางในการแสวงหาผลกำไรเพิ่มเติมเนื่องจากเป็นรายได้หลักของตนเองและครอบครัว เพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถดำรงอยู่ได้ การประกอบธุรกิจแพเชคนอกจากจะทำให้ตัวเองและครอบครัวมีรายได้แล้ว ยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น และอาชีพอื่น เกิดเป็นวงจรเศรษฐกิจในชุมชน และส่งเสริมให้คนในชุมชนมีสำนึกรักบ้านเกิด จะเห็นว่าการประกอบธุรกิจแพเชค เป็นวงจรเศรษฐกิจชุมชนส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง นอกจากนี้ในการเลือกประกอบธุรกิจนี้ย่อมมีทั้งผลดี และผลเสีย ผู้วิจัยขอ นำเสนอผลดี และผลเสีย และเสนอแนะวิธีแก้ไข โดยสามารถแยกรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดง ผลดี – ผลเสียจากประกอบธุรกิจแพคเกจ และวิธีแก้ไข

ผลดี	ผลเสีย	วิธีแก้ไข
1. เป็นการกระจายรายได้จากอีกที่หนึ่งอยู่อีกที่หนึ่ง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	- อาจมีข้อร้องเรียนถ้าราคาในการให้บริการท่องเที่ยวสูง	- ทำความเข้าใจและให้ความรู้กับผู้ประกอบธุรกิจแพคเกจ
2. สร้างงานในชุมชน การมีผู้ประกอบธุรกิจแพคเกจทางทำให้มีการสร้างงานสร้างอาชีพต่างๆ ในชุมชนเช่น ไกด์นำเที่ยว อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้าง อาชีพศิลปะแพคเกจ เป็นต้น	- ถ้าขาดการส่งเสริมที่ดี การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจลดลง	-ผู้เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนร่วมกัน
3. ประชาชนอยู่ดีมีสุข เมื่อมีรายได้ และรายได้ทั่วถึงชุมชน ในทุกระดับชั้น ดังนั้นจะใช้จ่ายได้ด้วยเงินตนเองที่ครอบครัวหาได้ เป็นการพึ่งพาซึ่งกันและกันในครอบครัว	-ประชาชนในชุมชนคิดแบบนักธุรกิจหวังผลกำไรสูงขึ้นทำให้เพิ่มช่องทางการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร	-หน่วยงานของรัฐต้องส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบการประกอบธุรกิจและเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการเพื่อกำหนดจำนวนผู้ประกอบการมิให้แออัดจนเกินไป

โดยสรุปแล้วผลดีของการประกอบธุรกิจแพคเกจ ย่อมมีผลดีมากกว่าผลเสีย แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องไม่ควรมองข้ามการเจริญเติบโตของอาชีพนี้ เพราะคนในท้องถิ่นอาจมุ่งหวังผลกำไรในการประกอบธุรกิจมาจนเกินไป อาจก่อให้เกิดมีอาชีพแฝง หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการทำธุรกิจสองด้าน ดังนั้นควรหาทางป้องกันไว้ และควรส่งเสริมผู้ประกอบการให้ได้ความรู้ในการประกอบการอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การควบคุมมลภาวะทางเสียง มลภาวะทางสิ่งแวดล้อม และการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของคนไทย

## 2. ผลดี-ความเป็นจริง และข้อเสนอแนะของการประกอบธุรกิจแพคเกจ

จากผลการวิจัยพบว่า การประกอบธุรกิจแพคเกจเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2513 และเริ่มกันมากขึ้นใน พ.ศ. 2539 เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีได้เกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ ซึ่งจากเหตุการณ์น้ำท่วมใน

ครั้งนี้เทศบาลเมืองกาญจนบุรี จึงดำเนินการสร้างเขื่อนขุนแผน ทำลานกั้นบริเวณริมน้ำปลูกต้นไม้ ทำสวนสุขภาพและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และมีนโยบายทำทางลงริมแม่น้ำแม่กลองเป็นทางคอนกรีต จากเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งนี้ ทำให้เทศบาลเมืองกาญจนบุรี ได้เล็งเห็นความเดือดร้อนของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมแม่น้ำแม่กลองจึงมีการปรับปรุงถนนให้เดินทางไปมาสะดวกขึ้นผู้ที่มีทุนทรัพย์ และมีที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำแม่กลองบริเวณหน้าเมืองกาญจนบุรีจึงได้เริ่มทำแพอาหารตามแบบอย่างเพิ่มเติม และขยายจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จากแต่เดิมเป็นแพผัก แพอาหารอยู่กับที่ ต่อมาได้ปรับปรุงเป็นแพขนานยนต์ล่องแม่น้ำ มีประชาชน และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวทางน้ำมากขึ้น ตลอดจนได้มีการพัฒนาแพ จากแพผักอาศัย มาเป็นแพอาหาร และเป็นแพเช่าในปัจจุบัน

สำหรับการดำรงอยู่ของการประกอบธุรกิจแพเชคนั้นคงต้องบอกว่าจากเดือนตุลาคม พ.ศ. 2539 ที่เกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ จนถึงปัจจุบัน จำนวน 13 ปี และเท่าที่ผู้วิจัยได้สัมผัสกับผู้ประกอบธุรกิจแพเช่าทำให้เห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจแพเช่ามีการเกิดขึ้น มีการปรับเปลี่ยน ตามสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ดำรงอยู่ต่อไป ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สำหรับอนาคตนั้นมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่าอาชีพนี้น่าจะดำรงอยู่ต่อไปจนเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี และเมื่อเกิดขึ้นแล้วส่งผลดี ให้กับชุมชนอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 วิเคราะห์ผลดี – ความเป็นจริงและข้อเสนอแนะการประกอบธุรกิจแพเช่าในจังหวัดกาญจนบุรี

ผลดี	ความเป็นจริง	ข้อเสนอแนะ
-ชุมชนเข้มแข็ง เมื่อทุกครอบครัวมีรายได้เสริม มีการแบ่งปัน ปัญหาอาชญากรรมในชุมชนหมดไป	--เกิดปัญหาการแย่งลูกค้า ดังนั้น การดำเนินการหรือการจัดการจะเป็นแบบใครดีใครได้	ให้ความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมอาชีพไปคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
-อยู่กับครอบครัว ครอบครัวอบอุ่น ครอบครัวมีการพึ่งพา	-การได้ประกอบธุรกิจแพเช่าทำให้ได้อยู่กับครอบครัว ดูแลครอบครัว -ผู้ประกอบการบางรายตั้งอยู่ใกล้กับบ้าน ไม่ได้อยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง	จัดอบรมครอบครัวมีความสุขหรือจัดกิจกรรมสำหรับครอบครัว

## ตารางที่ 5 (ต่อ)

ผลดี	ความเป็นจริง	ข้อเสนอแนะ
-พึงพาตนเอง	- ไม่ได้มีหน่วยงานใดยื่นมือเข้ามา ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น	ผู้ที่เกี่ยวข้องน่าจะพิจารณา ให้ความดูแลกับการ ประกอบธุรกิจนี้ให้มากขึ้น

โดยสรุปของการประกอบธุรกิจแพคเกจจิ้งของการประกอบธุรกิจแพคเกจจิ้งนั้นเป็นสิ่งที่ดี ผู้วิจัยเห็นว่าถ้าได้ปรับปรุงในบางอย่างตามที่ได้เสนอไปจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น หากแต่ในปัจจุบัน การเข้ามาดูแลการประกอบธุรกิจนี้ อย่างจริงจัง มีให้เห็นน้อย ควรที่จะพัฒนารูปแบบการควบคุม และดูแลของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการจัดระเบียบ ของผู้ประกอบการแพคเกจจิ้ง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

### 3. ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจแพคเกจจิ้ง

จากการได้ลงพื้นที่พูดคุยกับผู้ประกอบการแพคเกจจิ้ง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ และ ผู้ที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ พบปัญหาในการประกอบธุรกิจบางปัญหาได้รับการแก้ไขไปแล้ว บางปัญหายังไม่มีใครเข้าไปดูแล ดังนั้นเพื่อเป็นประโยชน์ผู้วิจัยของนำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในเรื่องปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจ ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำทฤษฎีสำคัญในการแก้ไขปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการ ผู้ที่อาศัยในบริเวณสถานประกอบการ นักท่องเที่ยว และส่วนราชการ รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้วิจัยมีดังนี้

ตารางที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจแพคเกจจิ้ง  
กาญจนบุรี ในมุมมองของผู้วิจัย

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไขในมุมมองของผู้วิจัย
<p><b>3.1 ปัญหาของผู้ประกอบการ</b></p> <p>3.1.1 การขยายตลาดค่อนข้างทำได้ยาก เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้หันมาประกอบการแพคเกจจิ้งเป็นจำนวนมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันสูง</p>	<p>วิเคราะห์ความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบันของนักท่องเที่ยว โดยมีแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวช่วยตอบ โดยให้ของที่ระลึก เป็นการตอบแทน แล้วนำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ แล้วบริหารจัดการตามความต้องการที่แท้จริง</p>
<p>3.1.2 สถานะเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกตกต่ำทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้นแต่รายได้คงที่จึงส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว</p>	<p>เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และมีสงครามกลางเมือง ต้องทำวิกฤตให้เป็น โอกาส โดยการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบว่า สถานประกอบการของเรามีส่วนลดให้ หรือจัด Event พิเศษ เพื่อชักจูงการท่องเที่ยว หากเป็นไปได้ ประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ใช้ชัดเจน ถึงสถานการณ์ทางการเมืองว่าไม่กระทบกระเทือนถึงสถานประกอบการ</p>
<p><b>3.2 ปัญหาสังคม</b></p> <p>3.2.1 การเกิดปัญหายาเสพติด ให้โทษที่มักจะพบบ่อย ๆ ของดีเจแพคเกจจิ้ง และนักท่องเที่ยว</p>	<p>การบริหารจัดการต้องจัดค่าใช้จ่ายด้านความปลอดภัย คือมีค่าตอบแทนให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐให้ดูแลความปลอดภัยในทุกด้าน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นระบบการสร้างความปลอดภัยสามารถเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งให้กับนักท่องเที่ยวได้</p>

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

<p>3.2.2 เกิดปัญหาอาชญากรรมปัญหาอาชญากรรมที่มักจะเกิดขึ้นเมื่อแพแต่ละหลังมาเจอกันแล้วเปิดเพลงเสียงดังแข่งกันก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาท</p>	<p>ผู้ประกอบการต้องมีข้อตกลงกันในการทำธุรกิจ เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ์ต่าง ๆ ขอบเขตการปฏิบัติการด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการขัดแย้ง</p>
<p>3.2.3 เกิดปัญหาอาชญากรรมปัญหาอาชญากรรมที่มักจะเกิดขึ้นเมื่อแพแต่ละหลังมาเจอกันแล้วเปิดเพลงเสียงดังแข่งกันก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาท</p>	<p>ผู้ประกอบการต้องมีข้อตกลงกันในการทำธุรกิจ เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ์ต่าง ๆ ขอบเขตการปฏิบัติการด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการขัดแย้ง</p>
<p>3.2.4 ก่อให้เกิดการล่วงละเมิดทางเพศ เพราะการล่องแพแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่มักมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ผู้ที่ดื่มขาดสติยังคิดที่จะกระทำความผิด สนุกเกินเหตุโดยมิได้คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมาภายหลัง</p>	<p>ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ความเรียบร้อยของนักท่องเที่ยว อันไม่ก่อให้เกิดการกระทำผิดกฎหมาย การสำส่อนทางเพศ การกระทำผิดต่าง ๆ</p>
<p>3.2.5 การวางตัวไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวต่อขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น</p>	<p>การจัดการให้มีการแสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เช่น พบกันแล้วสวัสดี ยิ้มทักทายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงวิถีชีวิตของบุคคลในท้องถิ่น</p>

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

<p><b>3.3 ปัญหาสิ่งแวดล้อม</b></p> <p>3.3.1 มลพิษทางเสียงการเปิดเพลงดังเกินไป สร้างความเดือดร้อนรำคาญให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำ</p>	<p>กำหนดระดับความดังของเสียงหากกระทำผิด มีการระบุโทษ และทำโทษอย่างเคร่งครัด และหากมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนที่อาศัยอยู่เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่น ให้ความสุขทั้งนักท่องเที่ยว และผู้อาศัย ก็มีรางวัลให้กับคณะทำงานของแพนั้น ๆ</p>
<p>3.3.2 ได้รับการร้องเรียนจากประชาชนที่อาศัยบริเวณริมแม่น้ำแม่กลองเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางเสียงและขยะมูลฝอย</p>	<p>การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างผู้ประกอบการ กับผู้อาศัย โดยจัดให้มีการช่วยเหลือ เช่น การลอกคูคลอง เก็บขยะประจำปี เพื่อรักษาธรรมชาติ และความสัมพันธ์อันดีกับผู้อาศัย</p>

#### 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจแพเชคจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

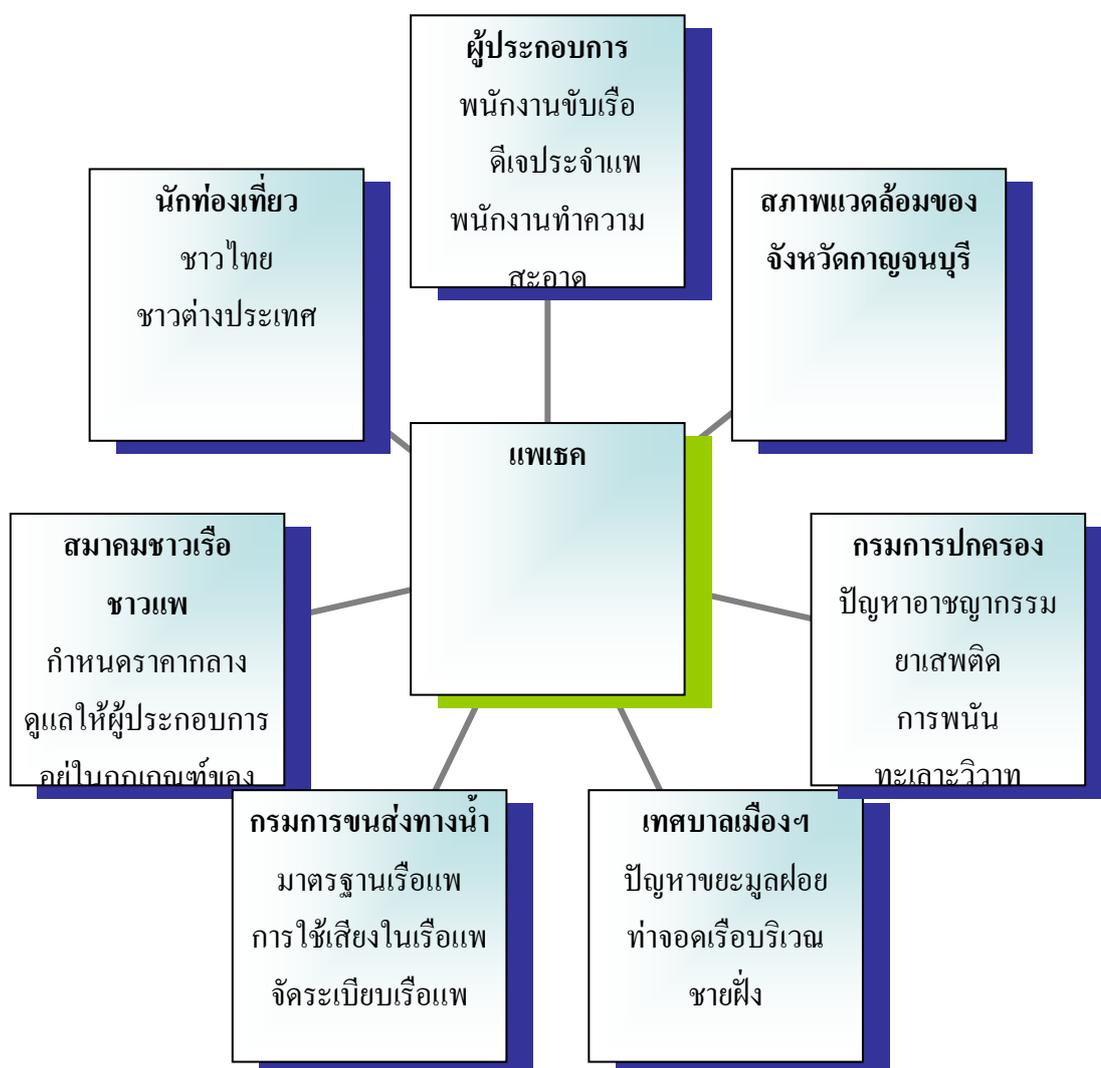
4.1 หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบควรเปิดโอกาสให้ประชาชนที่ประกอบอาชีพนี้ โดยจัดเวทีสัมมนาหรือเวทีแสดงความคิดเห็น เมื่อรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะบางครั้งการได้รับข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งเรื่องดี และเรื่องไม่ดีนั้นจะมีชี้แจงหรือทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการแพเชค เพื่อให้มีการสื่อสารทั้ง 2 ทาง

4.2 การจัดสถานที่ ที่เหมาะสม ในการจอดเทียบเรือแพ หรือจัดรูปแบบของแพเชคให้ เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน รวมทั้งการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รับผิดชอบต่อความปลอดภัย และให้เห็นว่าการล่องแพเชคเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

4.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริม และ เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม โดยภาครัฐจะต้องให้ความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและให้ความรู้กับผู้ประกอบการในเรื่องของการควบคุมมลภาวะอย่างต่อเนื่อง

4.4 ผู้ที่เกี่ยวข้อง เทศบาลเมืองกาญจนบุรี กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี ควรจัดสถานที่จอดเรือแพเพื่อความเหมาะสมมิให้บดบังทัศนียภาพของสองฝั่งริมแม่น้ำแม่กลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว

4.5 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแพเชค ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีความสนุกสนานและได้รับความรู้ถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่ล่องแพผ่านในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะมีจำนวนผู้ประกอบการที่มาก และมีการให้บริการทุกวันจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น อีกทั้งเป็นการพึ่งพากันในเองในท้องถิ่นอีกด้วย



ภาพที่ 25 วงจรการดำเนินธุรกิจแพเชคแพเชคจังหวัดกาญจนบุรี

## 5. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการ และการประกอบแพคเกจมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น และตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ดังนี้

5.1 จากผลการศึกษาปัญหาที่เกิดจากภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจทางการเมือง เป็นต้น ผู้ประกอบการก็ควรที่จะติดตามข่าวสารเพื่อจะได้วางแผนป้องกันไว้ล่วงหน้า และเตรียมตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะตามมา

5.2 จากผลการศึกษาปัญหาที่เกิดจากภายใน เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหามลภาวะทางเสียง การทิ้งสิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำ ทางด้านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจควรมีการประชุม และแจ้งเตือนอย่างสม่ำเสมอผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจแพคเกจ เช่น เทศบาลเมืองกาญจนบุรี กรมการปกครองจังหวัดกาญจนบุรี กรมการขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยยังได้ให้ความสนใจในการพัฒนาและการดำรงอยู่ของการประกอบธุรกิจแพคเกจให้ยั่งยืนเนื่องด้วยปัจจุบันการท่องเที่ยวนับเป็นรายได้ที่สำคัญของการพัฒนาประเทศ และชุมชน นอกจากนั้นยังทำให้คนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกรักบ้านเกิด รวมถึงค่านิยมต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในการท่องเที่ยว และสร้างผลกระทบโดยตรงกับผู้ประกอบธุรกิจแพคเกจ ซึ่งในประเด็นนี้ปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการแพคเกจ หลายรายได้รับผลกระทบบางรายต้องปิดกิจการลง เป็นปัญหาที่ควรศึกษาและให้ความสำคัญ

## 6. การอธิบายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า การประกอบธุรกิจแพคเกจในจังหวัดกาญจนบุรีสามารถทำรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น และจังหวัดกาญจนบุรี เป็นอย่างยิ่ง โดยมีผลประกอบการที่ดี รวมถึงจำนวนผู้บริโภครที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวล่วงแพเพื่อชมทัศนียภาพของแม่น้ำแม่กลอง วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ของจังหวัดกาญจนบุรีจากการศึกษายังได้ทราบถึงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการได้นำมาใช้ดังนี้

6.1 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในการจัดและออกแบบสถานที่ของแพคเกจให้มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ

6.2 กลยุทธ์การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความต้องการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

6.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันตรุษจีน วันปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น โดยมีการลดราคาการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มผลประกอบการได้อีกทางหนึ่ง

6.4 กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า โดยทำการเก็บประวัตินักท่องเที่ยวขาประจำไว้ทุกราย และมีการให้ของขวัญเนื่องในโอกาสพิเศษ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเน้นและให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับหัวหน้า ฝ่ายการตลาด พนักงานขับรถท่องเที่ยว ไกด์นำเที่ยว จากการให้ความสะดวกสบายของผู้ที่พาลูกทัวร์มาลงที่แพ รถนำเที่ยวโดยให้ค่านายหน้าถึง 10 % มีที่พักพร้อมอาหารสำหรับคนขับรถ และเจ้าของรถให้ด้วย ดังนั้นเมื่อคนรถได้รับทั้งค่านายหน้า และที่พักพร้อมอาหารจึงบอกต่อเพื่อนทัวร์ด้วยกันถึงความสะดวกสบายและรายได้ค่าตอบแทนที่ได้รับจึงหาทัวร์มาให้อย่างสม่ำเสมอ มีการบริการที่ดี มีประสิทธิภาพ ความสะดวกสบายในการบริการทำอาหาร ซึ่งมีแม่ครัวประจำแพหากเราต้องการ มีการปรับปรุงแพอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่องของความสะอาดของอาหารที่สดใหม่ ความสะอาดของแพที่พัก ห้องน้ำ และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรวมถึงการดูแลนักท่องเที่ยวที่ลงเล่นน้ำ เสื้อชูชีพที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว โดยผลตอบกลับคือความภาคภูมิใจต่อผู้ประกอบการซึ่งเป็นคำพูดของไกด์นำเที่ยวแพแพในจังหวัดกาญจนบุรี

6.5 การดำเนินธุรกิจบนเครือข่ายเนตเวิร์ค ลงโฆษณาเชิญชวน ซึ่งมีทั้งราคาที่น่าสนใจ เรื่องของสถานที่ที่จะพานักท่องเที่ยวไปพัก รูปภาพการตั้งเที่ยวกับบรรยากาศที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ต้องการพักที่แพต่างๆที่ลงโฆษณา

6.6 การดำเนินธุรกิจแบบครัวเรือน เพราะพนักงานทั้งหมด คนขับเรือ คนทำความสะอาด ดีเจ แม่ครัว ล้วนแล้วแต่เป็นเครือญาติทั้งสิ้น สามารถควบคุมได้ง่ายทั้งในเรื่องของการบริหารงาน ควบคุมดูแล สามารถพูดคุยกันได้ง่ายกว่าการจ้างบุคคลภายนอก

### บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมคุณภาพ และสิ่งแวดล้อม. กองส่งเสริมและเผยแพร่. ความรู้สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมคุณภาพ และสิ่งแวดล้อม, 2546.
- คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลีดอก และลอเรน ไรท์. การตลาดบริการ. แปลโดยอดุลย์ จาตุรงค์กุล และคนอื่น ๆ. กรุงเทพฯ : ผลิต-จัดพิมพ์และสงวนสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ, 2546.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2500
- ชิดจันทร์ หังสสุต. “หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.” กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532.
- นิคม จารุมณี. “การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์, 2536
- นิคม ประเมโท. “พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี.” สารนิพนธ์ บรม.(บริหารธุรกิจ) . มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 2543. (อัดสำเนา)
- นวล สารสอน. (2533:68-69) .ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี . วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (มานุษยวิทยา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (อัดสำเนา)
- ประวัติจังหวัดกาญจนบุรี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.watwangkhanai.com/kan.html>
- วิภา วัฒนพงษ์ชาติ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ . 2542. (อัดสำเนา)
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. “ทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลกระทบของการท่องเที่ยว. ใน การท่องเที่ยว. หน้า 90-91. กรุงเทพฯ: ภาคพัฒนาตำราเอกสารวิชาการหน่วยศึกษานิเทศก์, 2533.
- ศิริ ภูพงษ์วัฒนา. การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing channel Management). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว, 2550.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด, 2546.
- เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด, 2546.
- สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี. สมุดรายงานสถิติจังหวัด 2546: 1-2
- สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี. สมุดรายงานสถิติจังหวัด 2552 : 151-155

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.2545.รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำ แผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549). กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7 . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- Brimble P and Oldfield D. "Regional economic development areas in Asia: trade, FDI and a new framework for analysis", Background Paper for TREDIA Advocacy Workshop 2000: Stimulation Trade Investment and Growth In and Around the Tumen Reguib, World Bank, Washington.
- Chakra worth S, Koo J and Lass S. (2003), "Metropolitan Industrial Clusters" Policy Research working paper 3073, The World Bank Development Research Group Infrastructure and Environment, Washington.
- Eisebith M and Elisabeth G. (2004), "How to Institutionalize Innovative clusters? Comparing explicit top-down and implicit bottom-up approaches", Paper to be presented at the Conference on Regionalization of Innovation Policy: Options and Experiences, June 4-5, Berlin.
- Jian H. (2003), "Think Globally, Cluster Locally-How Can a Chinese Toothbrush Cluster Upgrade". A proceeding paper for an International Workshop on Clusters and Global Value Chains in the North and the Third World, University del Pie Monte Orientale, October 30th-31st, Italy.
- Kotler, Phillip. Marketing Management Analysis. New Jersey: Prentice-Hall. International, Inc., 1999.
- Kotler Philip and Am strong, Gary. Principles of Marketing, 9th ed., New Jersey, Prentice Hall International, Inc., 2001.
- Dalrymple, Douglas J., and Cron William L. Sale Management: Concepts and Cases. 5th ed, New York: Prentice-Hall, Ltd., 2009.

## การสัมภาษณ์

กรกฎ การะเกด, ดีเจประจำแพคเกจซันซิ่ง. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2552.

คำนึ่ง รัชทะกุล, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2552.

ดำรง กองกระพันธ์, นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2552.

ณัฐวุฒ บัวซ้อ, ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2552.

ธานี สมประสงค์, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2552.

ธีรยุทธ แยมสุวรรณ, แพ้โก้โก้. สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2552.

นารีรัตน์ สุมาลัยมาศ, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2552.

นุสรณ์ เชาวน์สมภพ, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2552.

นพพร ถาวรประดิษฐ์, นายกสมาคมชาวเรือชาวแพ จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2552.

บัณฑิต ธรรมวิจิต, ครูโรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงคราม. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.

บัญชา พลบดี, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2552.

ประชากร พานิชกุล, แพ้เฉลิมชัย. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน 2552.

พิณวดี ชัยรัตน์, เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2552.

เริ่ม สิดไทย, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2552.

ลัดดา โพธิ์นิยม, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2552.

วาริ บุญญรักษ์ชัยญา, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2552.

วาสนา อำนวย, ครูโรงเรียนวัดไชยชุมพลชนะสงคราม. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.

วิชัย อรรถโชติ, แพ้ใหม่. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2552.

เสนห์ รัตโนภาพ, อดีตนายกสมาคมชาวเรือชาวแพ. สัมภาษณ์, 29 ธันวาคม 2552.

สันติ บุญเจ็ด, ปลัดอำเภอ จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2552.

สมคิด กิจสวัสดิ์, นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2552.

สุเมธ สกุลเพชร, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2552.

อาภรณ์ ดันทวิวัฒน์, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2552.

อุดม แสงงาม, ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552.

เอกชัย พุ่มใหม่, เจ้าพนักงานตรวจเรือชำนาญการ สำนักงานขนส่งทางน้ำที่ 3 จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2552.

อัญชัน รัตนวิจิตร, พนักงานเทศบาลเมืองกาญจนบุรี. สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2552.

อำนาจ จงทอง, นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2552.

อำพร จงทอง, นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2552.

อำพร ศรีประเสริฐ, แพทย์หญิง. สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2552.

ภาคผนวก

**แนวคำถามเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบในการสัมภาษณ์  
กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจใน จังหวัดกาญจนบุรี  
ผู้ประกอบการ**

ทำไมถึงได้มีแพคเกจเกิดขึ้นในจังหวัดกาญจนบุรี  
ใครเป็นผู้เริ่มต้นทำแพคเกจ  
เริ่มประกอบธุรกิจแพคเกจเมื่อไรคะ  
ทำไมคุณถึงประกอบอาชีพล่องแพคะ  
บ้านคุณน้ำอยู่ที่ไหนคะ (เพื่อสอบถามภูมิสำเนา)  
มีกลยุทธ์อะไรในการตั้งชื่อแพ  
มีนักท่องเที่ยวใช้บริการมากไหม  
กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนมากประกอบอาชีพอะไร  
มีการรักษาความปลอดภัยในการล่องเรือแพอย่างไร  
มีปัญหาในการประกอบธุรกิจบ้างไหม  
เมื่อมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นมีวิธีแก้ไขอย่างไร  
การให้คำจ้างดีใจ และพนักงานขับเรือ ให้เท่าไรโดยประมาณ  
รายได้ต่อเที่ยวที่ล่องเรือแพดีไหมคะ  
ทำไมถึงเรียกว่าแพ  
พนักงานขับเรือส่วนมากเป็นคนในพื้นที่หรือต่างพื้นที่  
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนมากไหม  
หากล่องแพค้างคืนคิดเท่าไร ไปกลับคิดเท่าไร ไปไหนบ้าง  
ใครเป็นคนกำหนดราคาการล่องแพแต่ละครั้ง  
ส่วนมากจ้างคนในพื้นที่หรือต่างพื้นที่ทำงาน  
ในช่วงเทศกาลมีนักท่องเที่ยวมากไหม  
ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือต่างชาติ  
รู้สึกอย่างไรที่มีแพ  
คิดว่าอาชีพนี้เป็นอย่างไร  
ได้วางแผนการในอนาคตอย่างไรบ้าง

**แนวคำถามเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบในการสัมภาษณ์**  
**กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแพคเกจใน จังหวัดกาญจนบุรี**  
**(หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/นักท่องเที่ยว/ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ)**

**เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**

มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างไรบ้าง  
 มีวิธีดำเนินการอย่างไรในการควบคุมดูแล  
 ปัญหาที่พบมีอะไรบ้าง  
 มาตรฐาน โครงสร้างเรือแพใครเป็นผู้กำหนด  
 บนเรือแพต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง  
 มีระบบควบคุมความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างไร  
 เมื่อพบปัญหาต่าง ๆ มีวิธีแก้ไขปัญหาอย่างไร  
 โครงสร้างเรือแพเป็นอย่างไร  
 ในจังหวัดกาญจนบุรีมีแพกี่หลัง  
 มีการจัดระเบียบจอดเรือแพอย่างไร

**นักท่องเที่ยว**

รู้สึกอย่างไรที่มีแพแพเซค ชอบหรือไม่ เพราะอะไร  
 มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีบ่อยไหม  
 ชอบล่องแพแพเซคเพราะอะไร และไม่ชอบอะไร  
 ทำไมถึงเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี  
 พบปัญหาอะไรบ้างในการเดินทางท่องเที่ยว  
 ต้องการบริการอะไรเพิ่มเติมในการเดินทางท่องเที่ยว  
 เสียค่าใช้จ่ายมากไหม  
 ใครเป็นผู้ติดต่อล่องแพ  
 มีงบประมาณในการเที่ยวแต่ละครั้งเท่าไร  
 คิดว่าอัตราค่าล่องแพแพงไปไหม  
 ส่วนมากจะมาล่องแพในช่วงวันอะไร  
 เคยมาล่องแพกี่ครั้งแล้ว ประทับใจไหม

ประชาชนที่อาศัยบริเวณสถานประกอบการ

รู้สึกอย่างไรที่มีแพธศค ชอบหรือไม่ เพราะอะไร

เมื่อมีแพธศคมากขึ้นทำให้มีรายไ้ได้มากขึ้นด้วยหรือไม่

มีช่องทางในการค้าขายอย่างอื่นเพิ่มเติมไหม

อยากให้มีแพธศคกว่านี้ไหม

เมื่อมีแพธศคเกิดขึ้นส่วนใหญ่พบปัญหาอะไร

อยากให้เจ้าหน้าที่แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร

ลูกหลานได้มีอาชีพเกี่ยวกับแพธศคไหม

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางศุภาสิณี บุญทำดี
วันเดือนปีเกิด	06 เมษายน 2516
ที่อยู่	110 ถนนบ้านปากแรต ตำบลบ้านโป่ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110
ที่ทำงาน	112/3-4 ถนนบ้านปากแรต ตำบลบ้านโป่ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534	สำเร็จการศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกาญจนาอนุเคราะห์ จังหวัดกาญจนบุรี
พ.ศ. 2539	สำเร็จการศึกษาอนุปริญญาศิลปศาสตร์ เอกออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
พ.ศ. 2551	สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
พ.ศ. 2551	ศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2539	นักจัดรายการวิทยุตำรวจตระเวนชายแดน จังหวัดกาญจนบุรี
ปัจจุบัน	นักจัดรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุ นาวเรดิโอ 100.75 MHz อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 112/3-4 ถนนบ้านปากแรต ตำบลบ้านโป่ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110 โทรศัพท์ 032-301199,032-301200