



แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง
The Guidelines for the Development of Tourism Activity and Interpretation
for Recreation Tourism Attractions to Enhance Secondary City's Economy
at Bung Chawak Zoo, Suphan Buri Province

ปภาดา สืบพลาย

ภัทรमुख พงษ์ธา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง
The Guidelines for the Development of Tourism Activity and Interpretation
for Recreation Tourism Attractions to Enhance Secondary City's Economy
at Bung Chawak Zoo, Suphan Buri Province

ปภาดา สืบพลาย

ภัทรमुख พงษ์ธา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง

ผู้วิจัย : ปภาดา สืบพลาย และภัทรमुख พงษ์ชา

หน่วยงาน : สาขาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปีที่วิจัย : 2567

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีอยู่ปัจจุบัน และวางแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน ทั้งหมด 2 ครั้ง เพื่อมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาต่อไป

ผลการศึกษาการวิจัย พบว่า การสำรวจด้านกิจกรรมของสวนสัตว์บึงฉวาก ประกอบไปด้วยกิจกรรมเดินชมสัตว์และให้อาหารสัตว์ กิจกรรมการอ่านป้ายข้อมูล กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟ กิจกรรมชมวิวและถ่ายภาพ กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ และการทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ ด้านการสื่อความหมาย ประกอบไปด้วยป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์ ป้ายแผนที่สวนสัตว์และป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ต่าง ๆ สื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code) เจ้าหน้าที่ประจำสวนสัตว์หรือวิทยากรบรรยาย และสื่อสิ่งพิมพ์

แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมของสวนสัตว์บึงฉวาก ที่ควรทำมากที่สุด คือ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สื่อโซเชียล ในส่วนของแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก ประเด็นที่สำคัญที่ควรพัฒนา คือ การพัฒนาโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากการคิวอาร์โค้ด เช่น การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา เพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจและประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to analyse the current tourism activities and interpretation of at Bung Chawak Zoo, Suphan Buri Province and to provide guidelines for the development of tourism activities and interpretation at Bueng Chawak Zoo, Suphan Buri Province. This research is a qualitative research, and data were collected by using surveys and in-depth interviews with 10 key informants, conducted twice, for data analysis and study results summary.

The research study found that the activities at Bueng Chawak Zoo include animal sightseeing and feeding, reading signs, exploring exhibitions and stuffed animal displays, scenic viewing and photography, seasonal events, and group tours. In terms of interpretation, this includes information signs near animal enclosures, zoo maps, directional signs and symbols, digital media and QR codes, zoo staff or tour guides, and printed materials.

The guidelines for developing activities at Bueng Chawak Zoo were to improve public relations to reach target audiences using social media. Regarding the guidelines for developing communication at Bueng Chawak Zoo, the most important issue to develop is to utilize modern technology beyond QR codes, such as Augmented Reality (AR) technology or applications on mobile devices, to help create interest and a memorable experience for tourists.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรองสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร ที่มอบทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความรู้และคำแนะนำการวิจัย ขอขอบคุณสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงเจ้าหน้าที่ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ รวมถึงทีมงานฝ่ายสนับสนุนที่ช่วยลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในงานวิจัยด้านสาขาการท่องเที่ยว และช่วยพัฒนางานวิจัยให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครต่อไป



ปภาดา สืบพลาย

ภัทรमुख พงษธา

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	3
1.5 สมมติฐานงานวิจัย	3
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.7 คำสำคัญของการวิจัย	4
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย	8
2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	11
2.4 การท่องเที่ยวเมืองรอง	13
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การทบทวนเอกสารเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 อุปกรณ์	19
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์กิจกรรมและการสื่อความหมาย ของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	20
4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	29
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	39
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	41
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	42
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	48
ภาคผนวก ข ประวัติย่อผู้วิจัย	52

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1

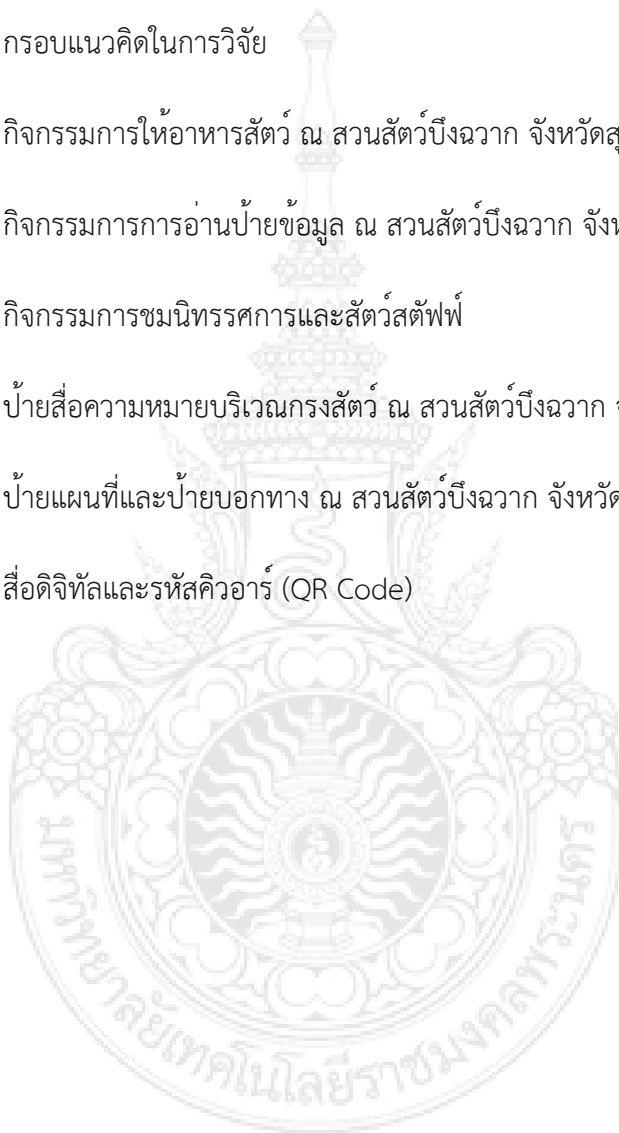
สรุปเมืองรอง โดยแบ่งตามภูมิภาค

14



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2	กิจกรรมการให้อาหารสัตว์ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	22
3	กิจกรรมการการอ่านป้ายข้อมูล ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	23
4	กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟ	24
5	ป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	26
6	ป้ายแผนที่และป้ายบอกทาง ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี	27
7	สื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code)	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากการระบาดใหญ่ของไวรัสโควิด 19 ตั้งแต่ปี 2562 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวโดยตรงซึ่งจะเห็นได้จากการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่มีการชะลอตัวหรือแทบจะหยุดชะงักลง ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UNWTO รายงานว่า การแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ลดลงมากถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าในปี พ.ศ. 2564 การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศหรือแม้แต่ในประเทศเองก็น่าจะยังเป็นเรื่องยาก และเกิดการหยุดชะงักเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าการเดินทางจะมีมาตรการด้านปลอดภัยมากขึ้นก็ตาม ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยมีการคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะฟื้นตัวกลับมาสู่ระดับเดียวกับช่วงก่อนวิกฤตได้ในปี 2566 2567 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ในปี 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 เริ่มคลี่คลาย ภาคการท่องเที่ยวเริ่มกลับมาฟื้นตัวขึ้นทั้ง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ภาครัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจให้กลับมาอีกครั้ง จึงมีการวางนโยบายระดับประเทศที่สำคัญในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว หนึ่งในประเด็นสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 คือ การสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) โดยจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองนั้นมีมากถึง 55 จังหวัดทั่วประเทศ

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่สำคัญ ที่สามารถเดินทางได้สะดวกใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน อีกทั้งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัว จากแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ทางจังหวัดมีนโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในการเพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของประเทศ จังหวัดสุพรรณบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย หนึ่งในนั้น คือ บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยบึงฉวากได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 นับเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญระดับประเทศ นอกจากนี้ภายในยังมีการพัฒนาเป็นสถานที่ที่มีกิจกรรมทั้ง สวนสัตว์บึงฉวาก สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ และอุทยานพืชผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถ

เลือกได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้และพักผ่อนหย่อนใจให้กับประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่น ๆ อีกด้วย ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองของจังหวัดสุพรรณบุรี ในการเพิ่มมูลค่าด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย โดยมีพื้นที่ศึกษาเป็นสวนสัตว์บึงฉวาก

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้พัฒนาโครงการวิจัยในเรื่องแนวทาง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง โดยการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ วิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวากที่มีอยู่ปัจจุบัน และวางแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวผ่านตัวกิจกรรม และพัฒนาการสร้างความรู้ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวผ่านตัวการสื่อความหมาย อีกทั้งทางสวนสัตว์บึงฉวากยังสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีอยู่ปัจจุบัน

1.2.2 เพื่อวางแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบริบทด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมาสู่กระบวนการวิจัยในการกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ประเภทสวนสัตว์ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

1.3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ หัวหน้าสวนสัตว์บึงฉวาก เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน จากนั้นจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ทั้งหมด 2 ครั้ง โดยทำการคัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมจากกลุ่มต่าง ๆ เป็นตัวแทนกลุ่มละ 1-2 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

พื้นที่ศึกษาของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

1.4.1 การทบทวนเอกสารเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเอกสารและรายงานเบื้องต้น รวมถึงวางแผนการดำเนินงาน

1.4.2 ออกแบบเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

1.4.3 เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามทั้งในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.4.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้ทั้ง 2 ส่วน ประกอบด้วย การวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีอยู่ปัจจุบัน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และทำการสรุป เรียบเรียงผลที่ได้เพื่อพิจารณาประเด็นสำคัญในการนำมาพัฒนางานวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับพื้นที่ศึกษาต่อไป

1.4.4 สรุปผลการวิจัย

1.4.5 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

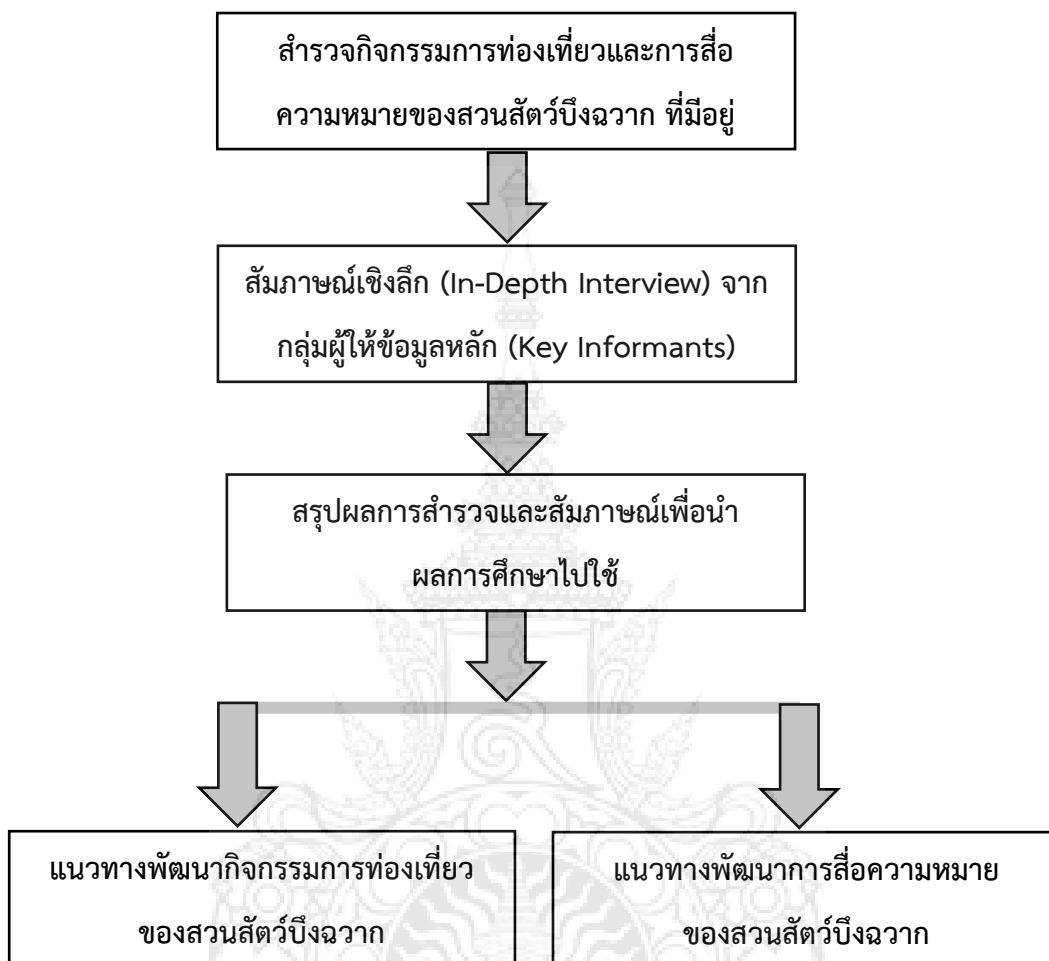
1.4.6 เผยแพร่และนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.4.7

1.5 สมมติฐานงานวิจัย

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายมีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ประเภทสวนสัตว์

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 คำสำคัญของการวิจัย

คำสำคัญ (ภาษาไทย) กิจกรรมการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

คำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ) Tourism Activities, Interpretation, Recreation Tourist Attraction

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง โดยเฉพาะสวนสัตว์บึงฉวาก ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อีกทั้งสามารถนำไปเผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้อีกด้วย

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.9.1 “แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ” หมายถึง สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.9.2 “กิจกรรมการท่องเที่ยว” หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.9.3 “การสื่อความหมาย” หมายถึง การสื่อความหมายที่ปรากฏอยู่ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

1.9.4 “เมืองรอง” หมายถึง เมืองท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เมืองหลัก จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองนั้นมีมากถึง 55 จังหวัดทั่วประเทศ โดยพื้นที่ศึกษาของการวิจัยในครั้งนี้ คือ จังหวัดสุพรรณบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย
- 2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
- 2.4 การท่องเที่ยวเมืองรอง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2.1.1 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourist Activity) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจและความถนัดของตนเอง โดยในปัจจุบัน “กิจกรรม” ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยว ไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบด้านอื่น ๆ อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันสามารถเลือกทำได้ ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้นมีหลากหลายรูปแบบซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่และอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวได้

Dickman (1996) ได้กล่าวถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไว้ในทฤษฎี 5As ว่ากิจกรรม อาทิ กิจกรรมนันทนาการ ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ได้นอกจากองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ Buharis (2000) ที่กล่าวถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไว้ในทฤษฎี 6A's ที่ถูกคิดค้นขึ้นภายหลังจากกิจกรรมจะเกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ โดยกิจกรรมยังคงเป็นองค์ประกอบของแหล่ง

ท่องเที่ยวไม่แพ้อีกประเภทอื่น ๆ เช่น การเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรม นำเสนอการท่องเที่ยว และการบริการเสริมอื่น ๆ เป็นต้น

ผลการศึกษาของ สุขุมและคณะ (2560) ที่ทำการศึกษารูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้พบ ลักษณะกิจกรรมทางการท่องเที่ยวว่ามี 4 รูปแบบ ได้แก่ 1. การสาธิตให้ความรู้ เช่น การสาธิต การทำอาหารและของหวาน 2. การจำหน่ายสินค้า เช่น การจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ เกษตร 3. การให้รู้ทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การบรรยายเพื่อให้ความรู้ในเชิงลึกด้านธุรกิจเกษตร และ 4. การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน การเข้าร่วมประเพณี การชมวิถีชีวิตและทัศนียภาพ และการพักผ่อนในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้การศึกษาของธัญญา และคณะ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระ พบว่า รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ การนำเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเวียงสระ โดยมี นักสื่อความหมาย หรือ มัคคุเทศก์น้อยเป็นผู้นำเที่ยวตามเส้นทางเดินท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและชมวัด เวียงสระและเมืองโบราณเวียงสระ เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสใกล้ชิดกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์ไปพร้อมกับการได้รับความรู้รอบตัวที่มีความน่ารักที่มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้

เมธาวิ และคณะ (2562) ได้กล่าวไว้เช่นกันว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นถือเป็น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่นั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับเอกลักษณ์และความพิเศษที่ในวันนั้นจะมีการจัดกิจกรรมขึ้น เช่น กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันและการประกวดทั้งระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น อาทิ การแข่งวิ่งควายและการแข่งเรือยาวประเพณี กิจกรรมในวันสำคัญของชาติ อาทิ กิจกรรมในงานวันเฉลิมพระชนมพรรษาและงานฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี เป็นต้น โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นควรเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการลงมือทำปฏิบัติ หรือ เข้าร่วมกิจกรรม โดยอาจเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยร่างกายในลักษณะที่เป็นกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ หรืออาจเป็นกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นและตื่นตาตื่นใจจากการรับชมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

การศึกษาของ นนลณีย์และคณะ (2562) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตลุ่มน้ำแม่น้ำบางปะกง พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ในเขตลุ่มน้ำบางปะกอบถูกคิดค้นขึ้นมา มีแนวคิดที่ให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User Center Design) และมีการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มต้องการจะสัมผัสกับธรรมชาติ ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน และได้ศึกษาประวัติศาสตร์ด้วย อาทิ กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ และกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนตลาดใหม่เมืองแปดริ้ว เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย

2.2.1 ความหมายและวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

คำว่า การสื่อความหมาย (interpretation) นั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายความหมายด้วยกัน Tilden (1977) เป็นบุคคลแรกที่ได้ให้ความหมายของการสื่อความหมายธรรมชาติ ว่าเป็นกิจกรรมให้การศึกษาย่างหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปิดเผยถึงความหมาย และความสัมพันธ์ โดยการใช้วัตถุสิ่งของดั้งเดิม ประสบการณ์ตรงที่ได้ และสื่อกลางที่แสดงไว้ มากกว่าการสื่อสารข้อเท็จจริงโดยวิธีธรรมดา

Sharpe (1982) นิยามการสื่อความหมายไว้ว่า คือ การให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานและนันทนาการอื่นๆ เพื่อที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมต่างๆ ในพื้นที่ การสื่อความหมายจึงเป็นการสื่อสารที่เชื่อมระหว่างนักท่องเที่ยวกับทรัพยากรเข้าด้วยกัน เป็นการสื่อสารที่เน้นให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้รับทราบข้อมูล

สุรเชษฐ์ (2547) สรุปความหมายของการสื่อความหมายไว้ว่า หมายถึง การนำเทคนิคหรือวิธีการอันเหมาะสมมาใช้ในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตทางวัฒนธรรมในลักษณะที่ง่ายต่อความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นการกระตุ้นคนเหล่านั้นให้เกิดความรู้สึกรัก ห่วงแทน และมีจิตใจอนุรักษ์

อรอนงค์ (2547) ได้สรุปนิยามของการสื่อความหมายไว้ว่า การสื่อความหมายมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปิดเผยความหมายและความสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งวิธีดังกล่าวไม่ใช่การสอน แต่เป็น

การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ความเพลิดเพลิน ความรู้และความเข้าใจจนก่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและนำไปสู่การอนุรักษ์

จากความหมายข้างต้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อความหมาย คือ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพของธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน ส่งผลให้เกิดจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรเหล่านั้น และได้รับความรู้ที่เกิดจากการสัมผัสโดยประสบการณ์ตรง

การสื่อความหมายมีวัตถุประสงค์ ซึ่งสรุปได้ 3 ประการ คือ (Sharpe, 1982)

1. เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจและความพึงพอใจต่อสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่ อันอาจก่อให้เกิดความตระหนักและมีจิตสำนึกที่ดี ต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่อไป

2. เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ เพราะการสื่อความหมายธรรมชาติช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและมีความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวมากขึ้นโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในพื้นที่

3. เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ซึ่งการสื่อความหมายธรรมชาติที่ดียอมทำให้ภาพพจน์ของหน่วยงานที่มีต่อนักท่องเที่ยวดีตามไปด้วย อันจะช่วยให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น

2.2.2 หลักการสื่อความหมายธรรมชาติ

Tilden (1977) ได้กล่าวว่าการสื่อความหมายนั้นต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญซึ่งสามารถสรุปได้ 6 ประการ ดังนี้

1. การสื่อความหมายไม่ว่าจะโดยวิธีการใดก็ตาม จะต้องกระทำให้สอดคล้องสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะหรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

2. การให้ข้อมูลข่าวสาร มิใช่ถือว่าการสื่อความหมาย แต่การสื่อความหมายเป็นเพียงแสดงให้เห็นถึงการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้เป็นพื้นฐาน ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง อย่างไรก็ตามการสื่อความหมายทั้งหมดจะต้องประกอบไปด้วยข้อมูล

3. การสื่อความหมายเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่รวมเอาศิลปะแขนงต่าง ๆ เข้าด้วยกันในการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นเรื่องทางวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรม เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ
4. หัวใจหลักของการสื่อความหมาย ไม่ใช่เป็นการแนะนำสั่งสอน แต่เป็นการกระตุ้นปลุกเร้าสำนึกความรู้สึกรู้สีกของนักท่องเที่ยงให้เกิดขึ้น
5. การสื่อความหมายจะต้องมุ่งไปสู่การนำเสนอภาพที่เป็นองค์รวมทั้งหมดมากกว่าการแยกส่วน
6. การสื่อความหมาย สำหรับเด็กและผู้ใหญ่ จะต้องเป็นไปตามมูลฐานวิธีการที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าจะให้ดีที่สุดก็จำเป็นที่จะต้องใช้โปรแกรมการสื่อความหมายที่แยกออกจากกัน

2.2.3 ประเภทของการสื่อความหมายธรรมชาติ

ในการสื่อความหมายนั้นจำเป็นต้องมีตัวกลางในการสื่อสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูล สำหรับตัวกลางในการสื่อความหมาย สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (สารัฐ, 2547; ดารณี, 2549)

1. การสื่อความหมายธรรมชาติโดยใช้นักสื่อความหมาย (personal interpretation) เป็นการสื่อความหมายธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวพบและสัมผัสกับนักสื่อความหมายโดยตรง สามารถตอบสนองซึ่งกันและกันได้ (two – way communication) การให้บริการข้อมูลข่าวสารนั้นอาจเป็นการให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบในเวลานั้น หรืออาจเป็นการให้บริการข้อมูลที่เป็นเรื่องราวที่ผู้ถ่ายทอดต้องมีการเตรียมไว้ก่อน เช่น การเดินเพื่อสื่อความหมายธรรมชาติ การพูดสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นต้น

2. การสื่อความหมายธรรมชาติโดยไม่ใช้นักสื่อความหมาย (non-personal interpretation) ดังนั้นจึงไม่สามารถทราบผลตอบสนองจากนักท่องเที่ยวได้เพราะเป็นการสื่อความหมายทางเดียว (one-way communication) ซึ่งสื่อกลางประเภทนี้ จะไม่สามารถให้คำตอบของปัญหาแก่นักท่องเที่ยวได้เหมือนกับการใช้นักสื่อความหมายเป็นสื่อกลาง จึงต้องใช้ความเชื่อถือและไว้วางใจในอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะสื่อไปยังนักท่องเที่ยว การสื่อความหมายประเภทนี้ได้แก่ ทางเดินศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง นิทรรศการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก จดหมายข่าว เป็นต้น

2.2.4 ประโยชน์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ

Sharpe (1982) ได้อธิบายถึงประโยชน์ของการสื่อความหมาย ไว้ดังนี้ คือ

1. การสื่อความหมาย ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์โดยตรงแก่นักท่องเที่ยว
2. การสื่อความหมายทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงสิ่งแวดล้อมรอบตัวเขาและทำให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นในความซับซ้อนของการอยู่รวมกันกับสิ่งแวดล้อมนั้น
3. การสื่อความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวมีวิสัยทัศน์กว้างไกลขึ้นและช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นในภาพรวมของทรัพยากรธรรมชาติทั้งหมด
4. การสื่อความหมายจะให้ข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณะและเมื่อได้รับข้อมูลแล้วจะสามารถตัดสินใจที่ฉลาดขึ้นกว่าเดิม ในเรื่องของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ
5. การสื่อความหมายช่วยลดการทำลายทรัพย์สินของอุทยานแห่งชาติและช่วยลดค่าบำรุงรักษา
6. การสื่อความหมายเป็นวิธีหนึ่งในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่ซึ่งมีความเปราะบาง ไปยังพื้นที่ซึ่งสามารถทนต่อการเหยียบย่ำได้ ซึ่งเป็นการป้องกันสิ่งแวดล้อมได้ดี
7. การสื่อความหมาย คือ การปรับปรุงภาพลักษณ์ และการสร้างแรงบันดาลใจจากสาธารณะ
8. การสื่อความหมายทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของตน
9. การสื่อความหมายอาจช่วยในการประชาสัมพันธ์อุทยานแห่งชาติได้เป็นอย่างดี ในกรณีที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่นหรือประเทศชาติ
10. การสื่อความหมายมีประสิทธิภาพในการป้องกันรักษา สถานที่ทางประวัติศาสตร์และสถานที่ทางธรรมชาติที่สำคัญ โดยกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความห่วงใย
11. การสื่อความหมายจะกระตุ้นให้สาธารณชนเข้ามาปกป้อง สิ่งแวดล้อมของเขาอย่างถูกวิธี

2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือเป็นสถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ได้มีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาหรือวัฒนธรรม หรือมีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา หรือวัฒนธรรมน้อย อาจเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมร่วมสมัยเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์บันเทิง และอาจมีการศึกษาหา

ความร่วมมือด้วย แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการในประเทศไทยมีด้วยกันหลายประเภทและหลายแห่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตเมืองหรือชานเมืองเพื่อความสะดวกในการเดินทาง แต่แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ของไทยยังไม่ค่อยมีชื่อเสียงแพร่หลายมากนัก ในต่างประเทศแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการมีทั้งที่ดำเนินการโดยรัฐ เช่นสวนสาธารณะ สวนสัตว์ สนามกีฬา เป็นต้น และที่ดำเนินการโดยเอกชน เช่น สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษบางแห่ง

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการที่พบในประเทศไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. ย่านบันเทิงและสถานบันเทิง (Entertainment) หมายถึง สถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อประกอบกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลินรองรับนักท่องเที่ยวตอนกลางวันหรือกลางคืนหรือทั้ง 2 ช่วงเวลา สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ประเภทย่านสถานบันเทิง ได้แก่ ย่านที่มีบริการร้านค้าประเภทบาร์เบียร์ ไนท์คลับ คาเฟ่ ดิสโก้เทค

1.2 Entertainment complex เช่น ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท เป็นต้น

ประเภทการแสดงเพื่อความบันเทิง ได้แก่ โรงละคร โรงมหรสพ คาบาเร่โชว์ เป็นต้น

2. สวนสัตว์ (Zoo) หมายถึง สถานที่ที่รวบรวมสัตว์ชนิดต่าง ๆ ไว้เพื่อให้สาธารณชนเข้าชม และเพื่อการศึกษาและค้นคว้าทางวิชาการ โดยมีสัตว์นานาชนิดเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสวนสัตว์มีทั้งที่เป็นสวนสัตว์ปิด โดยการขังสัตว์ไว้ในกรง และสวนสัตว์เปิดที่ให้อาศัยได้ตามธรรมชาติโดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับสภาพแวดล้อมจริงที่สัตว์ชนิดนั้น ๆ อยู่ในที่นี้หมายถึง สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ (Aquarium) ซึ่งเป็นสถานที่รวบรวม และจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำนานาชนิดไว้ให้สาธารณชนเข้าชมด้วย ตัวอย่างเช่น สวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

3. สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ (Amusement Park & Theme Park)

สวนสนุก หมายถึง สถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความบันเทิงและความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยการจัดเครื่องเล่น กิจกรรมรื่นเริง การละเล่น การแสดงต่าง ๆ เพื่อสร้างความเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าชมและมีการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมต่าง ๆ ที่แปลกๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนของภาคเอกชน เช่น สวนสนุก Dream World จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น

สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ หมายถึง สวนสาธารณะที่มีรูปแบบการค้ำที่พัฒนาขึ้นมาจากสวนสนุกโดยมีการนำเสนอเรื่องราว (Theme) เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เรื่องราวที่นำเสนอ อาจเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ธรณีวิทยา สิ่งแวดล้อม สังคม เหตุการณ์ในอนาคตหรืออื่น ๆ ที่สามารถสร้างความบันเทิง ความเพลิดเพลินและในบางกรณีให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว โดยทั่วไปจะมีการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งในและนอกอาคาร มีการพัฒนา ของระบบการจัดการอาหารร้านค้าปลีกย่อยและบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น สวนสยาม กรุงเทพฯ เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้น

4. สวนสาธารณะ (Park) หมายถึง สถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและทำกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เปิดให้สาธารณชนเข้าใช้โดยมีการจัดสถานที่ให้สวยงามทั้งในลักษณะที่เป็นธรรมชาติและการสร้างสิ่งปลูกสร้าง สวนสาธารณะโดยส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนของภาครัฐ ในบางกรณีอาจเป็นความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือเอกชนเป็นผู้ดำเนินการก็ได้ ตัวอย่างเช่น สวนลุมพินี กรุงเทพฯ

2.4 การท่องเที่ยวเมืองรอง

เมืองรอง หมายถึง เมืองที่การท่องเที่ยวอาจจะไม่เด่นเหมือนเมืองท่องเที่ยวหลักแต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งในประเทศไทยมีเมืองรองทั้งสิ้น 55 จังหวัด เกิดขึ้นครั้งแรกภายใต้โครงการ Amazing Thailand Go Local หรือเที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยภายใต้โครงการ Amazing Thailand Go Local ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น ได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยกิจกรรมหลักทั้ง 7 กิจกรรม คือ

1. Enjoy Local ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองรองด้วยบัตร TAT Plus
2. SET in the local กระตุ้นตลาด MICE จัดประชุม สัมมนา และกิจกรรม CSR ในเมืองรอง
3. Local link เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายให้ได้รับสิทธิพิเศษ
4. Eat Local การส่งเสริมอาหารถิ่น
5. Our Local ส่งเสริมกิจกรรมในชุมชนบนพื้นฐานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์

6. Local Heroes จัดกิจกรรม Mobile clinic เพื่อพัฒนาคน เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในอนาคต

7. Local Strength การบูรณาการภาครัฐและเอกชนสร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานและสินค้าพร้อมขาย และพัฒนา Creative Tourism

ผู้วิจัยได้สรุปเมืองรอง โดยแบ่งตามภูมิภาค ดังตารางที่ 1 ประกอบไปด้วย

ตารางที่ 1 สรุปเมืองรอง โดยแบ่งตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จังหวัด
ภาคเหนือ 8 จังหวัด	แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน อุตรดิตถ์
ภาคกลาง 14 จังหวัด	สุโขทัย พิษณุโลก กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท ลพบุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง สิงห์บุรี สมุทรสงคราม นครนายก
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด	เลย ชัยภูมิ หนองบัวลำภู หนองคาย อุดรธานี บึงกาฬ สกลนคร นครพนม กาฬสินธุ์ มุกดาหาร มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ยโสธร อำนาจเจริญ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
ภาคตะวันตก 2 จังหวัด	ราชบุรีและตาก
ภาคตะวันออก 4 จังหวัด	ปราจีนบุรี สระแก้ว จันทบุรี ตราด
ภาคใต้ 9 จังหวัด	ระนอง ชุมพร นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้วางนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยประกอบด้วย

1. การให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์กับชีวิตท้องถิ่น ในลักษณะของการท่องเที่ยวฐานชุมชนให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา อัตลักษณ์และจุดเด่นของแต่ละพื้นที่

2. การสร้างอนาคต ทั้งนี้เพราะเมืองรองทั้งหลายมีศักยภาพที่จะพัฒนาเศรษฐกิจเพิ่มรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยแผนงานที่ชัดเจน

3. การเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน การเชื่อมโยงเมืองหลักและเมืองรองเข้าด้วยกัน และการเชื่อมโยงเมืองรองกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นแนวทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มีอยู่ 29 เมือง ที่เชื่อมต่อกับเมืองใหญ่และมีสนามบินถึง 22 สนามบินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ เหล่านี้ได้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิรินาถ (2561) ได้เขียนบทความวิชาการเรื่องการออกแบบสวนสัตว์เพื่อการเรียนรู้และส่งเสริมทัศนคติต่อคุณค่าของสิ่งมีชีวิต สรุปได้ว่าสวนสัตว์เป็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีคุณค่าต่อสาธารณชนในวงกว้างโดยมีบทบาทหน้าที่ครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการนันทนาการ การเรียนรู้ การวิจัย และการอนุรักษ์ แม้ว่าบทบาทในด้านการนันทนาการนั้นเป็นบทบาทที่คนทั่วไปรับรู้และคาดหวังจากสวนสัตว์ การส่งเสริมบทบาทในด้านการเรียนรู้ของสวนสัตว์ โดยแฝงเข้าไปในประสบการณ์นันทนาการนั้นถูกมองว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะขยายบทบาทของสวนสัตว์จากสถานที่จัดแสดงสัตว์เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ บทความนี้ได้ทบทวนวิวัฒนาการของการออกแบบสวนสัตว์ในระยะแรกเริ่มที่มุ่งเน้นจัดแสดงเพื่อความบันเทิงของผู้เข้าชมผ่านกรงสัตว์หรือคอกกักสัตว์มาสู่รูปแบบที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมการจัดแสดงเพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ของมนุษย์และสวัสดิภาพของสัตว์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการให้ข้อมูลผ่านรูปแบบการจัดแสดงและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ โดยมุ่งเน้นกระตุ้นกระบวนการรู้ (Cognition) ของมนุษย์ อาทิการออกแบบที่เอื้อให้สัตว์ได้แสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้เข้าชมให้ใช้เวลาในการสังเกตและเรียนรู้พฤติกรรมของสัตว์ การออกแบบที่เอื้อให้มนุษย์ได้ใกล้ชิดและส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติระหว่างมนุษย์และสัตว์เพื่อสร้างความร่วมรู้สึก (Empathy) ที่มีต่อสัตว์และการออกแบบที่สร้างการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ร่วมระหว่างคนและสัตว์ วิวัฒนาการดังกล่าวยังได้สื่อถึงการปรับเปลี่ยนทัศนคติจากแนวคิดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Homocentricity) ไปสู่แนวคิดแบบชีวิตเป็นศูนย์กลาง (Biocentricity) การออกแบบการจัดแสดงสัตว์จึงมีความสำคัญทั้งในด้านการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ และยังสามารถถ่ายทอดทัศนคติที่มีต่อคุณค่าของสิ่งมีชีวิตช่วยกระตุ้นจิตสำนึกของผู้เข้าชมและสาธารณชนต่อวิถีคิดและปฏิบัติต่อสัตว์ป่าและระบบนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งนอกจากจะส่งเสริมการเรียนรู้อย่างเป็นทางการแล้ว ยังสามารถถ่ายทอดทัศนคติที่มีต่อสัตว์และสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นการเรียนรู้จริยธรรมที่มนุษย์พึงมีต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ในฐานะผู้ร่วมอาศัยอยู่ในโลกด้วยกัน

นอกจากนี้ อุซารตี (2564) ได้ศึกษาเรื่องความหลากหลายของแรงจูงใจการท่องเที่ยวสวนสัตว์กรณีศึกษาสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและจัดกลุ่มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 408 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 โดยทำการเก็บข้อมูลครอบคลุมทั้งวันธรรมดา วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดเทศกาล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนสวนสัตว์เชียงใหม่วัดจากระดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้กับประสบการณ์ด้านต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 30 ปัจจัย ซึ่งพบว่าแรงจูงใจที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับ คือ 1. การได้ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวหรือเพื่อน 2. การได้ดูและชื่นชมธรรมชาติของสัตว์ และ 3. การได้พักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด การได้ทำให้อารมณ์และร่างกายสดชื่น และการได้บรรเทาตัวเองจากความเบื่อหน่าย ส่วนแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ การได้มาเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์ และสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบแรงจูงใจในการมาเยือนได้ทั้งสิ้น 5 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 การได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มที่ 2 การได้เรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่ากลุ่มที่ 3 การได้พักผ่อนและใช้เวลากับคนใกล้ชิด กลุ่มที่ 4 การได้รำลึกถึงอดีต และกลุ่มที่ 5 การได้พาบุตรหลานมาเรียนรู้ธรรมชาติ โดยการจำแนกกลุ่มองค์ประกอบแรงจูงใจดังกล่าวสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปร 30 ตัวแปร ได้ร้อยละ 56.10

จรินทร์ พักประไพ และณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2564) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น และ 2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 305 คน โดยใช้โปรแกรม G*Power และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-39 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท วัตถุประสงค์ในการมาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น คือ เพื่อการพักผ่อน เดินทางมาพร้อมกับครอบครัว/ญาติ มาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทราบข้อมูลข่าวสารจากการบอกต่อ และเดินทางมาเยือนครั้งแรก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์ขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การนั่งรถรางชมสัตว์พร้อมบรรยายให้ความรู้และเดินชมสวนสัตว์โซนต่าง ๆ เช่น

อาณาจักรของนก หมี ควาย เสือ กวาง เป็นต้น ประการที่สอง ตามด้วยป้ายแสดงพันธุ์ชื่อชัดเจน ประการที่สาม บรรยากาศของวิวในสวนสัตว์ที่ร่มรื่น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมยศ โองเคลือบ และศรันภัทร โชติมนกุล (2567) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวปวงข้างในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปวงข้างในจังหวัดเชียงใหม่ 2. ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของปวงข้าง 3. ศึกษาความคิดเห็นของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 4. เสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ปวงข้าง รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการปวงข้าง บริษัทนำเที่ยว ชุมชนรอบปวงข้าง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวปวงข้างผ่านอินเทอร์เน็ต นิยมกิจกรรมป้อนอาหารช้างมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่ชอบการนั่งบนหลังช้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกปวงข้าง คือบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ การให้ช้างอยู่ตามธรรมชาติ และการได้ใกล้ชิดช้าง ส่วนปวงข้างสามารถแบ่งเป็นสองแบบคือปวงข้างแบบที่มีและแบบที่ไม่มีการแสดงความสามารถของช้าง ซึ่งแบบหลังนี้มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น ปวงข้างส่วนใหญ่มีการปรับกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่วนใหญ่มีการแสดงความรักต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบด้านชุมชนเองก็มองว่าปวงข้างมีส่วนช่วยชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่ปวงข้างส่วนใหญ่ยังขาดการสื่อความหมายที่ดี ดังนั้น ปวงข้างควรเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับช้างและธรรมชาติและควรพัฒนาการสื่อความหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ช้างตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 การทบทวนเอกสารเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การทบทวนเอกสารเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีอยู่ปัจจุบัน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการตรวจเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การท่องเที่ยวเมืองรอง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย รวมถึงการทำแบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ หัวหน้าสวนสัตว์บึงฉวาก

เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน จากนั้นจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ทั้งหมด 2 ครั้ง โดยทำการคัดเลือกจากผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมจากกลุ่มต่าง ๆ เป็นตัวแทนกลุ่มละ 1-2 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.3.1 แบบสำรวจ โดยผู้วิจัยจะใช้แบบสำรวจทำการจดบันทึกข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน

3.3.2 แบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะนำไปสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

3.4 อุปกรณ์

อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1. อุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา สมุดบันทึก
2. แบบสำรวจ และแบบสัมภาษณ์
3. คอมพิวเตอร์
4. เครื่องบันทึกเสียงและกล้องในการบันทึกภาพ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้ทั้ง 2 ส่วน จากนั้นจะทำการสรุปและเรียบเรียงผลที่ได้เพื่อพิจารณาประเด็นสำคัญในการนำมาพัฒนางานวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับพื้นที่ศึกษาต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน 2. เพื่อวางแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับสภาพและปัญหาปัจจุบันของกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายที่มีอยู่เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 10 คน และจะทำการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ทั้งหมด 2 ครั้ง เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายที่มีประโยชน์และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และนโยบายระดับประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการสำรวจกิจกรรมและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก และแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก

4.1 ผลการวิเคราะห์กิจกรรมและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

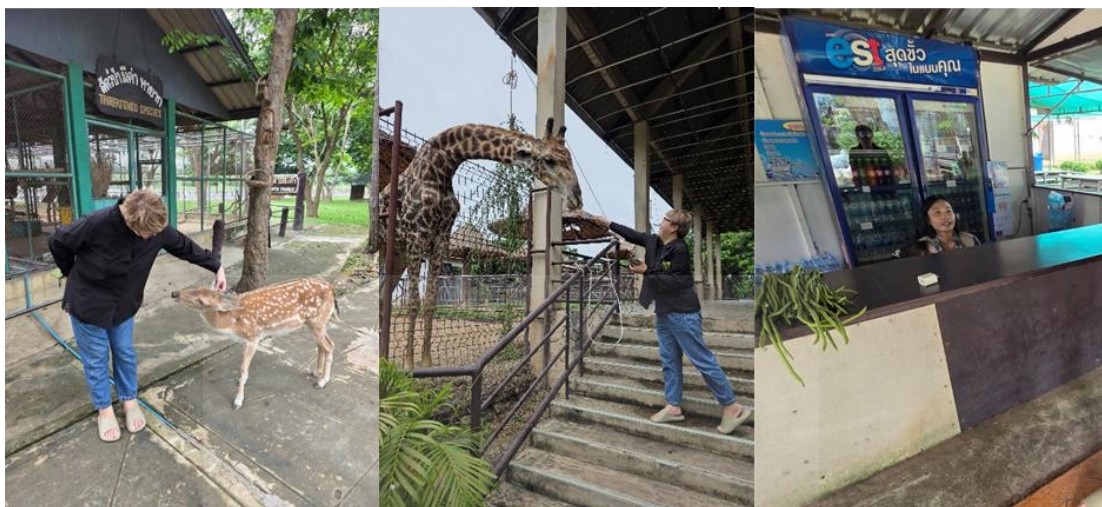
4.1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก

จากการสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าสวนสัตว์มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบซึ่งตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงนันทนาการและการเรียนรู้เชิงสาระ โดยสามารถสรุปกิจกรรมหลักได้ดังนี้

กิจกรรมเดินชมสัตว์และให้อาหารสัตว์

จากการสำรวจ พบว่า กิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุดของสวนสัตว์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมสัตว์ได้หลากหลายชนิดตามเส้นทางที่กำหนด อาทิ ยีราฟ ม้าลาย ม้า นก หมูควาย ลิง เสือ เมียแคทช์ สัตว์เลี้ยงคลานและกระต่าย เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวนับเป็นกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกปฏิบัติเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สวนสัตว์บึงฉวาก เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมได้สังเกตและเรียนรู้ลักษณะของสัตว์อย่างใกล้ชิด แม้ว่าจะมีการจัดทำกรงหรือรั้วกันเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและสัตว์ แต่การออกแบบพื้นที่จัดแสดงและทางเดินชมสัตว์ของสวนสัตว์บึงฉวากยังคงเอื้อให้ผู้เยี่ยมชมสามารถมองเห็นและสัมผัสประสบการณ์ใกล้ชิดกับสัตว์ได้มากกว่าสวนสัตว์หลายแห่ง ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความประทับใจในการเยี่ยมชมได้เป็นอย่างดี กิจกรรมนี้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวากได้หลากหลายกลุ่ม ทั้งครอบครัว เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่ามีสัตว์บางชนิด เช่น กวาง ที่สามารถเดินอยู่นอกกรงในพื้นที่บางส่วนของสวนสัตว์ โดยสัตว์เหล่านี้มีนิสัยเชื่อง ไม่สร้างความหวาดกลัวแก่ผู้มาเยือน กลับสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและน่ารัก พร้อมเปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยเสริมความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกในการเยี่ยมชมสวนสัตว์บึงฉวากได้

นอกจากนั้น สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ยังมีกิจกรรมให้อาหารสัตว์ในบางพื้นที่ที่กำหนดไว้เฉพาะ ได้แก่ บริเวณโซนประตูทางเข้าสวนสัตว์ใกล้คอกยีราฟ และบริเวณประตูทางเข้าใกล้กรงเสือ โดยกิจกรรมให้อาหารสัตว์ดังกล่าวจะมีจุดให้บริการเพียงไม่กี่จุด และมีอาหารสัตว์ให้เลือกเพียงบางประเภท เช่น ถั่วฝักยาวและแครอท อีกทั้งไม่ได้มีการให้บริการกระจายทั่วทั้งพื้นที่สวนสัตว์ แต่กิจกรรมนี้ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ตรงและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสัตว์อย่างใกล้ชิด ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเกิดความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจ และความประทับใจ ซึ่งมีส่วนสนับสนุนต่อการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์



ภาพที่ 2 กิจกรรมการให้อาหารสัตว์ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

กิจกรรมการอ่านป้ายข้อมูล

จากการสำรวจพบว่า ภายในสวนสัตว์บึงฉวากมีการจัดทำป้ายสื่อความหมายติดตั้งอยู่ในทุกกรงของสัตว์ทุกชนิด เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์อย่างเป็นระบบ เนื้อหาบนป้ายครอบคลุมข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ สายพันธุ์ แหล่งที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมของสัตว์ โดยใช้ทั้งข้อความและภาพประกอบเพื่อช่วยให้ผู้เข้าชมสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ ป้ายบางส่วนยังมีการระบุสถานะเฉพาะของสัตว์ที่ควรทราบ เช่น อยู่ในช่วงพักฟื้น มีอายุมาก หรือกำลังป่วย ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความเอาใจใส่ต่อสวัสดิภาพของสัตว์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ป้ายสื่อความหมายในกรงสัตว์แล้ว ภายในสวนสัตว์ยังมีการติดตั้งป้ายแผนที่สวนสัตว์เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเยี่ยมชมและกำหนดเส้นทางเดินได้อย่างเหมาะสม ป้ายแผนที่ดังกล่าวแสดงตำแหน่งของโซนจัดแสดงสัตว์ สิ่งอำนวยความสะดวก จุดจำหน่ายอาหาร และพื้นที่กิจกรรมสำคัญ ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและลดความสับสนระหว่างการเดินชม

จากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการอ่านป้ายข้อมูล เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอมีความเหมาะสมต่อการสื่อสารเชิงความรู้แก่ผู้เยี่ยมชมทั่วไป อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าป้ายบางส่วนมีข้อมูลที่สั้นและกระชับเกินไป หรือมีตำแหน่งติดตั้งที่ไม่เอื้อต่อการอ่าน เช่น อยู่ในระดับสายตาที่ไม่เหมาะสม ทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารข้อมูลลดลง และไม่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพของป้ายสื่อความหมายมีความไม่สม่ำเสมอ บางป้ายมีการออกแบบที่สวยงามและชัดเจน ขณะที่บางป้ายมีการ

ออกแบบมาก่อนจึงมีสีซีดจางหรือใช้วัสดุที่ไม่คงทน ส่งผลให้เกิดความไม่เสถียรและอาจลดทอนภาพลักษณ์ของการจัดแสดงโดยรวม ยิ่งไปกว่านั้น ป้ายสื่อความหมายบางป้ายมีการติดตั้งรหัสคิวอาร์ (QR Code) เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลเพิ่มเติม แต่จากการสำรวจพบว่าบางรหัสไม่สามารถใช้งานได้จริงเมื่อสแกนหรือเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์สารานุกรมออนไลน์อย่าง Wikipedia ซึ่งอาจทำให้คุณภาพของเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวได้รับไม่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลที่สวนสัตว์ตั้งเป้าไว้



ภาพที่ 3 กิจกรรมการอ่านป้ายข้อมูล ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟฟ์

จากการสำรวจ พบว่า ภายในพื้นที่ของสวนสัตว์บึงฉวากมีการจัดแสดงนิทรรศการด้านชีวิตสัตว์ป่าภายในอาคารนิทรรศการ โดยมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับชนิดสัตว์ที่มีสถานะใกล้สูญพันธุ์หรือมีคุณค่าทางเศรษฐกิจสูง ครอบคลุมรายละเอียดด้านลักษณะทางชีววิทยา แหล่งที่อยู่อาศัย พฤติกรรม และปัจจัยคุกคามที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของสัตว์เหล่านั้น นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการอนุรักษ์และการเพาะเลี้ยงเพื่อคงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดแสดงใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพถ่าย และสื่อจัดแสดงแบบสามมิติ รวมถึงการจัดแสดงสัตว์สต๊าฟฟ์ที่จัดวางในลักษณะใกล้เคียงกับสัตว์มีชีวิต เพื่อสร้างความสมจริงและช่วยให้ผู้เข้าชมสามารถศึกษาโครงสร้างและลักษณะภายนอกของสัตว์ได้อย่างชัดเจน การนำเสนอในลักษณะนี้ไม่เพียงช่วยเสริมความรู้เชิงวิชาการแก่ผู้เยี่ยมชม แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟดังกล่าวไม่ได้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากนัก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าชมค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่นภายในสวนสัตว์ ทั้งนี้ สาเหตุหนึ่งอาจมาจากลักษณะการจัดแสดงที่มีความเก่าและขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย เนื้อหาบางส่วนไม่ได้รับการอัปเดตให้สอดคล้องกับข้อมูลทางวิชาการปัจจุบัน อีกทั้งการจัดแสดงยังขาดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สื่อดิจิทัลหรือสื่อโต้ตอบ (Interactive Media) ที่สามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าชม ส่งผลให้ประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมในกิจกรรมนี้มีข้อจำกัดและไม่สามารถแข่งขันกับรูปแบบการจัดแสดงสมัยใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้อย่างเต็มที่



ภาพที่ 4 กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟ

กิจกรรมชมวิวและถ่ายภาพ

จากการสำรวจ พบว่า สวนสัตว์บึงฉวนามีพื้นที่บางส่วนที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมชมทัศนียภาพโดยรอบได้ เช่น บริเวณจุดชมวิวกว้างแหล่งน้ำและพื้นที่จัดแสดงสัตว์ขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถมองเห็นทัศนียภาพของพื้นที่สีเขียวภายในสวนสัตว์และพื้นที่โดยรอบได้อย่างกว้างไกล กิจกรรมนี้ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจและการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก เนื่องจากมีบรรยากาศที่ร่มรื่นและเงียบสงบ อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตพบว่าพื้นที่จุดชมวิวบางแห่งยังขาดการจัดภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามโดดเด่น และมีจำนวนที่นั่งพักผ่อนเพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น รมเงาหรือป้ายบอกข้อมูล ทำให้ประสบการณ์ในการทำกิจกรรมชมวิวอาจยังไม่เอื้อต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ

กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ

จากการสำรวจ พบว่า สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมพิเศษตามช่วงเวลาสำคัญ โดยปรับเนื้อหา กิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น การแสดงสัตว์พิเศษ การประกวด วาดภาพ ระบายสี การเล่นเกม และกิจกรรมเชิงนันทนาการอื่น ๆ ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเกิดความ เพลิดเพลินมากขึ้น กิจกรรมพิเศษตามเทศกาลต่าง ๆ เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดยาวหรือวันสำคัญ ซึ่งมักมีการ ตกแต่งพื้นที่ให้สอดคล้องกับธีมของเทศกาล เช่น การประดับไฟในช่วงปีใหม่ หรือการจัดซุ้มกิจกรรม แบบพื้นบ้านในช่วงสงกรานต์ ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความเพลิดเพลิน ความประทับใจ และมี แนวโน้มที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกในอนาคตต่อไป

การทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ

จากการสำรวจ พบว่า สวนสัตว์บึงฉวากสามารถรองรับการจัดกิจกรรมทัศนศึกษาจาก สถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ในลักษณะหมู่คณะ พร้อมวิทยากรบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทำให้กิจกรรมมีโครงสร้าง และเป้าหมายการเรียนรู้ที่ชัดเจน เหมาะสำหรับกลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ต้องการ ข้อมูลเชิงวิชาการเชิงลึก ทั้งนี้ การเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจำเป็นต้องมีการนัดหมายหรือจัดทำ หนังสือแจ้งล่วงหน้า เพื่อให้ทางสวนสัตว์สามารถเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ บุคลากร และสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการสอนได้อย่างเหมาะสม

4.1.2 การสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก

จากการสำรวจพบว่า สวนสัตว์บึงฉวากมีการดำเนินงานด้านการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสัตว์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์อย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยรูปแบบการสื่อความหมายหลักที่พบ ได้แก่

ป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์

จากการสำรวจพบว่า ภายในสวนสัตว์มีการติดตั้งป้ายสื่อความหมายทุกกรงสัตว์อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เข้าชม โดยเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลพื้นฐานของสัตว์แต่ละชนิด เช่น ลักษณะทางกายภาพ สายพันธุ์ แหล่งที่อยู่อาศัย และพฤติกรรม รวมถึงภาพประกอบเพื่อช่วยให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น การใช้ภาพประกอบช่วยให้ผู้ชม โดยเฉพาะเด็กและผู้ที่ไม่มีความรู้ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับสิ่งที่เห็นได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ ป้ายบางส่วนยังมีการระบุสถานะเฉพาะของสัตว์ เช่น อยู่ในช่วงพักฟื้น มีอายุมาก หรือกำลังป่วย เพื่อการสร้างความตระหนักด้านสวัสดิภาพสัตว์ ข้อความเหล่านี้ช่วยให้ผู้เข้าชมเกิดความตระหนัก ไม่รบกวนหรือทำให้สัตว์เกิดความเครียด จากภาพป้ายเตือนให้ผู้เข้าชมชมสัตว์ด้วยความระมัดระวัง ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อลดความเสี่ยงต่อทั้งผู้ชมและสัตว์มีการใช้ข้อความสั้น กระชับ และมีโทนคำสุภาพ เพื่อกระตุ้นให้ปฏิบัติตามโดยไม่รู้สึกรบกวนบังคับมากเกินไป

อย่างไรก็ตาม แม้เนื้อหาบนป้ายมีความครบถ้วน แต่การออกแบบยังคงค่อนข้างเรียบง่าย การใช้ฟอนต์และสีพื้นฐาน ซึ่งอาจดึงดูดความสนใจได้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับป้ายสื่อความหมายในสวนสัตว์ขนาดใหญ่หรือมาตรฐานสากล การใช้วัสดุเป็นแผ่นป้ายโลหะและพลาสติกแขวนกับรั้วเหล็ก แม้มีความทนทาน แต่ในบางจุดเริ่มมีสนิมหรือการซีดจาง ซึ่งอาจลดคุณภาพของการนำเสนอข้อมูลในระยะยาวได้



ภาพที่ 5 ป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

ป้ายแผนที่สวนสัตว์และป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ต่าง ๆ

จากการสำรวจพบว่า ภายในสวนสัตว์บึงฉวากมีการติดตั้งป้ายแผนที่ในจุดสำคัญ เพื่อแสดงตำแหน่งโซนจัดแสดงสัตว์ สิ่งอำนวยความสะดวก จุดบริการอาหาร และพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าชม ช่วยให้สามารถกำหนดเส้นทางการเดินชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสับสน โดยเฉพาะในพื้นที่สวนสัตว์ที่มีขนาดกว้างและมีโซนจัดแสดงจำนวนมาก ทำให้ผู้เข้าชมไม่เสียเวลาในการค้นหาเส้นทาง

ป้ายแผนที่ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเข้าชมตามความสนใจได้อย่างเป็นระบบ เช่น เลือกเส้นทางที่ครอบคลุมสัตว์ที่ต้องการชม หรือกำหนดเวลาเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ล่วงหน้า นอกจากนี้ แผนที่และป้ายประกอบยังให้ความสำคัญกับการระบุตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ จุดจำหน่ายอาหาร จุดนั่งพัก และพื้นที่กิจกรรมพิเศษ ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกและความพึงพอใจของผู้เข้าชม

อีกหนึ่งจุดเด่นคือการระบุข้อความ “คุณอยู่ที่นี้” (You are here) บนแผนที่ ทำให้ผู้เข้าชมสามารถระบุตำแหน่งปัจจุบันของตนได้ทันที ส่งผลให้การวางแผนการเดินทางเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ภายในสวนสัตว์มีป้ายบอกทางและสัญลักษณ์มาตรฐาน เช่น ห้องน้ำ ทางเข้าออก จุดจำหน่ายบัตร และจุดบริการอาหาร เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนที่และการใช้บริการต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ป้ายบางส่วนมีการออกแบบที่ไม่สม่ำเสมอและขาดการบำรุงรักษา ทำให้ความชัดเจนลดลง



ภาพที่ 6 ป้ายแผนที่และป้ายบอกทาง ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

สื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code)

จากการสำรวจพบว่า มีความพยายามใช้รหัสคิวอาร์ (QR Code) บนป้ายสื่อความหมาย ภายในสวนสัตว์มีศักยภาพเพื่อเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เข้าชม เนื่องจากช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเพิ่มเติมในรูปแบบดิจิทัลได้ทันทีผ่านสมาร์ทโฟนของผู้มาเยี่ยมชมเอง ทั้งยังมีการนำเสนอเนื้อหาในหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ หรือสื่อโต้ตอบ (Interactive) เพื่อเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับสัตว์หรือเนื้อหาที่จัดแสดง

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจพบข้อจำกัดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่ควรได้รับการแก้ไข ได้แก่ รหัสบางส่วนไม่สามารถสแกนได้ อาจเกิดจากความเสียหายของป้าย การพิมพ์ที่ไม่คมชัด หรือการติดตั้งในตำแหน่งที่แสงไม่เพียงพอ และเมื่อสแกนคิวอาร์โค้ดแล้วเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ เช่น Wikipedia ซึ่งแม้จะเป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ แต่มีความเสี่ยงต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา อีกทั้งยังขาดการนำเสนอเนื้อหาแบบมีส่วนร่วม (Interactive Content) ซึ่งอาจช่วยดึงดูดความสนใจและเพิ่มประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้เข้าชม ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรตรวจสอบและบำรุงรักษารหัสคิวอาร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถใช้งานได้ และควรคัดเลือกและพัฒนาเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานวิชาการหรือของสวนสัตว์เอง และควรเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา เช่น คลิปวิดีโอ สั้น เสียงบรรยาย หรือเกมความรู้ เพื่อสร้างความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 7 สื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code)

เจ้าหน้าที่ประจำสวนสัตว์หรือวิทยากรบรรยาย

จากการสำรวจพบว่า ภายในสวนสัตว์ บางโซนจัดแสดงและกิจกรรมพิเศษมีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำหรือวิทยากรคอยบรรยายและตอบคำถามแก่ผู้เข้าชม ซึ่งช่วยเพิ่มมิติของการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้เยี่ยมชม การให้บริการในลักษณะนี้มักพบในกิจกรรมที่มีการนัดหมายล่วงหน้า เช่น การทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ

อย่างไรก็ตาม จำนวนเจ้าหน้าที่บรรยายมีค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ได้ตลอดเวลา แต่ในพื้นที่ทั่วไปของสวนสัตว์ยังคงมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดและเจ้าหน้าที่ดูแลสัตว์ (Zookeeper) ที่สามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามแก่ผู้เข้าชมได้เมื่อมีการสอบถาม

สื่อสิ่งพิมพ์

จากการสำรวจพบว่า ในสวนสัตว์มีสื่อสิ่งพิมพ์แจก เช่น แผ่นพับหรือโบรชัวร์ (Brochure) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลแนะนำสวนสัตว์ แผนที่เส้นทางภายในสวนสัตว์ และข้อมูลสัตว์บางชนิด ซึ่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการวางแผนการชมล่วงหน้าและเก็บเป็นที่ระลึก แต่จากการสำรวจพบว่าการแจกจ่ายในจำนวนจำกัดและไม่ได้มีการอัปเดตเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง

4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2.1 แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก

จากการสำรวจกิจกรรมของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน พบว่า มีกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงนันทนาการและการเรียนรู้เชิงสาระ ได้แก่ กิจกรรมเดินชมสัตว์และให้อาหารสัตว์ กิจกรรมการอ่านป้ายข้อมูล กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟฟ์ กิจกรรมชมวีวและถ่ายภาพ กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ และการทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ แม้จะมีกิจกรรมที่ค่อนข้างหลากหลาย แต่กิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวเมื่อได้มาเยือนสวนสัตว์บึงฉวาก คือ กิจกรรมเดินชมสัตว์และให้อาหารสัตว์ รองลงมาคือ กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งในส่วนนี้นักท่องเที่ยวจะได้ทำกิจกรรมพิเศษเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการจัดงานเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรีนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นคนท้องถิ่น คือ จังหวัดสุพรรณบุรี หากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว จังหวัดอื่น ๆ หรือ จังหวัดใกล้เคียง จะเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวมาแบบล่วงหน้า รวมถึงพื้นที่ส่วนจัดแสดงในบริเวณเดียวกันจะมีทั้งหมด 3 ส่วน คือ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์บึงฉวาก และอุทยานพืชผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ แต่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมาเยี่ยมชมที่สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเป็นหลัก ทำให้ในส่วนของสวนสัตว์บึงฉวากมีนักท่องเที่ยวน้อยกว่า โดยเฉพาะวันธรรมดาที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างบางตา จะมีเพิ่มมากขึ้นในช่วงของวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และสรุปออกมาเป็นแนวทางทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก ได้ดังนี้

1. ทางผู้ดูแลบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบแพ็คเกจ คือ เที่ยว 1 วันครบจบในที่เดียวที่บึงฉวาก กล่าวคือ ทำการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 จุด ให้เที่ยวได้ภายใน 1 วัน โดยเริ่มจากสวนสัตว์บึงฉวาก ต่อมาที่อุทยานพืชผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ และปิดท้ายด้วยสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ นักท่องเที่ยวสามารถจอดรถในบริเวณจุดที่กำหนด และทางผู้ดูแลจัดบริการรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวไปตามจุดต่าง ๆ โดยคิดอัตราค่าบริการแบบรวมทุกอย่างเบ็ดเสร็จ ทั้งค่าบริการรถรับ-ส่ง ค่าเข้าชมสถานที่ ในราคาที่มีความเหมาะสมผล รวมถึงอาจจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการแจกของที่ระลึกให้กับผู้ใช้บริการแพ็คเกจเที่ยว 1 วัน เช่น การแจกพัด พวงกุญแจ แก้วน้ำ เป็นต้น

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จากที่เราเห็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหลายคนอยากมาเที่ยวบึงฉวาก แต่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและการเดินทางระหว่างจุดต่าง ๆ เราจึงคิดว่าถ้าจัดเป็นแพ็คเกจเที่ยวครบ 3 จุดใน 1 วัน จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่ามากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“สวนสัตว์บึงฉวากเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้นะ ใกล้ ๆ เลยกี่ที่พิพิธภัณ์ สัตว์น้ำ หรือถ้าไกลออกไปก็สวนนกชัยนาทก็ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2567)

“ถ้ามีรถรับ-ส่งจากจุดจอดรถไปตามสถานที่ต่าง ๆ จะสะดวกมาก เพราะบาง ครอบครัวมักกับเด็กเล็กหรือผู้สูงอายุ การเดินไกลอาจไม่สะดวก การบริการแบบนี้จะ ช่วยให้ทุกคนเที่ยวได้ครบและสบายขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2567)

“ผมคิดว่าถ้ามีของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ อย่างพัดลายโลโก้บึงฉวากหรือพวงกุญแจ ก็ จะช่วยสร้างความประทับใจ และทำให้เขาจำได้ว่าเคยมาที่นี่” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 6, 2567)

“บางครั้งนักท่องเที่ยวมาแค่ครั้งวัน เพราะไม่รู้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวอื่นใกล้ ๆ ถ้าเรา จัดเป็นแพ็คเกจแล้วโปรโมชั่นให้ชัดเจนว่าเที่ยวได้ครบ 3 จุดในวันเดียว น่าจะช่วย ดึงดูดให้เขาอยู่ได้นานขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2567)

“แพ็คเกจแบบนี้ทำให้การวางแผนง่ายขึ้น นักท่องเที่ยวไม่ต้องกังวลเรื่องเส้นทางหรือ การหาที่จอดรถ เพราะทุกอย่างรวมอยู่ในระบบบริการของเราแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 10, 2567)

2. การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือการจัดการประกวดเพื่อให้รางวัล ในช่วง ที่มีงานเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวากส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม ครอบครัว อาทิเช่น กิจกรรมวันปีใหม่ให้ครอบครัวสามารถร่วมกันทำการ์ดอวยพรเป็นรูปสัตว์ที่ ชื่นชอบ เขียนข้อความให้คนที่เรารักและส่งมอบให้เป็นของที่ระลึกได้ หรือกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ มี การจัดประกวดให้กับเด็ก ๆ ได้แสดงความสามารถเพื่อเข้าร่วมชิงรางวัล เช่น การประกวดวาดภาพ ระบายสี การประกวดร้องเพลง การพูดในที่สาธารณะเกี่ยวกับหัวข้อของสวนสัตว์ที่เราสนใจ เป็นต้น

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ผมสังเกตเห็นนักท่องเที่ยวที่มาสวนสัตว์บึงฉวากส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว ถ้าเรา มีกิจกรรมพิเศษในวันเสาร์อาทิตย์ หรือในช่วงเทศกาล เช่น วันปีใหม่ หรือวันเด็ก จะช่วยให้เขาอยากกลับมาเที่ยวอีก และยังสร้างความสนุกสนานให้กับเขามากกว่ามา เดินดูสัตว์เฉย ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“อย่างช่วงปีใหม่ อาจให้ครอบครัวมาร่วมกันทำการ์ดอวยพรเป็นรูปสัตว์ที่ชอบ แล้วเขียนข้อความให้คนที่รัก พร้อมนำกลับไปเป็นของขวัญที่ระลึก แบบนี้เด็ก ๆ ก็ได้ใช้จินตนาการ ส่วนผู้ปกครองก็มีส่วนร่วม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2, 2567)

“นอกจากกิจกรรมสนุก ๆ แล้ว เราอาจแทรกเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์หรือสิ่งแวดล้อม เช่น การสาธิตให้อาหารเสือ การให้ความรู้เรื่องสัตว์ จะช่วยให้เด็ก ๆ ได้ทั้งความรู้และความสนุกสนาน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2567)

“ผมว่าอยากให้บึงฉวากมีกิจกรรมมากกว่าการให้อาหารสัตว์นะ เพราะตรงนี้เขามีสัตว์ที่ดีและน่าสนใจอยู่แล้ว ถ้ามีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากขึ้นก็จะดีมาก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6, 2567)

“การให้อาหารสัตว์เป็นกิจกรรมที่ดี แต่ถ้าเพิ่มกิจกรรมแบบมีปฏิสัมพันธ์ด้วยกัน เช่น เวิร์กช็อปเรียนรู้เรื่องการดูแลสัตว์ หรือเกมค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ในสวนสัตว์ ก็จะทำให้คนได้ทั้งความรู้และความสนุก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2567)

“อาจมีกิจกรรมพิเศษในโซนต่าง ๆ ของสวนสัตว์ เช่น การแสดงสาธิตพฤติกรรมสัตว์ หรือกิจกรรมถามตอบกับเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสัตว์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ใกล้ชิดและเรียนรู้มากกว่าการเดินชมเฉย ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10, 2567)

3. ร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมกับสวนสัตว์อื่น ๆ ในประเทศไทยเพื่อเป็นการเก็บจุดแข็งอินหรือจุดแลนด์มาร์ก สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าคุณคือแฟนพันธุ์แท้สวนสัตว์ โดยกิจกรรมจะไม่ทำการกำหนดระยะเวลา ผู้ที่สนใจสามารถเก็บจุดแข็งอินหรือจุดแลนด์มาร์กในการเที่ยวสวนสัตว์ให้ครบถ้วนเพื่อนำมาแลกเปลี่ยนของที่ระลึกและได้รับใบประกาศนียบัตร ในส่วนนี้กิจกรรมอาจจะค่อนข้างเฉพาะกลุ่มสำหรับคนที่รักและชื่นชอบสวนสัตว์อย่างแท้จริง แต่อย่างน้อยถือเป็นการเปิดโอกาสและสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้ที่สนใจได้มีส่วนในการเข้าร่วมกิจกรรม

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ผมคิดว่าถ้าบึงฉวากร่วมมือกับสวนสัตว์อื่น ๆ ทั่วประเทศ เพื่อทำกิจกรรมเก็บจุด เช็กอิน จะเป็นไอเดียที่น่าสนใจมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่รักสวนสัตว์จะมีแรงจูงใจ เที่ยวหลายแห่ง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“การเก็บจุดเช็กอินแบบนี้ทำให้คนรู้สึกเหมือนกำลังทำภารกิจให้ครบ และเมื่อแลก ได้ของที่ระลึกหรือประกาศนียบัตร เขาก็จะรู้สึกภูมิใจที่เป็นแฟนพันธุ์แท้สวนสัตว์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2567)

“ถึงแม้กิจกรรมนี้จะเฉพาะกลุ่ม แต่กลุ่มคนที่ชอบเที่ยวสวนสัตว์จริง ๆ จะติดตาม และตั้งใจเก็บจุดให้ครบแน่นอน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6, 2567)

“ผมว่าถ้าเราทำบัตรหรือสมุดสะสมตราประทับของแต่ละสวนสัตว์ แล้วเมื่อครบ ทุกแห่งจะแลกของรางวัลได้ จะยิ่งทำให้กิจกรรมน่าสนใจและมีคุณค่ามากขึ้น” (ผู้ให้ ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2567)

“นอกจากของที่ระลึก อาจมีการจัดงานพิเศษเชิญผู้ที่เก็บครบทุกจุดมารวมตัวกัน เช่น งานเลี้ยงแฟนพันธุ์แท้สวนสัตว์ เพื่อสร้างชุมชนคนรักสวนสัตว์ให้แข็งแรงขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2567)

4. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวาก กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและทำกิจกรรม ยังถือว่าเป็นจุดที่ทางสวนสัตว์ ยังคงต้องพัฒนาอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีอิทธิพลที่จะสามารถเข้าถึงหรือสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีหลากหลายช่องทางให้ได้ เลือกใช้ตามความเหมาะสม อาทิเช่น Facebook TokTok YouTube เป็นต้น โดยจะขอยกตัวอย่าง สวนสัตว์ที่ประสบความสำเร็จในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสามารถสร้างหัวข้อ (Content) ที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัตว์มานำเสนอจนทำให้มีผู้ติดตามเป็น จำนวนมาก ได้แก่ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ที่สร้างปรากฏการณ์ฮิปโปแคระหรือที่รู้จักกันในชื่อว่าหมูเต้ง เป็นต้น ซึ่งทางผู้ดูแลสามารถถอดบทเรียนในอดีตจากการใช้สื่อออนไลน์ของ นักท่องเที่ยวที่มีการถ่ายวิดีโอในบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวบางตา และเจ้าหน้าที่ที่สวมใส่ชุดมาสคอตที่

มีลักษณะค่อนข้างเก่าและรอให้บริการภายในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงฉวาก จนเกิดเป็นกระแสที่ทำให้กลับมาเป็นที่สนใจอีกครั้งหนึ่ง จะเห็นได้ว่าการใช้สื่อโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลเป็นอย่างมากสำหรับในยุคปัจจุบัน โดยผู้ดูแลอาจมีความจำเป็นที่จะต้องให้เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสวนสัตว์มาพัฒนาการใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ในการทำงานมากยิ่งขึ้น

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ผมคิดว่าการประชาสัมพันธ์ของบึงฉวากยังต้องพัฒนาอีกเยอะ โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ เพราะสมัยนี้คนส่วนใหญ่รับข้อมูลจาก Facebook, Tik Tok, หรือ YouTube กันหมดแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“ถ้าทำคอนเทนต์เกี่ยวกับสัตว์ให้น่าสนใจเหมือนที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียวทำกับฮิปโปหมูเต้ง ผมว่าก็จะช่วยดึงดูดคนให้มาเที่ยวได้มากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2567)

“ผมเคยเห็นคลิปที่มีคนถ่ายตอนสวนสัตว์เจียบ ๆ นักท่องเที่ยวน้อย แต่พอมีเจ้าหน้าที่ใส่มาสคอตเก่า ๆ ออกมา ก็กลายเป็นกระแสในโซเชียล จนคนกลับมาสนใจอีกครั้ง อันนี้แสดงให้เห็นว่าพลังของโซเชียลมีเดียจริง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2567)

“ผมอยากให้มีเจ้าหน้าที่ที่คอยทำคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง เช่น คลิปสั้น ๆ แนะนำสัตว์น่ารัก หรือเบื้องหลังการดูแลสัตว์ เพราะสิ่งเหล่านี้แชร์ต่อกันง่ายและเข้าถึงคนได้เร็ว” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2567)

“การทำสื่อออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้งบเยอะ แต่ต้องสร้างสรรค์และต่อเนื่อง พอมีคนติดตามมากขึ้น ก็จะทำให้บึงฉวากกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่คนอยากมา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2567)

4.2.1 แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก

จากการสำรวจพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก พบว่าสวนสัตว์บึงฉวากมีการดำเนินงานด้านการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสัตว์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์อย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยรูปแบบการสื่อความหมายหลักที่พบ ได้แก่ ป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์ ป้ายแผนที่สวนสัตว์และป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ต่าง ๆ สื่อดิจิทัลและรหัสคิวอาร์ (QR Code) เจ้าหน้าที่ประจำสวนสัตว์หรือวิทยากรบรรยาย และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการสื่อความหมายหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่ คือ ป้ายสื่อความหมาย ในส่วนของเจ้าหน้าที่ประจำสวนสัตว์หรือวิทยากรบรรยายนั้น จะมีโอกาสใช้ประโยชน์จำเป็นต้องมีการนัดหมายหรือจัดทำหนังสือแจ้งล่วงหน้า เพื่อให้ทางสวนสัตว์สามารถเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ บุคลากร และสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการสอนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งหากเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปโอกาสที่จะได้ใช้ประโยชน์จากกิจกรรมในส่วนนี้ค่อนข้างน้อยมาก

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และสรุปออกมาเป็นแนวทางทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก ได้ดังนี้

1. ป้ายสื่อความหมายทุกรูปแบบภายในสวนสัตว์ อยู่ในสถานะค่อนข้างเก่า ชำรุด และป้ายส่วนใหญ่ชำรุดโทรม เนื่องจากวัสดุที่ใช้งานไม่มีความทนทาน ทำให้การสื่อความหมายขาดความน่าสนใจ ดังนั้นทางผู้ดูแลควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อทำการทำนุบำรุงในส่วนนี้ โดยอาจจะเริ่มจากการปรับปรุงป้ายสื่อความหมายที่มีความจำเป็นมากที่สุดก่อน และควรให้ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบป้ายมาทำการให้คำแนะนำในการวางรูปแบบ การใช้สี ตัวอักษร หรือแม้แต่วัสดุ เพื่อให้ป้ายที่ปรับปรุงมีความน่าสนใจ และมีความพร้อมในการใช้งานมากยิ่งขึ้น รวมถึงหากมีงบประมาณที่มากเพียงพอ และมีความคุ้มค่าในการที่จะพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการใช้งาน ควรมีการพัฒนาโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากการคิวอาร์โค้ด เช่น การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา เพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจ และประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ป้ายในสวนสัตว์ตอนนี้หลายจุดเก่าและชำรุด บางป้ายสีซีดจนอ่านไม่ออก แล้ว ทำให้ข้อมูลที่ควรจะสื่อกับนักท่องเที่ยวไม่ชัดเจน” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 2, 2567)

“ผมคิดว่าควรมีการจัดงบประมาณมาปรับปรุงป้ายใหม่ โดยเริ่มจากจุดที่จำเป็นมากที่สุดก่อน และให้ผู้เชี่ยวชาญมาช่วยออกแบบให้สวยงาม อ่านง่าย และทนทาน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2567)

“ถ้าทำป้ายให้มีสีสัน ดึงดูดสายตา และใช้วัสดุที่แข็งแรง ก็จะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวามากขึ้น นักท่องเที่ยวก็จะสนใจอ่านข้อมูลมากกว่าเดิม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2567)

“ในยุคนี้ นอกจากป้ายแบบปกติ อาจเพิ่มเทคโนโลยีอย่าง AR หรือแอปบนมือถือ เพื่อให้คนสามารถสแกนแล้วเห็นภาพเคลื่อนไหวหรือข้อมูลเพิ่มเติมได้ ก็จะช่วยทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวสนุกขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2567)

“ผมเคยเห็นสวนสัตว์บางแห่งใช้คิวอาร์โค้ดให้คนสแกนดูคลิปแนะนำสัตว์ พอมอง AR หรือพีเจอร์อินเทอร์แอคทีฟแบบนี้ นักท่องเที่ยวก็รู้สึกตื่นเต้นและอยากแชร์ต่อในโซเชียล” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2567)

2. การปรับปรุงข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย กล่าวคือ ข้อมูลที่ปรากฏในปัจจุบัน เชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น Wikipedia ซึ่งแม้จะเป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ แต่มีความเสี่ยงต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ควรคัดเลือกและพัฒนาเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานวิชาการหรือของสวนสัตว์เอง และควรเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา เช่น คลิปวิดีโอสั้น เสียงบรรยาย หรือเกมความรู้ เพื่อสร้างความน่าสนใจ และการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทางผู้ดูแลและเจ้าหน้าที่สวนสัตว์ ควรต้องทำการศึกษาข้อมูลและติดตามข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมอ เนื่องจากการมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ การได้รับความรู้และข้อมูลที่ถูกต้องจากสถานที่ท่องเที่ยว

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายหรือสื่อบางส่วนตอนนี้เชื่อมโยงไปยังแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือ เช่น Wikipedia ซึ่งแม้จะหาข้อมูลง่าย แต่ก็มีความเสี่ยงว่าข้อมูลอาจไม่ถูกต้อง 100%” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“ผมคิดว่าควรใช้ข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานวิชาการ หรือเว็บไซต์ทางการของสวนสัตว์เอง จะทำให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจในความถูกต้อง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2567)

“นอกจากข้อมูลตัวหนังสือแล้ว ถ้าเพิ่มสื่อประกอบอย่างคลิปวิดีโอสั้น เสียงบรรยาย หรือเกมความรู้ จะช่วยให้เด็ก ๆ และครอบครัวสนใจมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2567)

“การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ เพราะคนที่มาเที่ยวสวนสัตว์ไม่ใช่แค่มาพักผ่อน แต่เขายังอยากได้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์และธรรมชาติกลับไปด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2567)

“คิดว่าข้อมูลในสวนสัตว์ควรอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ เพราะข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์และสิ่งแวดล้อมมีการค้นพบใหม่ ๆ ตลอดเวลา ถ้าสวนสัตว์นำเสนอข้อมูลล่าสุด ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถานที่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2567)

3. การพัฒนาเจ้าหน้าที่ประจำหรือวิทยากรบรรยาย แม้ว่านักท่องเที่ยวทั่วไปมีโอกาสที่จะได้ใช้ประโยชน์จากกิจกรรมในส่วนนี้ค่อนข้างน้อยมาก แต่อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่ประจำหรือวิทยากรบรรยายยังมีความสำคัญต่อการบรรยายให้ความรู้กับผู้ที่มาทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสาร การถ่ายทอดข้อมูลเชิงวิชาการให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ตลอดจนการตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวอย่างมีอาชีพ โดยมีการจัดสรรงบประมาณอีกส่วนหนึ่งนอกจากการทำนุบำรุงป้ายสื่อความหมาย มาใช้พัฒนาบุคลากรในส่วนนี้ด้วย ซึ่งอาจจะทำการจัดฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญเองภายในหน่วยงานหรือส่งบุคลากรไปฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก

โดยบทวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ถึงแม้นักท่องเที่ยวทั่วไปอาจไม่ค่อยได้ใช้บริการบรรยายจากวิทยากร แต่สำหรับกลุ่มที่มาทัศนศึกษาเป็นหมู่คณะ ผมว่าบทบาทของเจ้าหน้าที่บรรยายยังสำคัญมาก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2567)

“การบรรยายที่ดีต้องสื่อสารข้อมูลวิชาการให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ รวมถึงต้องตอบคำถามของนักท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจและเป็นมืออาชีพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2567)

“ถ้าพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องและการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ จะทำให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนดีขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2567)

“ผมคิดว่าสวนสัตว์ควรจัดอบรมเป็นประจำ อาจเชิญผู้เชี่ยวชาญมาสอนภายในหรือส่งเจ้าหน้าที่ไปฝึกกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้ได้ความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2567)

“นอกจากการปรับปรุงป้ายหรือสื่อความหมายแล้ว การลงทุนพัฒนาคนก็สำคัญนะ เพราะคนคือผู้ที่สามารถสร้างความประทับใจและความผูกพันกับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2567)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และสรุปข้อเสนอแนะของงานวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพื่อสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน และเพื่อวางแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับสภาพและปัญหาปัจจุบันของกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายที่มีอยู่เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 10 คน และจะทำการการสัมภาษณ์ ทั้งหมด 2 ครั้ง เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายที่มีประโยชน์และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ประเภทสวนสัตว์ ซึ่งมีพื้นที่ศึกษา คือ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการสำรวจกิจกรรมและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่ปัจจุบัน พบว่า สวนสัตว์มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบซึ่งตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงนันทนาการและการเรียนรู้เชิงสาระ ได้แก่ กิจกรรมเดินชมสัตว์และให้อาหารสัตว์ กิจกรรมการอ่านป้ายข้อมูล กิจกรรมการชมนิทรรศการและสัตว์สต๊าฟ กิจกรรมชมวิวและถ่ายภาพ กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ และการทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ

นอกจากนี้ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี ยังมีการดำเนินงานด้านการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสัตว์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวนสัตว์อย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยรูปแบบการสื่อความหมายหลักที่พบ ได้แก่ ป้ายสื่อความหมายบริเวณกรงสัตว์ ป้ายแผนที่สวนสัตว์และป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ต่าง ๆ สื่อดิจิทัล และรหัสคิวอาร์ (QR Code) เจ้าหน้าที่ประจำสวนสัตว์หรือวิทยากรบรรยาย และสื่อสิ่งพิมพ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1. ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นแบบแพ็คเกจ คือ เที่ยว 1 วันครบจบในที่เดียวที่บึงฉวาก กล่าวคือ ทำการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 จุด ให้เที่ยวได้ภายใน 1 วัน โดยเริ่มจากสวนสัตว์บึงฉวาก ต่อมาที่อุทยานพืชผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ และปิดท้ายด้วยสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ 2. ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือการจัดการประกวดเพื่อให้รางวัล ในช่วงที่มิงานเทศกาลสำคัญต่าง ๆ 3. ร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมกับสวนสัตว์อื่น ๆ ในประเทศไทยเพื่อเป็นการเก็บจุดเช็กอินหรือจุดแลนด์มาร์ก สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าคุณคือแฟนพันธุ์แท้สวนสัตว์ และ 4. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์บึงฉวาก เนื่องจากในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีอิทธิพลที่จะสามารถเข้าถึงหรือสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีหลากหลายช่องทางให้ได้เลือกใช้ตามความเหมาะสม อาทิเช่น Facebook TokTok YouTube เป็นต้น

ในส่วนของแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก สรุปได้ว่า 1. ป้ายสื่อความหมายทุกรูปแบบภายในสวนสัตว์ อยู่ในสถานะค่อนข้างเก่า ชำรุด และป้ายส่วนใหญ่ทรุดโทรมเนื่องจากวัสดุที่ใช้กันไม่มีความทนทาน ทำให้การสื่อความหมายขาดความน่าสนใจ ดังนั้นทางผู้ดูแลควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อทำการทำนุบำรุงในส่วนนี้ รวมถึงหากมีงบประมาณที่มากเพียงพอและมีความคุ้มค่าในการที่จะพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการใช้งาน ควรมีการพัฒนาโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากการคิวอาร์โค้ด เช่น การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา 2. การปรับปรุงข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย ควรคัดเลือกและพัฒนาเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานวิชาการหรือของสวนสัตว์เอง และควรเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา เช่น คลิปวิดีโอ สั้น เสียงบรรยาย หรือเกมความรู้ เพื่อสร้างความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว และ 3. พัฒนาเจ้าหน้าที่ประจำหรือวิทยากรบรรยาย แมวว่านักท่องเที่ยวทั่วไปโอกาสที่จะได้ใช้ประโยชน์จากกิจกรรมในส่วนนี้ค่อนข้างน้อยมาก แต่อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่ประจำหรือวิทยากรบรรยายยังมีความสำคัญต่อการบรรยายให้ความรู้กับผู้มาทัศนศึกษาแบบหมู่คณะ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสาร การถ่ายทอดข้อมูลเชิงวิชาการให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ตลอดจนการตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง ในด้านการพัฒนาทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นที่น่าสนใจที่เป็นจุดที่ควรพัฒนาอย่างมาก คือ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีอิทธิพลที่จะสามารถเข้าถึงหรือสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีหลากหลายช่องทางให้ได้เลือกใช้ตามความเหมาะสม อาทิเช่น Facebook TokTok YouTube เป็นต้น เช่นเดียวกับ กชมล พงษ์วัชรนนท์ และสุภาภรณ์ ศรีดี (2567) ที่ได้ศึกษาการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก และรวดเร็ว การใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram และ Tik Tok มีส่วนช่วยในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายและนักท่องเที่ยว การแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น รูปภาพ วิดีโอ และการรีวิว มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจถึงความสำคัญ และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับเพชรเดช (2565) ที่ศึกษาการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงฆ์ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด-19) บ้านปรางกู ตำบลมะฮี อำเภอดงขี้เหล็ก จังหวัดร้อยเอ็ด ที่กล่าวว่าการใช้สื่อโซเชียลมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวโดยการนำสื่อออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ เช่น facebook instagram และ Website ช่วยให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวที่สนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ เรื่องของการพัฒนาด้านการสื่อความหมายที่ควรมีการพัฒนาโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากการคิวอาร์โค้ด เช่น การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา เพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจและประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับภัทรา สอนโสภะเชือก และมริษา สุดอุดม (2566) ที่ได้พัฒนาเทคโนโลยีความจริงผสมสำหรับส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบึงหวาย อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการประเมินความเหมาะสมของแอปพลิเคชันจาก

ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันสำหรับส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ใช้งานมีความต้องการในการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับทริวัฒน์ สำเภาทอง และวิโรวรรณ แสนชนะ (2566) ที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาคีฟาร์มด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม โดยผลการศึกษารูปได้ว่า แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมานั้นมีหลักการงานโดยใช้กล้องบนมือถือสแกนหาพื้นที่ว่าง จากนั้นโปรแกรมจะทำการหาพื้นที่เพื่อสร้างโมเดล 3 มิติ ด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม รวมถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาคีฟาร์มด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อเสนอแนะการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการจัดการพื้นที่ และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการจัดการพื้นที่

5.3.1.1 ควรมีการส่งเสริมและออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่บูรณาการองค์ความรู้กับความเพลิดเพลินอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่าและยั่งยืนแก่ผู้เยี่ยมชม อาทิ การจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า การสาธิตกระบวนการให้อาหารสัตว์โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนกิจกรรมในลักษณะของอาสาสมัครมีส่วนร่วมในการดูแลสัตว์ ซึ่งล้วนเป็นแนวทางที่สามารถกระตุ้นความสนใจ เสริมสร้างความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว

5.3.1.2 ควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการสื่อความหมายภายในพื้นที่ให้มีความทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชมที่หลากหลาย โดยเฉพาะการออกแบบป้ายข้อมูลให้มีความน่าสนใจ ใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และรองรับการสื่อสารหลายภาษา เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ควร

ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นอกเหนือจากการคิวอาร์โค้ด เช่น การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา เพื่อให้ข้อมูลเสริมเกี่ยวกับสัตว์และแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ ซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์การเรียนรู้ และเพิ่มความน่าสนใจในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.1.3 ควรส่งเสริมการอบรมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่มีหน้าที่ในการสื่อความหมายภายในสวนสัตว์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เนื่องจากการสื่อความหมายโดยใช้คน เช่น เจ้าหน้าที่หรือวิทยากรนั้นมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจและสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและเติมเต็มประสิทธิภาพของสื่อประเภทอื่น เช่น ป้ายข้อมูลหรือสื่อดิจิทัล ให้สามารถถ่ายทอดสาระความรู้ได้อย่างลึกซึ้งและมีความหมายยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การยกระดับประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในภาพรวม โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสาร การถ่ายทอดข้อมูลเชิงวิชาการให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ตลอดจนการตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ ทั้งนี้ การอบรมครอบคลุมถึงการใช้งานอุปกรณ์และสื่อประกอบการสื่อความหมาย เช่น ป้ายดิจิทัล หรืออุปกรณ์โสตทัศนต่าง ๆ เพื่อให้การถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย

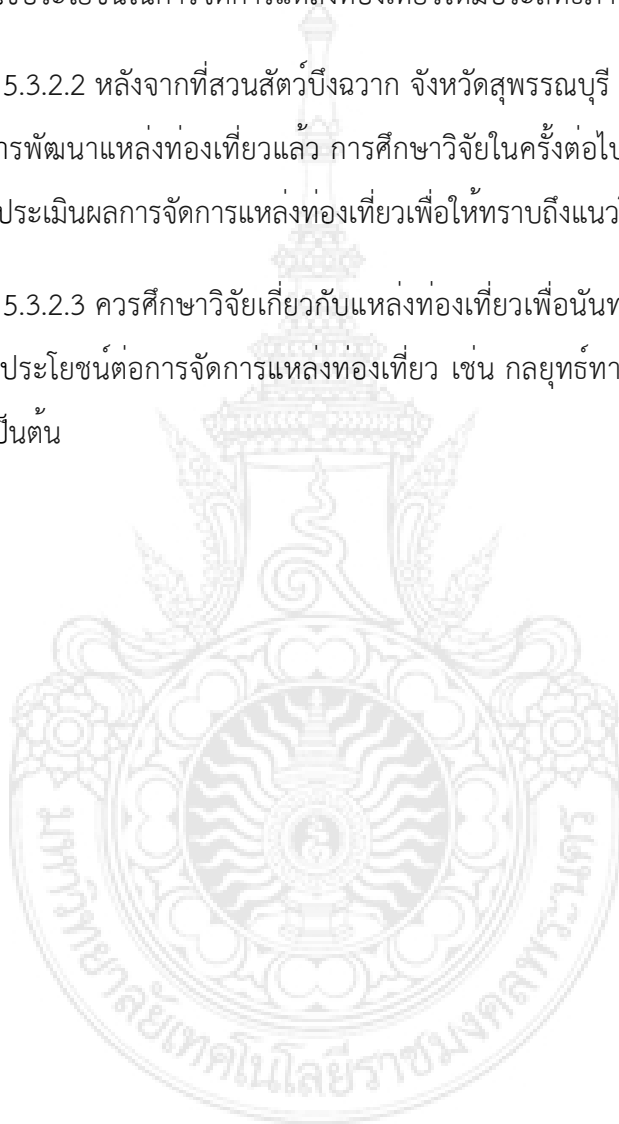
5.3.1.4 ควรมีการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวของสวนสัตว์ให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ ครอบครัวที่มีเด็กเล็ก ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มนักเรียน โดยควรจัดสรรพื้นที่และวางแผนกิจกรรมให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง สะดวก และปลอดภัย ทั้งนี้ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความต่อเนื่องของประสบการณ์และการเชื่อมโยงเชิงพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ และสนับสนุนให้เกิดการใช้เวลาในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการอื่น ๆ ได้ เช่น สวนสาธารณะ สวนสนุก เป็นต้น และสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 หลังจากที่สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี นำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป อาจปรับปรุงรูปแบบการวิจัยเป็นเรื่องของการประเมินผลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มว่าเป็นไปในทิศทางใด

5.3.2.3 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการในประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562. กรุงเทพฯ: สำนักงานประชาสัมพันธ์.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2563. COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563. สืบค้น 21 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/41TourismEconomicVol4.pdf>
- กมล พงษ์วัชรนนท์ และสุภาภรณ์ ศรีดี. 2567. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารสหวิทยาการศึกษาศึกษาและพัฒนาสังคม, 1(3), 55-68.
- กรมการท่องเที่ยว. 2557. คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยว. สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์, กรุงเทพฯ
- กรมการท่องเที่ยว. (2558). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2558-2560. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้น 1 กรกฎาคม 2566, จาก <http://www.tceb.or.th>.
- จรินทร์ พักประไพ และณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. 2564. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสวนสัตว์ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 6(1), 50-63.
- ดารณี ด่านวันดี. 2549. การวางแผนแม่บทสื่อความหมาย. ภาควิชาภูมิทัศน์และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, คณะผลิตกรรมการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ธีรวัฒน์ สำเภาทอง และวิโรวรรณ แสนชนะ. 2566. การพัฒนาแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาคีฟาร์มด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม. วารสารวิทยาการสารสนเทศและเทคโนโลยีประยุกต์, 5(1), 71-85.
- ธัญญา กาศรุณ, ชุติวรรณ ปราณีธรรม, และจารีย์ พรหมณะ. 2561. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระ. วารสารช่อพะยอม, 29(2), 41-52.
- นนลฉิย์ วรจรัสวิทย์, ภัทราวดี มากมี, และพูลพงศ์ สุขสว่าง. 2562. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำบางปะกง. วารสารวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 17(1), 141-157.

- พชรเดช เสมานู. 2565. การใช้สื่อโซเซียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงกรานต์ช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด-19) บ้านปรางกู ตำบลมะฮี อำเภอ
ธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์, 6(1), 269-279.
- ภัทรา สนวนโสภะเชือก และมริษา สุตอุดม. 2566. การพัฒนาเทคโนโลยีความจริงผสมสำหรับส่งเสริม
เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบุงหวาย อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี.
วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 42(6), 215-224.
- สารัฐ รัตนะ. 2547. เทคนิคการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อม. ภาควิชาอนุรักษวิทยา, คณะวนศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สินีนารถ ศุภรัตน์เมธ. 2561. การออกแบบสวนสัตว์เพื่อการเรียนรู้และส่งเสริมทัศนคติต่อคุณค่า
ของสิ่งมีชีวิต. วารสารวิชาการประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 33(1),
3-20.
- สุชุม คงดิษฐ์, วรธษา พรหมศิลป์, ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, จิตาภา เร่งมีศรีสุข, และธารณี นวสินี.
2560. รูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวนิเวศกรอย่างมีส่วนร่วมของ
ชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่, 9(4),
314-326.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. 2547. เอกสารประกอบการสอบวิชาการวางแผนโครงการสื่อความหมาย
ธรรมชาติ. ภาควิชา อนุรักษวิทยา, คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
(อัดสำเนา)
- สมยศ โอ่งเคลือบ และศรันภัทร โชติมนกุล. 2567. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวปางช้างใน
จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 8(2),
40-58.
- สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี. 2566. แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี. สืบค้น 19 กรกฎาคม 2566,
จาก <https://ww1.suphanburi.go.th/ebook/detail/17/data.html#page/1>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2566. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 13. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2566, จาก
https://www.odd.go.th/App_Storage/navigation/files/23_0.pdf
- อรอนงค์ เฉียบแหลม. 2547. การวิเคราะห์สังคมพืชเพื่อออกแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ
บริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุษารดี ภู่มาลี. 2564. ความหลากหลายของแรงจูงใจการท่องเที่ยวสวนสัตว์กรณีศึกษาสวนสัตว์
เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 7(3), 121-130.

Buhalis, D. 2000. **Marketing the competitive destination in the future.** *Tourism Management*, 21(1), 97-116.

Dickman, S. 1996. **Tourism: An introductory Text, 2nd ed.,** Australia: Hodder Education.

Sharpe, G.W. 1982. **Interpreting the environment.** 2nd ed., New York: John Willey and Sons, Inc.

Tilden, F. 1977. **Interpreting Our Heritage.** 3rd ed. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก





ผู้ให้สัมภาษณ์

วันที่สัมภาษณ์

เวลา

การศึกษาวิจัย

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง

คำถามการวิจัย

1. สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ / ที่ตั้งอยู่แล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

2. สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีความต้องการในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....
.....
.....

3. สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีความต้องการในการปรับ / ลดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ขาดความน่าสนใจ ภายในแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะอะไร

.....
.....
.....

4. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นอะไรบ้าง

.....
.....
.....

5. สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายที่มีอยู่ / ที่ตั้งอยู่แล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้น อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

6. สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีความต้องการในการพัฒนาการสื่อความหมายรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นหรือไม่ เพราะเหตุใด (ตัวอย่าง เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อความหมาย เป็นต้น)

.....
.....
.....

7. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายภายในสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นอะไรบ้าง

.....
.....
.....

8. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของสวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

.....
.....
.....

ผู้สัมภาษณ์

วันที่สัมภาษณ์

ภาคผนวก ข
ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

- ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย นางสาว นาง ยศ : นางสาวปภาดา สืบพลาย
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr., Miss, Mrs., Rank: Miss.Paphada Suebplai
- เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : ██████████
- ตำแหน่งปัจจุบัน
 - ตำแหน่งบริหาร : -
 - ตำแหน่งทางวิชาการ : อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
- หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์มือถือ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
 - หน่วยงาน : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 - สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก : 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
 - หมายเลขโทรศัพท์มือถือ : 090-9579997
 - E-mail : paphada.s@rmutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาเอก	ปร.ด.การจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว และกีฬา	กำลังศึกษา
ปริญญาโท	วท.บ. อุทยาน นันทนาการ และการท่องเที่ยว	2553
ปริญญาตรี	ศศ.บ. การท่องเที่ยว	2549

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุ
สถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
วิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย

ไม่มี

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

ชื่อผลงานวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน/ปี
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวและการวางแผนกลยุทธ์ทาง การตลาดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ในสถานการณ์โควิด - 19 ณ เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ	หัวหน้า โครงการวิจัย	มทร.พระนคร 2565
แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัด สุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง	หัวหน้า โครงการวิจัย	มทร.พระนคร 2567

7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

ชื่อผลงานวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน/ปี
การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อ ยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนา เศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี	ผู้ร่วมวิจัย	สกว. 2566
แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า เพื่อ ยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ จังหวัดอุทัยธานี	ผู้ร่วมวิจัย	สกว. 2568

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ในสถานการณ์โควิด - 19 ณ เมือง โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ นำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ “การบริหารจัดการในยุคดิจิทัลเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ 21” มหาวิทยาลัยคริสเตียน วันที่ 3 พฤษภาคม 2567

ศักยภาพของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี วารสารศิลปศาสตร์ ราชชมงคลสุวรรณภูมิ (TCI1) ปี 2568

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า เพื่อยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ จังหวัดอุทัยธานี แหล่งทุน งบรายจ่ายประจำปี 2568 (สทสว.) ดำเนินการวิจัยไปแล้วร้อยละ 30

ประวัติผู้วิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

- ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย นางสาว นาง ยศ : นางสาวภัทรमुख พงษ์ธา
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr., Miss, Mrs., Rank: Miss.Pattaramook Pongsata
- เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน: ██████████
- ตำแหน่งปัจจุบัน
 - ตำแหน่งบริหาร: -
 - ตำแหน่งทางวิชาการ: อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
- หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์มือถือ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
 - หน่วยงาน: สาขาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 - สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก: 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
 - หมายเลขโทรศัพท์มือถือ: 0863863519
 - E-mail: pattaramook.p@rmutp.ac.th
- ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาเอก	ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์	2568
ปริญญาโท	MSc, in Tourism Management and Marketing Bournemouth University, UK	2012
ปริญญาตรี	ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะโบราณคดี เอกโบราณคดี	2550

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
เทคโนโลยีทางการท่องเที่ยว

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุ
สถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
วิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: ชื่อแผนงานวิจัย

ไม่มี

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย

องค์ประกอบของเว็บไซต์เพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านผู้
ให้บริการด้านการจองการท่องเที่ยวแบบออนไลน์ (งานวิจัยยังบรยายได้ ประจำปีงบประมาณ 2562)

7.3 ผู้ร่วมวิจัย: ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ
นันทนาการ ในสถานการณ์โควิด - 19 ณ เมือง โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ (งานวิจัยยังบรยายได้
ประจำปีงบประมาณ 2565)

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ
นันทนาการ ณ สวนสัตว์บึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อยกระดับเศรษฐกิจเมืองรอง (งานวิจัย
งบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2567)

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจ
มากกว่า 1 เรื่อง)

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ
นันทนาการ ในสถานการณ์โควิด - 19 ณ เมือง โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ นำเสนอการประชุม
วิชาการระดับชาติ “การบริหารจัดการในยุคดิจิทัลเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ 21” มหาวิทยาลัย
คริสเตียน วันที่ 3 พฤษภาคม 2567

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ: ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำ
การวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

ไม่มี