

แนวทางการท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชน
บางกะเจ้าจังหวัดสมุทรปราการ
4E'S Tourism Guidelines For Health Promotion Tourism In Bang Kachao
Community, Samutprakan Provnce

อรอุมา อุ่นจิตเจริญ* ศุภชัย ชานวรรณกุล

Onuma Unchitcharoen*, Suppachai Chanwanakul

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธรรมชาติและวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล^{*.2}

Program in Health, Nature and Cultural Tourism Management, Faculty of Liberal Arts,

Mahidol University

onuma.unc@student.mahidol.ac.th

Received: December 17, 2025

Revised: January 21, 2026

Accepted: February 4, 2026

บทคัดย่อ

ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตดั้งเดิม และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะแนวทางการท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วยการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชุมชน สะท้อนว่าประสบการณ์ที่มีความหมายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจ การแลกเปลี่ยนคุณค่าระหว่าง นักท่องเที่ยวกับชุมชน นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ ทั้งด้านกิจกรรมการบริการ และสินค้าชุมชน แสดงถึงความโปร่งใสด้านราคา ความจริงใจของชุมชนที่ช่วยสร้างความไว้วางใจ การเข้าถึงที่สะดวก นักท่องเที่ยวเห็นว่าการเดินทางสะดวกและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ดีผ่านสื่อออนไลน์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่นำไปสู่ความภักดี การบอกต่อความเป็นกันเองและการบริการด้วยความเอาใจใส่ของคนในชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อถือเป็นจุดแข็งเด่นของบางกะเจ้า โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องและแม่นยำ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แนวคิด 4E's มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะในด้านการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

งานวิจัยนี้จึงสามารถเป็นแนวทางที่มีประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน และช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำและกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวแบบ 4E's ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

Abstract

Bang Kachao Community in Samut Prakan Province has considerable potential as a health promotion tourism destination due to its abundant natural resources, traditional lifestyle, and tourism activities that reflect the community's unique identity. This study aims to propose 4E's tourism guidelines for health promotion tourism in Bang Kachao Community. The findings reveal that experience creation is a key factor influencing tourist satisfaction, as visitors place high value on activities connected to nature, community lifestyles, and local wisdom. Regarding value exchange, tourists perceive the costs incurred as worthwhile compared to the benefits received from tourism activities, services, and community products. This reflects price transparency and the sincerity of the community, which contribute to trust building. In terms of accessibility, tourists report convenient transportation and easy access to tourism information through online platforms. Additionally, relationship building plays a significant role in fostering tourist loyalty, as the friendliness and attentive service of community members strongly influence tourists' intentions to revisit and engage in positive word-of-mouth communication. These factors represent the distinctive strengths of Bang Kachao Community. This study employed a quantitative research approach using purposive sampling with 400 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings suggest that the 4E's concept is essential for the development of health promotion tourism, particularly in creating experiences linked to community lifestyles, culture, and the environment. This study provides practical guidelines for sustainable tourism development and supports the enhancement of repeat visitation while promoting income distribution within the community.

Keywords: 4E's Tourism Model, Bang Kachao Community, Samut Prakan Province, Health Promoting Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้กว่า 2.75 ล้านล้านบาทในปี 2560 และมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) อยู่ในอันดับที่ 34 จาก 136 ประเทศ แสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลก และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นสุขภาพมากยิ่งขึ้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัว ตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบ 4E's เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) มุ่งรักษาสถานะของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวระดับโลกอย่างยั่งยืน โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ ส่งเสริมนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาด พร้อมคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ไทย ทั้งขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเป้าหมายระยะ 20 ปีแบ่งเป็นสองระยะชัดเจน ระยะแรกเน้นสร้างรายได้ต่อเนื่องและวางรากฐานการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและป้องกันการเอารัดเอาเปรียบระยะต่อมาเน้นการกระจายโอกาสทั้งในมิติพื้นที่และรายได้ไปสู่ชุมชนอย่างแท้จริง ในขณะเดียวกัน รัฐบาลได้กำหนดให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย” (Wellness Hub of Asia) ครอบคลุมทั้งการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ-สมุนไพรไทย (คมสิทธิเกียนวัฒนา, 2561) แม้ไทยจะเริ่มพัฒนาตลาดสุขภาพช้ากว่าสิงคโปร์ แต่กลับมีข้อได้เปรียบที่แข็งแกร่งทั้งบุคลากรการแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ค่ารักษาที่ต่ำกว่าหลายเท่าแต่คุณภาพเทียบเท่าประเทศพัฒนาแล้ว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และบริการที่ได้มาตรฐานสากล ประกอบกับกระแสการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและเสริมความงามของไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด จากเดิมที่เน้นรักษาโรคเป็นหลัก ปัจจุบันจึงหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ชุมชนบางกะเจ้าหรือพื้นที่ที่กระเพาะหมู เป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ โอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา อยู่ท่ามกลางความเจริญของเขตเมือง เป็นชนบทท่ามกลางแหล่งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ คลังสินค้า และท่าเรือ ชุมชน บางกะเจ้าเป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้แก่ประชาชน ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของ

จังหวัดกรุงเทพมหานครในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยพื้นที่ 6 ตำบล คือ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางยอ ตำบลบางกอบัว ตำบลบางกะสอบ ตำบลบางกะเจ้า และตำบลทรงคนอง มีเนื้อที่กว่า 12,000 ไร่ โดยบุคคลทั่วไปจะทราบกันดีในนามของ “พื้นที่สีเขียวบางกะเจ้า” ซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องการเป็นปอดของคนกรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นพื้นที่สีเขียวที่สามารถเดินทางไปถึงได้ในเวลาเพียง 1 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร จนได้รับการยกย่องจากหนังสือ Time Magazine ให้พื้นที่สีเขียวบางกะเจ้าเป็น The Best Urban Oasis Of Asia เมื่อปี พ.ศ. 2549 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2563) อีกทั้งยังมีประวัติศาสตร์คู่ประเทศไทยมายาวนานตั้งแต่ช่วงต้นกรุงศรีอยุธยา ทำให้พื้นที่บางกะเจ้าเต็มไปด้วยประเพณีวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของชาวไทย จีน และมอญผสมกลมกลืนไปกับวิถีชีวิต เกิดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างกันไป จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ทรงคุณค่า (วสุวัตต์ โอตทวี, 2565)

จากแนวคิดของ Brian Fetherstonhaugh กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบ 4E's ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ (Experience) ความคุ้มค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภครวม (Everywhere) การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) โดยมองว่าเป็นการพัฒนาต่อยอดจาก 4P's เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์และการมีส่วนร่วมมากขึ้น (Carter, 2017) ทำให้มีส่วนช่วยลดความเสี่ยงในเศรษฐกิจร่วมสมัยของพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดี รวมทั้งการศึกษา แรงจูงใจและการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยจึงศึกษาในเรื่องแนวทางการท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวหรือชุมชน สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของตนเองให้มากขึ้น รวมถึงเป็นการที่จะทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยว 4E's สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยพื้นที่ชุมชนบางกะเจ้ามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และชุมชนก็ยังทำการเกษตรสวนผลไม้ ไม้ประดับ รวมถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ทั้งไทย จีน และมอญที่ยังดำรงอยู่ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การปั่นจักรยาน การทำผ้าหมัดย้อม การทำรูปหอม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ที่สร้างชื่อเสียงและนำรายได้ให้แก่ชุมชน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ 4E's เชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ชุมชน

บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง กลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ณ ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ แล้ว 1 ครั้งขึ้นไป โดยอ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ ปี 2567 ซึ่งระบุว่ามีย่านนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉลี่ย 3,228,007 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ (Yamane, 1973) จึงได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สำหรับใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ณ ชุมชนบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 สูตรที่ใช้คำนวณ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n = จำนวนขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน
 N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน
 e = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ณ ชุมชนบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แล้ว 1 ครั้งขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งหมด 4 ส่วนที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การทดสอบเครื่องมือในครั้งนี้ มีกระบวนการทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามนำเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและนำมาปรับปรุงแก้ไข
3. ส่งแบบสอบถามเพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรง IOC โดยนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญทางระเบียบวิธีวิจัยอย่างน้อย 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะในการก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ผลการประเมินพบว่าแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.879 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้คือ 0.50 จึงถือว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและมีความเหมาะสมเพียงพอสำหรับการนำไปเก็บข้อมูล
4. ทำการทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) ไป เพื่อหาค่า Reliability โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ จำนวน 30 ชุด โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ขึ้นไป เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น
5. ผู้วิจัยส่งเครื่องมือวิจัยเพื่อให้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (The Institutional Review Board: IRB) การพิจารณาและข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการ ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะและได้รับหนังสือรับรองการผ่านพิจารณาจริยธรรมการวิจัย MU-CIRB 2025/289.0506
6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อไปเก็บข้อมูลจริงกับตัวอย่าง

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์บน Google Form เป็นหลัก โดยการจัดทำลิงก์ และ QR Code สำหรับการเข้าถึงแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเข้าถึงได้สะดวก จากนั้นดำเนินการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ลิงก์หรือ QR Code ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในชุมชนบางกะเจ้า ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนชุมชนบางกะเจ้า ตามเกณฑ์ของการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลหลังจากได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมฯ MU-CIRB 2025/289.0506 และเมื่อผ่านการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดลเรียบร้อยแล้ว การเก็บข้อมูลจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2568 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยกลไกการคัดกรองถูกตั้งค่าอย่างรัดกุม เพื่อรับประกันว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยมีการติดตามและตรวจสอบการตอบกลับดำเนินการอย่างสม่ำเสมอทุกวัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล
2. ลงรหัสข้อมูลและบันทึกในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยแสดงในรูปของจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย
4. แปลผลและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 การแปลผลข้อมูล การหาค่า Likert Rating Scales (Likert, 1932) พิจารณาจาก 5 ระดับ
ดังตารางที่ 1

ระดับค่าประเมิน (คะแนน)	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

วิธีคำนวณช่วงคะแนนสำหรับแปลผลค่าเฉลี่ย

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 2 ผลคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาแปลความหมายโดยอ้างอิงตามช่วงคะแนน
ดังตารางที่ 2

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 ตารางค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้กำหนดตามหลักการแบ่งช่วงชั้น (Class Interval) ของมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดยใช้สมมติฐานว่าระดับคะแนนมีช่วงห่างเท่ากัน (equal intervals) ตามแนวทางการแปลความหมายค่ามาตรวัดในงานวิจัยเชิงปริมาณ ทั้งนี้ได้คำนวณช่วงคะแนนจากสูตร (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด) ÷ จำนวนระดับ = $(5-1) \div 5 = 0.80$ ส่งผลให้แต่ละระดับห่างกันช่วงละ 0.80 คะแนน ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวเป็นมาตรฐานที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง
2. การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 แนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S. D.) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 แนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	175	43.75
หญิง	218	54.50
อายุ		

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	14	3.50
20-30 ปี	249	62.25
31-40 ปี	69	17.25
41-50 ปี	45	11.25
มากกว่า 50 ปี	23	5.75
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	4.75
ปริญญาตรี	346	86.50
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.75
สถานภาพ		
โสด	316	79.00
สมรส	82	20.50
หย่าร้าง	2	0.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	26	6.50
10,001-20,000 บาท	44	11.00
20,001-30,000 บาท	111	27.75
30,001-40,000 บาท	114	28.50
40,001-50,000 บาท	57	14.25
มากกว่า 50,000 บาท	48	12.00

จากตารางพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 86.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับข้อมูลการท่องเที่ยว		
โทรศัพท์	13	3.25
สื่อออนไลน์	241	60.25

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารการท่องเที่ยว	35	8.75
ป้ายประกาศต่าง ๆ	20	5.00
เพื่อน/ครอบครัว	91	22.75
ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		
เดินทางมาคนเดียว	36	9.00
เดินทางมากับเพื่อน	209	52.25
เดินทางมากับครอบครัว	129	32.25
เดินทางมากับโรงเรียน/สถานศึกษา	6	1.50
เดินทางมากับคณะทัวร์	12	3.00
เดินทางมากับหน่วยงาน	4	1.00
อื่น ๆ	4	1.00
จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว		
มาครั้งแรก	242	60.50
มาเป็นครั้งที่ 2	86	21.50
มาเป็นครั้งที่ 3	40	10.00
มามากกว่า 3 ครั้ง	32	8.00
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
1 วันแบบไม่พักค้างคืน	319	79.75
2 วัน 1 คืน	51	12.75
3 วัน 2 คืน	20	5.00
4 วัน 3 คืน	9	2.25
5 วันขึ้นไป	1	0.25
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
รถจักรยานยนต์	30	7.50
รถยนต์ส่วนตัว	249	62.25
รถโดยสารประจำทาง	31	7.75
รถบริษัทนำเที่ยว	7	1.75
รถเช่า/จ้างเหมา	20	5.00
เรือ	63	15.75
กิจกรรมที่สนใจเข้าร่วมภายในชุมชน		
กิจกรรมการปั่นจักรยาน	206	51.50
กิจกรรมการปลูกต้นไม้	30	7.50

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรมทำผ้ามัธยมจากใบมะม่วง	45	11.25
กิจกรรมแช่เท้าด้วยน้ำสมุนไพร	33	8.25
กิจกรรมการชิมน้ำตะลิงปลิงกับเมี่ยงกลีบบัว	27	6.75
กิจกรรมล่องเรือลอดอุโมงค์ต้นจาก	36	9.00
กิจกรรมเรียนรู้การปลูกผักบนกระเบื้อง	9	2.25
กิจกรรมทำกระดาษต้นไม้จากกากกาแฟ	14	3.50
ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง		
มา	396	99.00
ไม่มา	4	1.00

จากตารางพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ร้อยละ 60.25 โดยส่วนมากเดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 52.25 มาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 60.50 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบ 1 วันโดยไม่พักค้างคืน ร้อยละ 79.75 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 62.25 ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมการปั่นจักรยานมากที่สุด ร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ กิจกรรมทำผ้ามัธยมจากใบมะม่วง ร้อยละ 11.25 และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ร้อยละ 99

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อแนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

แนวทางการท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. การสร้างประสบการณ์	4.28	0.50	มากที่สุด	2
2. การสร้างความคุ้มค่า	4.19	0.52	มาก	4
3. การเข้าถึงผู้บริโภค	4.21	0.58	มากที่สุด	3
4. การสร้างความสัมพันธ์	4.31	0.55	มากที่สุด	1
โดยรวม	4.25	0.48	มากที่สุด	

จากตารางพบว่า แนวทางเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$,

S.D. = 0.48) แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นเชิงบวกต่อแนวทางดังกล่าวอย่างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ การสร้างประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.50) การเข้าถึงผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.58) และการสร้างความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นรายประเด็นย่อยพบว่า การบริการที่เป็นกันเอง รองลงมา คือประสบการณ์ที่น่าจดจำ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ การปั่นจักรยาน การได้สัมผัสวิถีชุมชน สื่อออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือและเข้าถึงได้สะดวก ตลอดจนการรับรู้ถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาที่จ่ายไป ซึ่งโดยรวมสะท้อนถึงทัศนคติเชิงบวกของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญเชิงเนื้อหา

อภิปรายผล

ด้านประชากรศาสตร์ ผลจากการวิจัยพบว่า มีเพียง 4 ด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ ต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20–30 ปี ร้อยละ 62.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 86.50 สถานภาพโสด ร้อยละ 79.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ร้อยละ 28.50 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวนครั้งและระยะเวลาในการท่องเที่ยว รวมถึงลักษณะการเดินทางและพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างรายได้ค่าใช้จ่าย อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศที่แตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาในการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวการเข้าถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาด 4E's เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. 0.000) สอดคล้องกับเกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ (2562) ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การนำหลักการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกัน และยังสอดคล้องกับศุภิสรา ว่องอัครชสกุล และสันติธร ภูริภักดี (2567) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในส่วนของอายุและระดับการศึกษา ส่งผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อความคิดเห็นด้าน 4E's โดยเฉพาะ Experience และ Everyplace ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใกล้เคียงกับชุมชนบางกะเจ้า

ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E's ผลการประเมินทั้ง 4 ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) มากที่สุด สะท้อนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับชุมชน มีส่วนร่วมในวิถีชีวิตท้องถิ่น และรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนมากกว่าการมาเยี่ยมชมแบบผิวเผินเพียงชั่วคราว สอดคล้องกับงานวิจัยของวิพร สุวนันท์รัตน์ และบุญญาดา นาสมบุรณ์ (2565) ที่กล่าวว่า ความสัมพันธ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนให้นักท่องเที่ยวเกิดความหลงใหล รองลงมาคือ การสร้างประสบการณ์

(Experience) ซึ่งตอกย้ำว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาบางกะเจ้าในปัจจุบันไม่ได้มองหาการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ อีกต่อไป แต่ต้องการประสบการณ์ที่ลึกซึ้งมีเอกลักษณ์ และจดจำได้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชยา ทองอินทร์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2565) กล่าวว่า การสร้างประสบการณ์สร้างบรรยากาศเพื่อให้มีความทรงจำถึงเรื่องราวในอดีตที่ดีมีผลต่อการมาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำการเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ในยุคปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่าจะสามารถค้นหาข้อมูลชุมชนได้ง่ายและครบถ้วนในช่องทางออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ที่หลากหลายช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) ซึ่งกล่าวว่า การเข้าถึงผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเนื่องจากการสื่อสารหรือการเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น ช่วยเพิ่มการตัดสินใจท่องเที่ยวได้รวดเร็วมากขึ้น การสร้างความคุ้มค่า (Exchange) จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาบางกะเจ้าในปัจจุบันไม่ได้ตัดสินใจจากราคาเป็นหลัก แต่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมภายในชุมชน การสร้างความแตกต่าง ราคาและป้ายราคาที่ชัดเจน การบริการที่เกินความคาดหมาย รวมถึงความน่าเชื่อถือที่ทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป ซึ่งสร้างความรู้สึกรู้สึกคุ้มค่าในการสร้างความแตกต่างของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัชสิทธิ์ จันทนา (2564) ส่งผลต่อสร้างความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปและตรงกับความต้องการทั้งยังสร้างความคุ้มค่ากับ เวลาที่เสียไปในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยสรุปผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าชุมชนบางกะเจ้ามีศักยภาพสูงมากที่จะก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยสามารถตอบสนองแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ครบถ้วนตามกรอบ 4E's ได้อย่างลงตัวและมีลำดับความสำคัญที่ชัดเจน โดยเน้นความสำคัญแก่การสร้างความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและจริงใจเป็นลำดับแรก สร้างประสบการณ์เชิงส่งเสริมสุขภาพแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์และน่าจดจำพัฒนาช่องทางการเข้าถึงแบบดิจิทัลที่สะดวกไร้รอยต่อ และสร้างคุณค่าที่สัมผัสได้เหนือกว่าราคา ชุมชนบางกะเจ้าจะเปลี่ยนผ่านจาก “ปอดของกรุงเทพฯ” สู่ “หัวใจแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน” ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เพียงอยากกลับมาเยือนซ้ำ และยังเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอยากชวนคนที่รักและห่วงใยให้มาสัมผัสความสุขที่แท้จริงด้วยกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แนวทางการท่องเที่ยวแบบ 4E's สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชนบางกะเจ้า พบว่า กลยุทธ์การตลาด 4E's สามารถนำมาประยุกต์ปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ดังนี้

ด้านการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่บางกะเจ้ากลายเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำและสร้างความสนุกสนานควบคู่กับการผ่อนคลาย ผ่านกิจกรรมที่ผสมผสานธรรมชาติเข้ากับการดูแลสุขภาพอย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นการปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบคันทัน

เจ้าพระยา การจัด Workshop เช่น การสาธิตและทำผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือการนวดสปาเท้าด้วยสมุนไพรท้องถิ่น ซึ่งล้วนช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมเปิดรับประสบการณ์ใหม่ที่โดดเด่นเฉพาะของบางกะเจ้า

ด้านการสร้างคุณค่า มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชนบางกะเจ้ากลายเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนคุณค่าที่นักท่องเที่ยวและชุมชนต่างได้รับประโยชน์ร่วมกัน ไม่ใช่เพียงการซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าที่มากกว่าเงินที่จ่าย ด้วยการเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชุมชน ทักษะพื้นบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การจัดตลาดสุขภาพชุมชนจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดโปรแกรมเรียนรู้ทักษะพื้นบ้าน หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งช่วยกระตุ้นการเดินทางซ้ำ การสร้างรายได้ให้ชุมชน และการบอกต่อเชิงบวกที่สร้างความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ยั่งยืนให้กับพื้นที่บางกะเจ้า

ด้านการเข้าถึง โดยการจัดทำคู่มือท่องเที่ยวที่มีทั้งภาพและคำอธิบายชัดเจน ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น คลิปวิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก ที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม และการทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทราบข้อมูลและจองกิจกรรมได้ง่ายจากทุกช่องทาง ไม่ต้องรอมารั้งที่ชุมชนก่อน เช่น การใช้ดิจิทัลเต็มรูปแบบ เช่น แอปหรือเว็บจองปั่นจักรยาน พายคายัคแบบเรียลไทม์บนโซเชียลมีเดีย หรือส่งข้อมูลผ่าน Line หรือ E-mail เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ โดยการจัดตั้งกลุ่มชุมชนออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาพื้นที่บางกะเจ้า ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแลกเปลี่ยนภาพถ่าย วิดีโอ รีวิวประสบการณ์ และคำแนะนำด้านสุขภาพจากกิจกรรมต่าง ๆ เน้นการบริการอย่างเป็นกันเอง พร้อมทั้งให้ชุมชนท้องถิ่นคอยประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมใหม่และมอบสิทธิพิเศษ หรือส่วนลดสำหรับการกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งจะช่วยยกระดับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อให้ชัดเจนมากขึ้น

บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในชุมชนบางกะเจ้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีศักยภาพสูงเต็มไปด้วยสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ รวมถึงส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมจากคนในชุมชนมากขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม อัตลักษณ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ด้วยวิธีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Instagram TikTok และ YouTube เป็นต้น ดังนั้นกลยุทธ์การตลาด 4E's นอกจากนี้ยังสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่น่าจดจำ สร้างคุณค่า การเข้าถึงและการสร้างความสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยได้เป็นอย่างดี และเป็นแนวทางนำไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต รวมถึงอาจเป็นการศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ. (2562). กลยุทธ์การตลาด 4Es และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix). สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2568, จาก <https://www.iok2u.com/article/marketing/4es-marketing-mix>
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2561). สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและประเทศไทย. *วารสารกระแสนวัตกรรม*, 19(35), 77–88.
- ณัฐชยา ทองอินทร์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล. (2565). แรงจูงใจ นโยบายภาครัฐ และส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวช่วงวิกฤตโควิด 19 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(2), 90–105.
- วีรพร สุวนันท์รัตน์ และบุญญาดา นาสมบุรณ์. (2565). ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 5(2), 285–299.
- วีรสิทธิ์ จันทนา. (2564). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคสั่งอาหารประเภทชาบูผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Food Delivery. (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วสวัตดี โอตทวี. (2565). หยุดเวลาไว้ที่ “บางกะเจ้า” ชม ชิม ชิล วิถีชุมชน เส้นทางธรรมชาติ. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2568, จาก <https://www.thansettakij.com/lifestyle/travel/541583>
- ศุภิสรา ว่องอัครชสกุล และสันติธร ภูริภักดี. (2567). ส่วนผสมการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลในการเข้าร่วมงานประเพณีสงกรานต์พระประแดง. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 6(3), 552–562.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2563). 13 มีนาคม 2563 OUR Khung BangKachao ใช้ธรรมชาติรักษาธรรมชาติ. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2568, จาก <https://www.onep.go.th/13%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A1-2563-our-khung-bangkachao>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐). สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2568, จาก <https://www.senate.go.th/assets/portals/181/fileups/180/files/.pdf>
- อินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา. (2561). ส่วนผสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- Carter, D. P. (2017). *The 4Ps are out, the 4Es are in*. Retrieved from David Paul Carter website.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed.). Harper & Row.