



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

(Development of Tourism Products for Elderly Group
by Local Operators in the Western Region
for Enhanced Quality Tourism)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู และคณะ

เมษายน 2559

เลขที่สัญญา RDG 5750064

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม
ผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. ผศ. ดร.นพพร จันทรนำชู มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. รศ. ดร.พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ชุดโครงการ แผนงาน การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ
ในภูมิภาคตะวันตกท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่
ประชาคมอาเซียน

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความรู้ที่ได้รับการประสิทธิ์ประสาทจากคณาจารย์และการสนับสนุนจากบุคคลหลายท่านทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งผู้วิจัยจะขอกล่าว ณ ที่นี้ เพื่อเป็นการระลึกด้วยความขอบคุณ

ขอขอบพระคุณ อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนคำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และขอบคุณทุกๆ ท่านที่ผู้วิจัยมีได้กล่าวถึงที่ได้มีส่วนร่วมให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

ความดีอันเกิดจากคุณค่าและประโยชน์ที่พึงมีในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้คณาจารย์ผู้ให้วิชาความรู้และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ส่วนความบกพร่องที่เกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ผศ.ดร.นพพร จันทรนำชู

รศ.ดร. พรรณิธิดา เหล่าพวงศักดิ์

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

1. ชื่อโครงการวิจัย

1.1 ชื่อเรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

Development of Tourism Products for Elderly Group by Local
Operators in the Western Region for Enhanced Quality Tourism

1.2 ชื่อผู้วิจัย

ผศ.ดร. นพพร จันทรนาชู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

รศ.ดร.พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

1.3 ได้รับทุนอุดหนุน

ประจำปีงบประมาณ 2557

การวิจัย

1.4 ระยะเวลาการทำ

12 เดือน ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2557 ถึง 30 กรกฎาคม 2558

วิจัย

2. สรุปโครงการวิจัย

2.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการตลาด และมีความสำคัญในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากผู้สูงอายุจะมีเวลาหลังจากเกษียณ และมีความพร้อมทางการเงิน จึงสามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพอย่างมาก และเป็นโอกาสที่จะยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุยังมีความต้องการสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยอื่นๆ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งเส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอด ให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ภูมิภาคตะวันตกมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน มาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุและศักยภาพของชุมชน งานวิจัยนี้จึงสนใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อพัฒนา

เส้นทางการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึก ที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น และสามารถยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

2.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัย การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก และศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 34 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก และแนวทางการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก แนวทางการสนทนากลุ่ม และแบบประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การถอดบทเรียน และการประเมินผลการจัดประชุม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสรุปเชิงอุปนัย (Analytic Induction)

2.4 ผลการวิจัย

1. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

2.1 การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย จุดที่ 1 สวนตาลลุงถนอม เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด จุดที่ 2 วัดถ้ำรงค์ เป็นแหล่งเรียนรู้กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม จุดที่ 3 บ้านยี่โตนด เป็นแหล่งเรียนรู้การแปรรูปผลผลิตจากตาลโตนด และจุดที่ 4 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร เป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก

2.2 การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ผลการประเมินความเหมาะสมของศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.41$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.39$, S.D. = 0.68) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.52$, S.D. = 0.58) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.29$, S.D. = 0.71)

ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.43) ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.88$, S.D. = 0.47) และด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.55$, S.D. = 0.58)

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

3.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ที่คำนึงถึงความปลอดภัย ส่งเสริมการเรียนรู้ และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

3.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ชุมชนและใช้วัสดุจากชุมชน สามารถนำมาใช้ประโยชน์ มีมาตรฐานการผลิต และมีเครือข่ายทางการตลาด

3.3 หน่วยงานระดับปฏิบัติ ควรประสานงานเพื่อพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

3.4 หน่วยงานระดับนโยบาย ควรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว วางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และพัฒนามาตรฐานบริการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

2.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่าเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยสามารถนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ด้านการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในครอบครัว การประกอบอาชีพของครอบครัว และมีการถ่ายทอดผ่านการฝึกฝนและการลงมือทำตาม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มและเครือข่ายภายในชุมชน ทำให้มีการเชื่อมโยงความคิดและแสวงหาความรู้ใหม่ และการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ทั้งการเรียนรู้และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน การเรียนรู้ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การเรียนรู้การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชน ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ทรัพยากรที่เป็นวัฒนธรรมประเพณี ทรัพยากรที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้าง โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว และการเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นอย่างสมดุลและเกิดประโยชน์แก่ชุมชน

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิจัยพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทำให้การนำนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามามีจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในรูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ และขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งด้านที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมถึงสินค้าที่ระลึก เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และทำให้มีการจ้างงานและการกระจายรายได้แก่คนในชุมชน

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งด้านความรู้ บุคลากร การตลาด และงบประมาณ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงควรมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีการประสานงานกับเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านปัจจัยการผลิต ด้านกระบวนการผลิต และด้านการตลาด เพื่อร่วมพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก และ 3. เสนอแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดย ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการ ศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ระดับลึก และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 34 คน ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ ข้อมูลหลักของกลุ่มสี่แสนตาลเมืองเพชรฯ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 18 คน ขั้นตอนที่ 3 การเสนอ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีผู้เข้าร่วม ประชุม 30 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์เนื้อหา และการสรุปเชิงอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า 1. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยว และ การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2. การพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ด้าน ธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ 3. แนวทางการ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการที่เน้นคุณภาพ ความปลอดภัย และส่งเสริมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ดี 2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเรียนรู้การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ชุมชน และมีมาตรฐานการผลิต รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายทางการตลาด 3. หน่วยงานระดับปฏิบัติควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภค บุคลากร และส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 4. หน่วยงานระดับนโยบายควร กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว /กลุ่มผู้สูงอายุ/ผู้ประกอบการท้องถิ่น/ ภูมิภาค ตะวันตก

Abstract

The research has 3 objectives: 1) to explore the capacity to develop tourism products for elderly group of local operators in the western region; 2) to develop tourism products for elderly group by local operators; and 3) to recommend guidelines for developing tourism products for elderly group by local operators. Research methodology involved 3 stages. Stage 1 was to explore the capacity to develop tourism products by means of documentary study, in-depth interview, and focus group discussion with 34 key informants. Stage 2 was to develop tourism products using participatory action research with 18 key informants of Moeng Petch sugar palm inheriting group, Petchaburi province. Stage 3 was to recommend guidelines for developing tourism products by conducting a learning and exchange meeting with 30 participants. Quantitative analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Qualitative analysis employed SWOT analysis, content analysis, and analytic inductive.

Research results revealed the followings. 1. The capacity to develop tourism products comprised creativity in tourism products, organization of tourism activities, provision of tourism services, and marketing promotion of tourism products. Success factors consisted of various aspects, i.e. learning, tourism resources, facilities, external support, and tourism products network. 2. The development of tourism products for elderly group involved the aspects of product size, product benefit, product feature, and product packaging. 3. The guidelines for developing tourism products included 1) Tourism operators should improve facilities and organize health promoting tourism activities while considering safety, including learning promotion, and staff development in providing services to elderly tourists. 2) The community products operators should learn how to develop the products focusing on local identity, utilization of community materials, usefulness, production standards, and marketing network. 3) Operating level agencies should coordinate in improving public utility system and facilities, staff development, promotion of product development, and marketing promotion so as to promote tourism for elderly people. 4) Policy level agencies should provide a policy concerning tourism operators network, and make a strategic plan in the development of products and marketing for elderly tourism as well as the development of tourism service standards for elderly people.

Keywords: Development of Tourism products/ Elderly Group/ Local Operators/
Western Region

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	ค
บทสรุปผู้บริหาร	ง
บทคัดย่อ	ฉ
Abstract	ญ
สารบัญ	ฎ
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ฑ
 บทที่ 1 บทนำ.....	 1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	 8
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยว	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
กรอบแนวคิดในการวิจัย	52
 บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....	 53
ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับ	
กลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก	53
ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ	
ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับ กลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก	60
สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	62
บทที่ 4 ผลการศึกษา	63
ตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	63
ตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการ ท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	107
ตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	156
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	181
สรุปผลการวิจัย.....	181
อภิปรายผลวิจัย	189
ข้อเสนอแนะ	194
บรรณานุกรม	197
ภาคผนวก	203
ภาคผนวก ก หนังสือขอความร่วมมือในการรวบรวมข้อมูล	204
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก	208
ภาคผนวก ค แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว.....	213
ภาคผนวก ง แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม	215
ภาคผนวก จ แบบประเมินผลปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับ กลุ่มผู้สูงอายุ	219
ประวัตินักวิจัย.....	226

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค..... 26
2.2	การเชื่อมโยงรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคเข้ากับการตลาด 27
4.1	สรุปศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการ ท้องถิ่น 104
4.2	สรุปเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของ ผู้ประกอบการท้องถิ่น 106
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 159
4.4	ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวม..... 160
4.5	ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยว 161
4.6	ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการรองรับ ของแหล่งท่องเที่ยว..... 162
4.7	ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยว 163
4.8	ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการดึงดูดใจของแหล่ง ท่องเที่ยว 164
4.9	ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม..... 165
4.10	ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านขนาด ของผลิตภัณฑ์ 165
4.11	ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน อรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ 166
4.12	ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์..... 166
4.13	ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน บรรจุภัณฑ์..... 167

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	12
2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยว.....	13
2.3 รูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยว	28
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	54
3.1 ขั้นตอนการวิจัย	62
4.1 ตราประจำจังหวัดเพชรบุรี	108
4.2 แผนที่อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี	110
4.3 ผลตาลโตนด	119
4.4 การปลูกตาลโตนด	120
4.5 การขึ้นตาล	121
4.6 การทำน้ำตาลโตนด	122
4.7 การเคาะตาล.....	123
4.8 การยี่โตนด.....	123
4.9 จาวตาลและกะลาตาล	124
4.10 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด.....	125
4.11 สวนตาลลุงณอม ภู่เงิน	128
4.12 การเพาะตาล	131
4.13 แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด.....	131
4.14 ข้อมูลการเรียนรู้เกี่ยวกับตาลโตนด	132
4.15 การทำขนมตาล	133
4.16 การรวมคว้นในกระบอกไม้ไผ่สำหรับใส่น้ำตาลสด	134
4.17 วัดถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี.....	136
4.18 หลวงพ่อดำ และพระพุทธรูปภายในถ้ำ	137
4.19 การยี่ตาล และการผ่าจาวตาล.....	138
4.20 ไยตาลแห้งและผลิตภัณฑ์จากไยตาล.....	139
4.21 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ	140
4.22 ผลิตภัณฑ์จากลูกตาลและใบตาล	140
4.23 เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ..	142
4.24 ผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ.....	148
4.25 ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์จากตาล	148

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่	
4.26 ผลิตรภัณฑ์รูปแบบเดิมของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ	150
4.27 การพัฒนาด้านขนาดผลิตรภัณฑ์.....	151
4.28 การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตรภัณฑ์ แบบที่ 1.....	152
4.29 การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตรภัณฑ์ แบบที่ 2.....	153
4.30 การพัฒนาผลิตรภัณฑ์ด้านรูปลักษณะของผลิตรภัณฑ์.....	154
4.31 ตัวอย่างตราสินค้าของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ.....	156
4.32 พวงมาลัยจากใบตาล และแบบบรรจุภัณฑ์พวงมาลัย	157
4.33 สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ	157
4.34 เรื่องเล่า อำเภอ-รงค์-ตาล.....	155
4.35 สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตรภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการ ท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	176

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก และ 3. เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดย ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ระดับลึก และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 34 คน ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มสี่แสนตาลเมืองเพชรฯ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 18 คน ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์เนื้อหา และการสรุปเชิงอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า 1. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ 3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการที่เน้นสุขภาพความปลอดภัย และส่งเสริมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ดี 2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ชุมชน และมีมาตรฐานการผลิต รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายทางการตลาด 3. หน่วยงานระดับปฏิบัติควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภค บุคลากร และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 4. หน่วยงานระดับนโยบายควรกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว /กลุ่มผู้สูงอายุ/ผู้ประกอบการท้องถิ่น/ ภูมิภาคตะวันตก

Abstract

The research has 3 objectives: 1) to explore the capacity to develop tourism products for elderly group of local operators in the western region; 2) to develop tourism products for elderly group by local operators; and 3) to recommend guidelines for developing tourism products for elderly group by local operators. Research methodology involved 3 stages. Stage 1 was to explore the capacity to develop tourism products by means of documentary study, in-depth interview, and focus group discussion with 34 key informants. Stage 2 was to develop tourism products using participatory action research with 18 key informants of Moeng Petch sugar palm inheriting group, Petchaburi province. Stage 3 was to recommend guidelines for developing tourism products by conducting a learning and exchange meeting with 30 participants. Quantitative analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Qualitative analysis employed SWOT analysis, content analysis, and analytic inductive.

Research results revealed the followings. 1. The capacity to develop tourism products comprised creativity in tourism products, organization of tourism activities, provision of tourism services, and marketing promotion of tourism products. Success factors consisted of various aspects, i.e. learning, tourism resources, facilities, external support, and tourism products network. 2. The development of tourism products for elderly group involved the aspects of product size, product benefit, product feature, and product packaging. 3. The guidelines for developing tourism products included 1) Tourism operators should improve facilities and organize health promoting tourism activities while considering safety, including learning promotion, and staff development in providing services to elderly tourists. 2) The community products operators should learn how to develop the products focusing on local identity, utilization of community materials, usefulness, production standards, and marketing network. 3) Operating level agencies should coordinate in improving public utility system and facilities, staff development, promotion of product development, and marketing promotion so as to promote tourism for elderly people. 4) Policy level agencies should provide a policy concerning tourism operators network, and make a strategic plan in the development of products and marketing for elderly tourism as well as the development of tourism service standards for elderly people.

Keywords: Development of Tourism products/ Elderly Group/ Local Operators/ Western Region

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

1. ชื่อโครงการวิจัย

1.1 ชื่อเรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ
Development of Tourism Products for Elderly Group by Local
Operators in the Western Region for Enhanced Quality Tourism

1.2 ชื่อผู้วิจัย

ผศ.ดร. นพพร จันทราชู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รศ.ดร.พรรณธิดา เหล่าพงศ์ศักดิ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

1.3 ได้รับทุนอุดหนุน

ประจำปีงบประมาณ 2557

การวิจัย

1.4 ระยะเวลาการทำ

12 เดือน ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2557 ถึง 30 กรกฎาคม 2558

วิจัย

2. สรุปโครงการวิจัย

2.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการตลาด และมีความสำคัญในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากผู้สูงอายุจะมีเวลาหลังจากเกษียณ และมีความพร้อมทางด้านการเงิน จึงสามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพอย่างมาก และเป็นโอกาสที่จะยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุยังมีความต้องการสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยอื่นๆ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งเส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอด ให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ภูมิภาคตะวันตกมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน มาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุและศักยภาพของชุมชน งานวิจัยนี้จึงสนใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึก ที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น และสามารถยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

2.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัย การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก และศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 34 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก และแนวทางการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก แนวทางการสนทนากลุ่ม และแบบประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การถอดบทเรียน และการประเมินผลการจัดประชุม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสรุปเชิงอุปนัย (Analytic Induction)

2.4 ผลการวิจัย

1. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

2.1 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย จุดที่ 1 สวนตาลลุงอนอม เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด จุดที่ 2 วัดถ้ำรงค์ เป็นแหล่งเรียนรู้กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนา

และวัฒนธรรม จุดที่ 3 บ้านอีโตนด เป็นแหล่งเรียนรู้การแปรรูปผลผลิตจากตาลโตนด และจุดที่ 4 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร เป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก **2.2 การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ** ประกอบด้วย การพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ผลการประเมินความเหมาะสมของศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.41$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.39$, S.D. = 0.68) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.52$, S.D. = 0.58) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.29$, S.D. = 0.71)

ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.43) ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.88$, S.D. = 0.47) และด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.55$, S.D. = 0.58)

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

3.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ที่คำนึงถึงความปลอดภัย ส่งเสริมการเรียนรู้ และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

3.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ชุมชน และใช้วัสดุจากชุมชน สามารถนำมาใช้ประโยชน์ มีมาตรฐานการผลิต และมีเครือข่ายทางการตลาด

3.3 หน่วยงานระดับปฏิบัติ ควรประสานงานเพื่อพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

3.4 หน่วยงานระดับนโยบาย ควรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว วางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และพัฒนามาตรฐานบริการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

2.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่าเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยสามารถนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. **ด้านการเรียนรู้** ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในครอบครัว การประกอบอาชีพของครอบครัว และมีการถ่ายทอดผ่านการฝึกฝนและการลงมือทำตาม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มและเครือข่ายภายในชุมชน ทำให้มีการเชื่อมโยงความคิดและแสวงหาความรู้ใหม่ และการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ทั้งการเรียนรู้และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน การเรียนรู้ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การเรียนรู้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของ

ชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชน ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ทรัพยากรที่เป็นวัฒนธรรมประเพณี ทรัพยากรที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้าง โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว และการเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและเกิดประโยชน์แก่ชุมชน

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิจัยพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทำให้การนำนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามาร่วมจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในรูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ และขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งด้านที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมถึงสินค้าที่ระลึก เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และทำให้มีการจ้างงานและการกระจายรายได้แก่คนในชุมชน

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งด้านความรู้ บุคลากร การตลาด และงบประมาณ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงควรมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีการประสานงานกับเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านปัจจัยการผลิต ด้านกระบวนการผลิต และด้านการตลาด เพื่อร่วมพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาที่ผ่านมา ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจหลัก ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศของ ประเทศต่างๆ (McIntosh and Goeldner, 1986: 18) สอดคล้องกับการเติบโตของภาคการ ท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งในรอบทศวรรษที่ผ่านมารายได้จากภาคการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงมา โดยตลอด ดังจะเห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ เดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 14.1 ล้านคนในปี 2550 เป็น 24.7 ล้านคนในปี 2557 และ สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นจาก 5.4 แสนล้านบาท ในปี 2550 เป็น 1.1 ล้านล้านบาทใน ปี 2557 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 6-8) สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวมีส่วนช่วย กระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรของประเทศ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งในรูปของสินค้าและบริการ การ ท่องเที่ยว นำไปสู่การจ้างงาน การกระจายรายได้ เป็นการยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและคุณภาพ ชีวิตของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว และเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ขยายตัว

ด้วยเหตุนี้ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย พ.ศ. 2555-2559 จึงได้ กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้าน การท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน โดยกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 5 ยุทธศาสตร์คือ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน 3) การ พัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว 4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวและ และ 5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 1-2, 25-26) ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555- 2559 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ "ประเทศมีความมั่นคงเป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง" ซึ่ง ประกอบด้วย 3 พันธกิจ ได้แก่ การพัฒนาฐานการผลิตและบริการการสร้างความมั่นคงและลด ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ สังคม และสร้างภูมิคุ้มกัน รวมถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นการ ท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ สิ่งท้าทายสำหรับผู้ดำเนินการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ คือการสร้างมูลค่าและคุณค่าศิลปะ วัฒนธรรมและวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และสามารถ ทำให้ผู้มาเยือนตระหนักถึงมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (ภัทรพงศ์ อินทร กำเนิด และคณะ, 2553 : 27-33) ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพจึงควรมุ่ง พัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีการเรียนรู้และสร้าง ประสบการณ์ใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุในต่างประเทศ ประกอบกับ ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี และมีสัดส่วนของประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังที่องค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์จากผลสำรวจที่จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2549 ว่าจำนวนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั่วโลกจะเพิ่มจาก 687.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 โดยมีจำนวนผู้สูงอายุในทวีปเอเชียมากที่สุด (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2552) สำหรับประเทศไทยสัดส่วนจำนวนผู้สูงอายุต่อจำนวนประชากรทั้งประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.4 ในปี พ.ศ.2545 ร้อยละ 10.7 ในปี พ.ศ.2550 ร้อยละ 12.2 ในปี พ.ศ.2554 และร้อยละ 14.9 ในปีพ.ศ.2557 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) รัฐบาลของหลายประเทศจึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุของตน ออกไปใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพที่เหมาะสมและยังคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี ดังที่ กรีนเบิร์ก (Greenberg, 1999) กล่าวว่า การที่ประชากรมีสุขภาวะที่ดีขึ้น ทำให้ประชากรมีอายุนานขึ้น โดยผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ดี ผู้สูงอายุจะมีเวลาหลังจากเกษียณและมีความพร้อมทางด้านการเงิน จึงสามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ และใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่างๆ และเป็นโอกาสที่จะยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อสังคม การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Beckman, et.al., 1999) อีกทั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ยังมีความต้องการสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยอื่นๆ (Lord, et. al., 2012) ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสำคัญ และเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการของภูมิภาคต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ดังนั้น การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงมีศักยภาพทางการตลาดที่มีการเติบโตอย่างมาก และเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยที่จะได้ยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในรูปแบบที่มีความหลากหลายอย่างเป็นระบบ มีการกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง ซึ่งต้องมีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ ให้ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เหมาะสม นอกจากนี้ ในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยและประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน (ASEAN) จะมีการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ซึ่งการเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในด้านความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบอาเซียน จากแผนยุทธศาสตร์

การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2554-2558 ที่มุ่งปรับโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้เกิดความเชื่อมโยงเส้นทางในภูมิภาค (ASEAN tourism connectivity corridors) ซึ่งจะทำให้มีการอำนวยความสะดวกในการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง การขยายตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคงของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) และผลของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะช่วยให้การเติบโตทางเศรษฐกิจ รายได้ การจ้างงาน และคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศสมาชิกของกลุ่มแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้น (Cardoso & Ferreira, 2000; Rita, 2000)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอด การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับการท่องเที่ยวของไทย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมหลักทางการท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวตามที่ต้องการ นักท่องเที่ยวจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ได้ความสัมพันธ์ทางสังคมจากการท่องเที่ยว เส้นทางทางการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลาย จดจำสิ่งดีๆ และได้ส่งผ่านประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวไปให้ผู้อื่นต่อไป (Koutoulas, 2001: 12-13) ซึ่งผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะสามารถยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ในกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งเส้นทางทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุนั้น จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอด ให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (UNESCO, 2006; รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภักวิภาส, 2558; นพพร จันทรนาชู และคณะ, 2557) และเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถยกระดับการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบอาชีพที่มีรายได้มาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการรถเช่า ผู้ให้บริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร เป็นต้น ดังที่ ฮาสเซน (Hassan, 2000) เสนอว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ว่าผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท้องถิ่นเหล่านี้จะต้องร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เสริมความแข็งแกร่งผู้ประกอบการขยายฐานต่อยอดธุรกิจ รวมทั้งต้องสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ

ท่องเที่ยวท้องถิ่นให้สามารถเชื่อมโยง และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ได้อย่างเหมาะสม

ภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีสภาพทั้งการเกษตร พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม และการบริการ เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมในหลายด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มีภูมิอากาศ มีความหลากหลายในอาชีพ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างมากมาย ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภูเขา น้ำตก วัด รวมถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างโดดเด่น มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่สำคัญจำนวนมาก เช่น เขื่อนศรีนครินทร์ น้ำตก ไทรโยค สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหาร จังหวัดกาญจนบุรี หนึ่งใหญ่วัดขนอน สวนผึ้ง จังหวัด ราชบุรี องค์พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ตลาดสามชุก บึงฉวาก จังหวัด สุพรรณบุรี ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม และหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น ประกอบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุและศักยภาพของชุมชน แต่ยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาการท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น จึงสามารถยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้ สามารถสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในระดับประเทศ

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก สามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน และสร้างความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้มีศักยภาพและความเข้มแข็ง และยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการด้านบริการและผู้ประกอบการด้านสินค้า ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาในพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัย พื้นที่ในการวิจัย คือแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

4. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ศักยภาพของการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและสภาวะการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ ทั้งสถานที่ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น

ความสามารถในการเข้าถึง หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ หมายถึง องค์ประกอบที่บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสบายใจ ความประทับใจ ความปลอดภัย ความสะดวก และความรู้

สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าเพื่อการท่องเที่ยวที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ สร้างสรรค์การเรียนรู้เชิงคุณค่าที่เหมาะสมกับวิถีชุมชน ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การทำบุญ ไหว้พระ ปฏิบัติธรรม เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชาติพันธุ์ และกิจกรรมอื่นๆในบริบทแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว และสินค้าและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการท้องถิ่น หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพที่มีรายได้มาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการรถเช่า ผู้ให้บริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร เป็นต้น

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม หมายถึง งานวิจัยที่นักวิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก เพื่อหาผู้ร่วมดำเนินการวิจัย นักวิจัย

ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ร่วมศึกษาศักยภาพและความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทดลองดำเนินการ และนักวิจัยร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกร่วมประเมินผล และสรุปถอดบทเรียนการทำงาน เพื่อหาต้นแบบการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้การประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งและมีความยั่งยืน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในชุมชนจำเป็นต้องคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เน้นถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ดำเนินการโดยชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุรวมถึงมีลักษณะเหมือนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

5. ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น

1. ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ได้ทราบถึงศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
2. ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้ผลิตภัณฑ์ชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุและสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
3. ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ที่สามารถยกระดับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุต้นแบบที่นำไปใช้ในการท่องเที่ยวของตน ได้อย่างเหมาะสม

ประโยชน์ต่อชุมชน

1. ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
2. ทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
3. ทำให้ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการยกระดับการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
4. ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนครบวงจรอย่างมั่นคง ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นในชุมชน

ประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

1. ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการ
2. ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้รับบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ จากเครือข่ายความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. ทำให้ได้ศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ที่เป็นต้นแบบที่จะนำไปใช้กับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น
2. ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
3. เป็นการสร้างองค์ความรู้ ที่สามารถใช้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

ประโยชน์เชิงนโยบาย

1. ผลจากการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
2. ผลจากการวิจัยสามารถนำมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุต้นแบบในภูมิภาคภาคตะวันตก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยอย่างชัดเจนและตรงประเด็น ผู้วิจัยจึงนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถนำรายได้จากต่างประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การกระจายรายได้ การอนุรักษ์และการประยุกต์ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในหัวข้อนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับความหมายองค์ประกอบ ลักษณะของทรัพยากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยวเป็นความพร้อมในด้านลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชม ซึ่งศักยภาพของการท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ดังนี้ ฮอลโลเวย์ (Holloway, 1983: 3) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

มิลล์ (Mill, 1990: 359) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

พอนด์ (Pond, 1993:35) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสบายในการเดินทาง

วรรณ วรชวานิช (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและการกระทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน นอกจากนี้ยังรวมถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นธุรกิจการดำเนินการให้บริการนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองตามความต้องการและก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อตัวนักท่องเที่ยว ในภาคส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะได้รับกำไรและผลประโยชน์เป็นการตอบแทน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และได้รับการผ่อนคลายจากกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยว

1.2 องค์ประกอบของศักยภาพการท่องเที่ยว

โคลเลียร์ และฮาร์ราเวย์ (Collier and Harraway, 1997: 18-19) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ซึ่งการขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พัก ซึ่งอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท ที่พัก การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการหรือนิยมของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ (Attractions, Activities and Ancillary Services) นักท่องเที่ยวต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยสิ่งดึงดูดใจอาจเกิดขึ้นได้จากกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ ฯลฯ นอกจากนี้ความประทับใจอาจเกิดขึ้นจากสถานที่ที่ธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร เป็นต้น
4. การขาย (Sales) การขายทำให้มีการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้เสนอบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (Specially Chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายทัวร์รถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

ส่วน พยอม ธรรมบุตร (2549: 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวดังนี้

1. นักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 แบบ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางกรท่องเที่ยว

2.2 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วต้องมีบริการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึงการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) ได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

4.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป ตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ จะท่องเที่ยวภูเขาหรือหาดทราย

หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งสนใจด้านศิลปวัฒนธรรมจะท่องเที่ยววิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มสนใจ ด้านโบราณสถานจะท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4.2 เส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่ง ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความประทับใจหรือมีคุณค่าสูงเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง

4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุข ความสบายใจและความประทับใจ โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้ สิ่งอำนวยความสะดวกแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

4.3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้าออก-เมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เพราะเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้าประเทศ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง และการตรวจตราหนังสือเดินทาง เป็นต้น

4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน หรือสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขาภิบาล การสาธารณสุข สวนสาธารณะ การศึกษา และการฝึกอบรม เป็นต้น

4.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มุ่งให้ความปลอดภัยทางร่างกายชีวิตและทรัพย์สินแก่ประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินเป็นสำคัญ ได้แก่ การป้องกันการโจรกรรม ชิงทรัพย์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านความปลอดภัยอื่นๆ เช่น การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การให้ข่าวสารข้อมูลด้านความปลอดภัย เป็นต้น

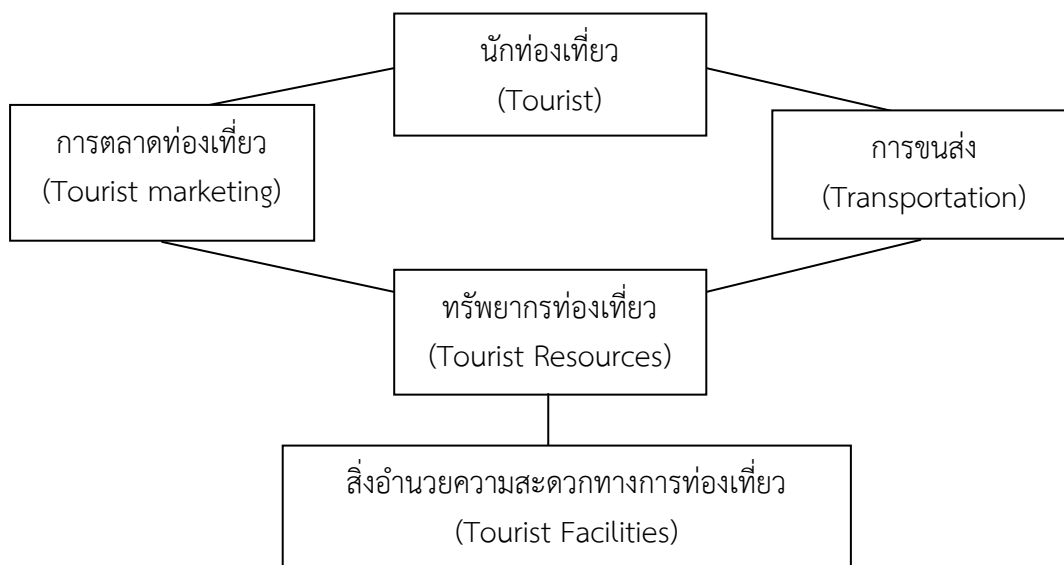
4.4 การต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากเจ้าของท้องถิ่น (Amity) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน แล้วเกิดความสุขความประทับใจ แสดงถึงความมีมิตรไมตรีอันดีงามของคนไทยไปทั่วโลก ซึ่งความมีมิตรไมตรีสามารถแสดงออกได้ 2 ลักษณะ คือ

4.4.1 การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งยิ้มให้นักท่องเที่ยว การทักทายพูดคุยกับนักท่องเที่ยว การแสดงความโอ้อ้อมอารีด้วยการบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

4.4.2 การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาความเดือดร้อน หรือประสบอุบัติเหตุ การให้คำแนะนำหรือคำตักเตือนแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541: 5)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก (5A) ดังนี้ (Dickman, 1996; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือสถานที่ก่อให้เกิดความบันเทิงได้ ความสวยงาม มีอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น ป่าไม้ พันธุ์ไม้ ชาติหาด งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติ การแสดงแสงสีเสียงในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว นักท่องเที่ยวจะได้รับบรรยากาศขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้องจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เข้า-ออกแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) หมายถึง บริการอำนวยความสะดวก ที่หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว จะจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนา การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่

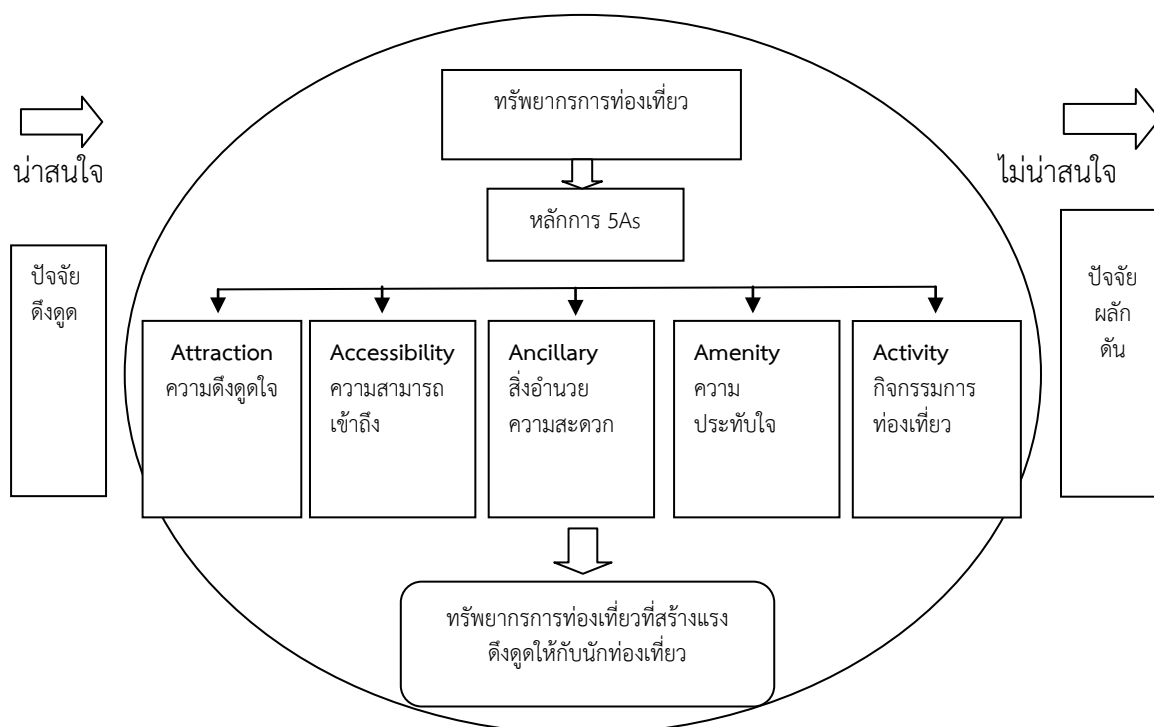
เกี่ยวข้อง ทั้งผู้นำและสมาชิกในชุมชน แหล่งท่องเที่ยว การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่จำหน่ายของที่ระลึก

4. ความประทับใจ (Amenity) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรสร้างความประทับใจสุขใจและซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพระราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น งานประเพณี เป็นต้น

5. กิจกรรมต่างๆ (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น และกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่การออกแรง เช่น การเที่ยวชมสถานที่แปลกใหม่ ให้อาหาร ภูมิทัศน์ของเมือง การสัมผัสหรือชื่นชมธรรมชาติ วัฒนธรรม การซื้อสินค้าที่ระลึก เป็นต้น หรือกิจกรรมที่ใช้การออกแรงหรือผจญภัย มีหลากหลายรูปแบบ

ซึ่งหลักการ 5As ของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถสรุปดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยว



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541)

1.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ฮาสเซน (Hassan, 2000) เสนอปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ว่าผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้รูปแบบความสามารถในการแข่งขันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่มีมูลค่าเพิ่มอย่างบูรณาการ เพื่อที่จะธำรงรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องอาศัยคำแนะนำอย่างมีประสิทธิภาพและการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการตรวจสอบอย่างมีระบบ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ในระยะยาว นอกจากนี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะเป็นหน้าที่หลักในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคตจะต้องวางแผน ที่ผสมผสานความต้องการของนักท่องเที่ยวเข้ากับสภาพแวดล้อม เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ส่วนเทิตชาย ช่วยบำรุง (2547) ได้เสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าจะต้องมองใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (Tourism Components) มีปัจจัยที่ต้องพิจารณาคือ ที่พักโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดและเป็นเป้าหมายสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เพียงพอต่อความต้องการและมีความปลอดภัยสูง บริษัทที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความเป็นสากล รวมทั้งหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคสามารถให้บริการอย่างครอบคลุม สะดวกและรวดเร็ว

2. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การประชุมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้าและของที่ระลึกในเทศกาลต่างๆ

3. ระบบรวมทางการท่องเที่ยว (Whole Tourism Systems) เป็นการมองการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด โดยจะต้องมองที่จุดเริ่มต้น จุดแวะพักระหว่างการเดินทาง จนกระทั่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานส่งเสริมทางการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และปัจจัย ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์และการต้อนรับนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจำเป็นต้องศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย ความดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย บริการอำนวยความสะดวก ความประทับใจ และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชนในสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ

2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่สำคัญในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปรวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า ยอดขาย และผลประกอบการของธุรกิจ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้อาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความทันสมัยหรือสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น สิ่งที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง คือความต้องการอยู่รอดของธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

มีผู้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ (Product) และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ดังนี้

คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 186) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้อาจเป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้ หรือเป็นการบริการ ตัวบุคคล สถานที่ หน่วยงาน สถาบัน

เมอร์ฟี (Murphy, 2000) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ว่าประสบการณ์ทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

คูตูลาส (Koutoulas, 2004: 2) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่า มี 2 ความหมาย ความหมายแรก คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวม (Total Tourist Product) ที่เป็นส่วนประสมระหว่างองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ และ ความหมายที่สอง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเฉพาะ (Specific Product) เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวม ที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว และสินค้าและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

2.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

มิดเดิลตัน (Middleton, 1994) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของประสบการณ์การท่องเที่ยวทั้งหมด ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประกอบด้วย ทั้งองค์ประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีอยู่ 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attractions) ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น หาดทราย ภูเขา แม่น้ำ และสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์ที่สร้างขึ้น เช่น สิ่งก่อสร้าง สวนสาธารณะ สนามกอล์ฟ เป็นต้น และในองค์ประกอบนี้ยังรวมถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยสิ่งดึงดูดใจ คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็น 4

ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ (Facilities) จัดเป็นองค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากหากปราศจากองค์ประกอบนี้ นักท่องเที่ยวอาจไม่มีโอกาสที่จะพักผ่อนหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ แบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง กีฬาและกิจกรรมสันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ร้านค้าและบริการท่องเที่ยว และการบริการอื่นๆ

3. ความสามารถในการไปถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น การบริการขนส่ง ถนนหนทาง รวมถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับคนต่างด้าวของรัฐบาล (Accessibility of the Destination) จะมีผลต่อค่าใช้จ่ายและความรวดเร็วในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ดิกแมน (Dickman, 1996) เสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สามารถแบ่งแยกเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาล หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง และโดยทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ ภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น หาดทรายกิจกรรมทางน้ำ สถาบันเทิง รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ

2. ความสะดวกในการเดินทาง (Access) แม้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง อาจรวมถึง การออกวีซ่า หนังสือเดินทางและเอกสารเดินทางที่เกี่ยวข้อง ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกประเทศและแหล่งท่องเที่ยว สภาพถนนหนทาง ความสะดวกสบายและความสะอาดของสนามบิน จำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน

4. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลาย ด้านราคา และการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

5. กิจกรรมสันทนาการ (Activities) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

ส่วนคูทูลาส (Koutoulas, 2001: 258) อธิบายประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์โดยรวม (Integral Products) หมายถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาขายให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ของที่ระลึก ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. สินค้าสาธารณะ (Free or Public Goods) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น บรรยากาศ ภูมิประเทศ ที่สามารถนำมาใช้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการสร้างขึ้น

3. บริการสนับสนุน (Complementary Services) หมายถึง สิ่งที่ไม่สามารถขายให้นักท่องเที่ยวได้โดยอิสระ เช่น บริการข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลและผู้นำเที่ยว ที่ข้อมูลจะต้องมาพร้อมกับศูนย์ข้อมูลและผู้นำเที่ยว

นอกจากนี้ คูทูลาส (Koutoulas, 2001: 258) ยังได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 6 ประการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต้องทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสร้างประสบการณ์ที่ดีตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสนับสนุนการเดินทางในการท่องเที่ยว
4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมตลอดการเดินทาง
5. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องแสดงให้เห็นถึงการจัดการท่องเที่ยวที่มีการเตรียมพร้อมในการดำเนินการ
6. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้แก่ผู้อื่นต่อไป

2.3 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

พิชญ จงสถิตย์วัฒนา (2548: 102) อธิบายว่าผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ ขนาดน้ำหนัก รูปร่าง สี สัน กลิ่น คุณภาพ และอื่น ๆ ตัวผลิตภัณฑ์นอกจากจะหมายถึงตัวสินค้าแล้วยังรวมถึงบริการ เช่น บริการของโรงแรม บริการการท่องเที่ยว บริการร้านตัดผม และอื่นๆ
2. ตราสินค้า คือ สัญลักษณ์หรือชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
3. หน้าที่ของผลิตภัณฑ์ คือ หน้าที่ในการใช้ประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์นั้น
4. การให้บริการ คือ ผลิตภัณฑ์บางประเภทอาจจำเป็นต้องมีบริการต่อเนื่องควบคู่ไปกับการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

ซึ่งผลิตภัณฑ์บางอย่างอาจไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 ประการ แต่ลักษณะที่ขาดไม่ได้ ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และหน้าที่ของผลิตภัณฑ์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน

รัฐบาลมีนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาสำคัญประการหนึ่งคือ ปัญหาความยากจนของประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ โดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐจะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

รัฐบาลจึงได้พัฒนาและขยายความหมายของโครงการให้ครอบคลุมการดำเนินการกว้างขวางขึ้น โดยปรับเปลี่ยนเป็นโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นออกเป็น 2 ส่วน คือ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2555)

1. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งไม่จำเป็นว่าหนึ่งตำบลจะต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์อาจเป็นหลายชุมชน และไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดหรือภาคเดียวกัน แต่จะเป็นการรวมกลุ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบระบบเครือข่าย

2. ผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

โดยกำหนดประเภทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเป็น 3 ประเภท คือ

1. กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม

2. ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตหรือมีการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

3. ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต จ้างแรงงานในชุมชน ใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ โดยมีสินทรัพย์ลงทุนรวมกันมากกว่า 5 ล้านบาท

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555: 3-17) ได้อธิบายแนวคิดหลักการพื้นฐาน และวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ไว้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้

เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดโดยมีพลังกาย ความคิดสร้างสรรค์ และความปรารถนา ที่จะใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน เป็นแนวคิดที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนเกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

หลักการพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน มีดังนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance – Creativity) และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) โดยมีวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน 2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถ คิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น 3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น 4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ 5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผลิตโดยคนในชุมชนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสินค้าที่แสดงถึงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย โดยสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมกันรับผลประโยชน์

2.5 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

นโยบายผลิตภัณฑ์ที่กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะเป็นองค์กรที่สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการและภาวะการณ์ของตลาด และเป็นแนวทางที่องค์กรสามารถดำเนินการให้บรรลุผลได้ โดยใช้ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสม องค์กรที่มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีมักจะมีผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากตลาด เนื่องจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งกัน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่า และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีคุณค่าสูงกว่าราคา ในระยะยาว องค์กรที่มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและดำเนินการโดยยึดถือตามแนวทางนั้น จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการท้องถิ่น รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตามศักยภาพทางการตลาดในระดับต่างๆ จัดระบบการบริหารจัดการโครงการแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างเทคโนโลยีและการจัดการ ควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านการตลาดตลอดจนขยายโอกาสให้ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าชุมชนได้รับการส่งเสริมและดำเนินการพัฒนาในเชิงลึก นำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนินงาน รวมทั้งมุ่งให้มีการประสานงานเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นบูรณาการ ในการส่งเสริมงานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยมีแนวนโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2555)

1. ยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนจะได้รับการสนับสนุนให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตามศักยภาพทางการตลาดในระดับต่างๆ คือ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ

และระดับระหว่างประเทศ โดยการจัดระบบการบริหารจัดการโครงการแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างเทคโนโลยีและการจัดการควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านการตลาด

2. ปรับเปลี่ยนคำว่า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
3. นำศักยภาพทางการตลาดมาเป็นตัวนำในการผลิตสินค้า โดยมีเป้าหมายคือการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และกำไรตามระบบตลาด
4. การค้นหาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น (Product Specific) โดยใช้ความถนัดของภาคเอกชนในการเชื่อมโยงและส่งเสริมชุมชน และให้ภาครัฐมีส่วนในการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Product Development)
5. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการบนพื้นฐานของความรู้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

2.6 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมี 8 ขั้นตอน ดังนี้ (พิชญ จงสถิตย์วัฒนา, 2548: 148-165)

ขั้นที่ 1 การสร้างความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Idea Generation) เป็นวิธีการค้นหาความคิดต่างๆ ที่เป็นไปได้และมองเห็นช่องทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น กระบวนการแสวงหาความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น อาจไม่จำเป็นต้องทำอย่างเป็นทางการหรือโดยระเบียบวิธีการที่แน่นอนตายตัว โดยแหล่งที่มาของความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ มีดังนี้

1.1 ลูกค้า ซึ่งหมายถึงลูกค้าที่ยังติดต่อซื้อขายอยู่ในปัจจุบัน หรือลูกค้าที่เคยให้การอุดหนุนมาก่อนก็ได้ ดังนั้น เพื่อให้ได้ความรู้สึก ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้า อาจดำเนินการโดยการสำรวจหรือสอบถามลูกค้าโดยตรง เทคนิคการถามเสียเปรียบ การยกปัญหาแบบเจาะกลุ่ม การรับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น การเปรียบเทียบผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันกับที่ลูกค้าต้องการจริง เป็นต้น

1.2 ร้านค้าผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากร้านค้าเหล่านี้เป็นผู้ติดต่อซื้อขายกับลูกค้าโดยตรง มีโอกาสพบปะสนทนากับลูกค้าผู้ใช้งานจริง และในหลาย ๆ กรณีเป็นที่รองรับการระบายความอัดอัด ความรู้สึกที่ไม่ดี หรือปัญหาที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นของกิจการหรือคู่แข่ง

1.3 คู่แข่งทางธุรกิจ ผู้บริหารควรศึกษาคู่แข่งที่กำลังทำสิ่งใดในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นโดยการสนทนา การสอบถามจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับกิจการคู่แข่ง

1.4 พนักงานขายหรือผู้แทนขายของกิจการ บุคคลเหล่านี้ในฐานะที่เป็นพนักงานของกิจการที่ต้องออกไปสัมผัสกับตลาดโดยตรง ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.5 ผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการระดับสูง เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากกว่าคนอื่นๆ และสามารถรู้ถึงความต้องการพร้อม ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ

ขั้นที่ 2 การกลั่นกรองและประเมินความคิด (Idea Screening) เป็นการพิจารณาเลือกความคิดต่างๆ ที่สร้างขึ้นจากขั้นที่ 1 นำมาพิจารณาว่าความคิดใดจะเป็นความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การประเมินโอกาสด้านตลาด เป็นการพิจารณาถึงความเป็นไปได้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ตลาดเป้าหมาย ขนาดของตลาด ยอดขาย ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา รายได้ ต้นทุนและกำไร รวมถึงความสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และความสอดคล้องกับทรัพยากรที่มี

2.2 เครื่องมือให้คะแนนความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการกลั่นกรองความคิดเห็นโดยวิธีการให้คะแนน โดยดูปัจจัยทางด้านต่างๆ คือ การเงิน กฎหมาย การผลิต วัตถุดิบ การตลาด เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวความคิดและการทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นและการสร้างความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดกับผู้บริโภค รวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์จริง ๆ ดังนี้

3.1 การพัฒนาแนวความคิด เป็นความพยายามของกิจการในการสร้างความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค

3.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เมื่อตัดสินใจเลือกแนวความคิดผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพิจารณาว่าดีที่สุดเป็นหลักแล้ว จะต้องพิจารณาถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นั้น โดยต้องเลือกว่าอะไรเป็นจุดเด่นที่สุดของผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์

3.3 การทดสอบแนวความคิด เป็นการนำความคิดทั้งหมดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบกับผู้บริโภคเพื่อดูปฏิกิริยาของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในขั้นนี้ยังไม่ได้สร้างผลิตภัณฑ์ขึ้น เพียงแต่ดูว่าแนวความคิดนั้นง่ายต่อการเข้าใจ ผู้ใช้เห็นประโยชน์ของสินค้า และมีความคิดจะใช้สินค้าหรือไม่ ความคิดที่กิจการรวบรวมจากผู้บริโภคจะนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น

ขั้นที่ 4 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

4.1 ขนาดโครงสร้าง พฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ยอดขาย ส่วนครองตลาด และกำไร

4.2 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์อื่น กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

4.3 ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายในระยะยาว และกลยุทธ์ทางการตลาดในระยะยาว

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการประมาณความต้องการของตลาดหรือยอดขาย การประมาณต้นทุนและกำไรที่จะเกิดขึ้นจากแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

5.1 การคาดคะเนยอดขายรวม เป็นการหายอดขายเพื่อพิจารณาว่าสูงพอที่จะทำให้เกิดกำไรได้หรือไม่ ซึ่งประกอบด้วย การคาดคะเนยอดขายครั้งแรก การคาดคะเนยอดขายทดแทน การคาดคะเนการขายซ้ำ

5.2 การคาดคะเนต้นทุนและกำไร หลังจากคาดคะเนยอดขายแล้ว ฝ่ายจัดการต้องคาดการณ์ต้นทุนที่ใช้และกำไรที่เกิดขึ้น

ขั้นที่ 6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการสร้างสินค้าขึ้นมาจำลองแบบ ทุกอย่างเหมือนของจริงในขั้นนี้ใช้เงินลงทุนมาก และจะต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่าสามารถเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคนิคต่างๆได้หรือไม่ และลูกค้าจะยอมรับเพียงใด กิจกรรมที่

อยู่ในขั้นตอนนี้ ได้แก่ การผลิตสินค้าจริง การทดสอบในห้องทดสอบและการทดสอบผู้บริโภค การบรรจุหีบห่อและการเลือกซื้อตราผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 7 การทดสอบตลาด (Market Testing) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของตลาดเป้าหมายเพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ ที่นำมาแก้ไขปรับปรุง โดยแยกพิจารณาเป็น 2 กรณี ดังนี้

7.1 การทดสอบการตลาดสินค้าบริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหากิจกรรมของผู้บริโภค ทางด้านการทดลองซื้อ การยอมรับ การตัดสินใจซื้อ การใช้ การซื้อซ้ำ ปริมาณการซื้อของผู้บริโภค การทดสอบการตลาดสินค้าบริโภค ประกอบด้วย การวิเคราะห์ภาวะยอดขาย การตลาดเพื่อทดสอบ โดยสร้างสถานการณ์จำลอง การทดสอบตลาดแบบควบคุม และการทดสอบตลาด

7.2 การทดสอบตลาดสินค้าอุตสาหกรรมหรือสินค้าธุรกิจ มีวิธีการสำคัญ 6 วิธีคือการทดสอบผลิตภัณฑ์เป็นการทดสอบในห้องปฏิบัติการ วิธีทดสอบตลาดเป็นการนำผลิตภัณฑ์ออกไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย การทดสอบการใช้ผลิตภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ในแหล่งจัดแสดงสินค้า การทดสอบในห้องแสดงของผู้ขายและตัวแทนจำหน่ายสินค้า การทดสอบตลาด

ขั้นที่ 8 การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการตัดสินใจนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ซึ่งในขั้นนี้กิจการจะใช้ต้นทุนมากที่สุด เพราะต้องผลิตสินค้าเต็มที่และต้องตัดสินใจเกี่ยวกับจำนวนการผลิตที่เหมาะสม การตัดสินใจนำสินค้าออกวางจำหน่ายในตลาดจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 4 ด้าน คือ 1) ด้านเวลา เป็นการตัดสินใจว่าเมื่อไรเป็นจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด 2) ด้านภูมิศาสตร์ เป็นการตัดสินใจว่าจะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดใดบ้าง 3) ด้านเป้าหมายการตลาด เป็นการกำหนดเป้าหมายในการจัดจำหน่ายและส่งเสริมกลุ่มที่เป็นตลาดเป้าหมาย 4) ด้านกลยุทธ์การตลาดขั้นแนะนำ เป็นการพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ วิธีการจัดสรรงบประมาณระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และกิจกรรมต่าง ๆ

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2549: 228-231) ได้อธิบายกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มี 9 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การแสวงหาความคิดของผลิตภัณฑ์ หรือการเริ่มต้นพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 2 การคัดเลือกความคิด คือ ความคิดที่จะสรุปได้นั้นต้องมาจากมุมมองนโยบายกลยุทธ์ ทรัพยากรการบริหาร ขนาดตลาด และความเป็นไปได้ด้านต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ โดยต้องคำนึงว่าสิ่งนั้นจะให้ประโยชน์อะไรกับใคร

ขั้นที่ 4 การพิจารณากลยุทธ์การตลาด ต้องสร้างความชัดเจนเป็นรูปธรรมในด้านลักษณะพิเศษของตลาดเป้าหมาย เช่น เป้าหมายการตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ยอดขายต่าง ๆ แล้วทำความเข้าใจในตลาดเป้าหมาย

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน ต้องวิเคราะห์ว่ายอดขายและขนาดตลาดมีความเป็นไปได้เพียงพอต่อการลงทุนด้านการผลิต และส่งเสริมการขายหรือไม่

ขั้นที่ 6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม

ขั้นที่ 7 การทดสอบตลาด

ขั้นที่ 8 การผลิตผลิตภัณฑ์ เป็นการนำปัจจัยการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิต

ขั้นที่ 9 การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด

สุปัญญา ไชยชาญ (2543: 188-195) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบมี 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Idea Generation) เป็นขั้นตอนการเสาะแสวงหาหรือการสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องรวบรวมแนวความคิดให้มีปริมาณมาก ๆ แหล่งที่มาของแนวคิดผลิตภัณฑ์อาจอยู่ทั้งภายในหรือภายนอกและอาจมาจากวิธีต่างๆ ได้แก่ การวิจัยตลาด การวางแผนศึกษาในระยะยาว การวิเคราะห์ช่องว่างในตลาด การวิเคราะห์กิจกรรม การแสวงหาจากต่างประเทศ การเรียนรู้จากตลาดต่างประเทศ การวิเคราะห์ปัจจัยการออกแบบ การระดมสมอง และปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ขั้นที่ 2 การกลั่นกรองแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Idea Screening) เป็นการนำเจตภาพผลิตภัณฑ์ที่รวบรวมได้ มาทำการกลั่นกรองโดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆ เป็นขั้นตอนที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ เกณฑ์การกลั่นกรองแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของบริษัท ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ และทรัพยากรของบริษัท

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) ต้องทำการประเมินความน่าสนใจ โดยการคาดคะเนยอดขาย ต้นทุน และกำไรที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่า สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัทหรือไม่

ขั้นที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคการผลิต และต้นทุนการผลิต จากนั้นจึงผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นมา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีค่าใช้จ่ายและทรัพยากรมาก ขั้นตอนนี้ต้องพิจารณากำหนดรายละเอียดของตัวแปรอื่นในส่วนผสม การตลาดขึ้นมาทำการทดสอบและทบทวนด้วย เช่น การกำหนดตราสินค้า การกำหนดราคา การออกแบบและคัดเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การผลิตโฆษณา การออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและผลิตฉลาก การเตรียมกำลังคน เป็นต้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นขั้นตอนการสร้างเชื่อมั่นใจว่าในส่วนประสมทางการตลาดทุกตัว จะต้องได้รับการผสานกันในส่วนที่กลมกลืนกันได้ดีที่สุด

ขั้นที่ 5 การตลาดเพื่อทดสอบ (Test Marketing) เป็นขั้นตอนในการนำผลิตภัณฑ์ออกไปทดลองจำหน่ายในบางพื้นที่ เพื่อสังเกตและรวบรวมปฏิกิริยาการตอบสนองของตลาดในพื้นที่นั้นๆ แล้วนำผลที่ได้ไปพยากรณ์ปฏิกิริยาตอบสนองของตลาดทั่วประเทศเมื่อออกจำหน่ายจริง

ขั้นที่ 6 การนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย (Commercialization) บริษัทจะต้องเตรียมแผนการผลิตไว้อย่างเต็มขีดความสามารถ ทบทวนและปรับปรุงแผนการตลาดให้เข้าที่ และที่สำคัญคือต้องเตรียมงบประมาณสำหรับการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายให้พร้อม

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ขั้นตอนการพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มเป็นพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งมี 6 ขั้นตอน คือ 1. การสร้างความคิด 2. การกลั่นกรองและการประเมินความคิด 3. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5. การทดสอบตลาด 6. การดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งและมีความยั่งยืน

ผู้ประกอบการท้องถิ่นจำเป็นต้องคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ จำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในหัวข้อจะนำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และพฤติกรรม การท่องเที่ยว (Tourism Behavior) ดังนี้

แลมบี, แฮร์ และแมคดาเนียล (Lamb, Hair and McDaniel, 2000: 142) ให้ความหมายของพฤติกรรมท่องเที่ยวว่าหมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจซื้อ และมีการใช้สินค้าและบริการที่ได้จ่ายเงินซื้อมาแล้ว และรวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าและบริการ

เอนเกล, แบล็คเวลล์ และไมเนียร์ด (Engle, Blackwell and Miniard, 2006: 5) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหามา การใช้ และการกำจัดสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนการกระทำดังกล่าว

ชวลินุช อุทยาน (2552) ให้ความหมายของพฤติกรรมท่องเที่ยว ว่าหมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคล จากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

3.2 ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์ (Kotler, 2006: 180) ได้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า ความสำเร็จของธุรกิจอยู่ที่ การทราบข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งนักการตลาดและผู้จัดการท่องเที่ยวต้องรวบรวมข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ใครเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์
2. ใครทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
4. ทำการตัดสินใจซื้ออย่างไร ใช้หลักเกณฑ์อะไร
5. ผู้บริโภคซื้ออะไร
6. ทำไมผู้บริโภคจะง้อตราสินค้า
7. สถานที่ที่ไปซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
8. ไปซื้อเมื่อใด ปัจจัยใดที่เป็นเหตุผล
9. ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อะไร
10. ทำทางของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
11. ปัจจัยใดทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ
12. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่
13. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้ออย่างไร

อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช (2552: 2) ได้กล่าวถึงตลาดมีลักษณะซับซ้อนและลักษณะเฉพาะ นักการตลาดจำเป็นต้องหาหลักสำหรับตลาดนั้นๆ เพื่อช่วยแยกลักษณะที่สำคัญและลักษณะการดำเนินงาน หรือปัญหาที่เขาเผชิญอยู่ในตลาดนั้นเพื่อจะได้แก้ไขปัญหานักการตลาดควรใช้วิธีการศึกษาหาตลาดใหม่ๆ ด้วยคำถามดังนี้ ตลาดต้องการซื้ออะไร-สินค้า ทำไมจึงซื้อ-จุดประสงค์การซื้อ ใครคือผู้ซื้อ-บุคคลหรือองค์กรต่างๆ ซื้ออย่างไร-กระบวนการตัดสินใจซื้อ เมื่อไรจึงจะซื้อ-โอกาสในการซื้อ และจะซื้อได้ที่ไหน-ร้านค้า

สรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมของการซื้อของผู้บริโภค จะต้องวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมที่ประกอบด้วย ใครคือผู้ซื้อ ซื้ออะไร ที่ไหน ทำไมถึงตัดสินใจซื้อ ใครเกี่ยวข้องกับ การซื้อ ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อไร หรือเวลาใด ปริมาณในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ และความถี่ในการซื้อ

3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์ (Kotler, 2006: 172) ได้ให้แนวทางการศึกษาตลาด โดยใช้ 6W's และ 1H กับ 7O's เป็นคำถามเพื่อให้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค

6W's	7O's
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupant)
ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object)
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective)
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who)	กลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (Organization)
ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ (When)	โอกาสในการซื้อ (Occasion)
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)	ช่องทางหรือแหล่งที่ซื้อ (Outlet)
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation)

ที่มา: Kotler. (2006: 172).

เลิศพร ภาระสกุล (2556: 174-176) กล่าวว่า การเชื่อมโยงประเด็นที่นักวิชาการการท่องเที่ยวนำเสนอมาทั้งหมด กับการนำไปใช้ประโยชน์ทางการตลาดให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม เพื่อให้โมเดลเหล่านี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในอนาคต ซึ่งการเชื่อมโยงโมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภคกับการนำไปใช้ประโยชน์ทางการตลาด โดยมีประเด็นที่ต้องค้นหาคำตอบเป็น 2 ส่วน คือ ในส่วนของผู้บริโภค กับในส่วนของการตลาด โดยจะแบ่งระยะของการค้นหาคำตอบของทั้ง 2 ส่วน ออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะก่อนที่จะมีการท่องเที่ยว ระยะการซื้อหรือขณะที่มีการท่องเที่ยว และระยะหลังจากการซื้อระยะหลังจากที่การท่องเที่ยวได้เกิดขึ้นแล้ว ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การเชื่อมโยงรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคกับการตลาด

ขั้นการซื้อ	ข้อควรพิจารณาในส่วนของผู้บริโภค	ข้อควรพิจารณาในส่วนของตลาด
ขั้นก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น	- ผู้บริโภคตัดสินใจอย่างไรว่าเข้าต้องการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว - ระดับการตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนั้นว่า ต้องใช้ความพยายามหรือเวลามากน้อยเพียงใด - ผู้บริโภคเห็นว่าแหล่งข้อมูลใดเป็นแหล่งที่ดีที่สุดที่จะเรียนรู้มากขึ้นเกี่ยวกับตัวเลือกต่างๆ แหล่งข้อมูลใดที่ผู้บริโภคเห็นว่ามียุทธិพลต่อตัวผู้บริโภคมากที่สุด	- ทศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) นั้นถูกพัฒนาขึ้นมาได้อย่างไร - ผู้บริโภคใช้เกณฑ์ใดในการจำแนกว่าผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) ไหนเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นดี แหล่งไหนเป็นชั้นรอง สิ่งนี้จะเป็นข้อมูลที่จะนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.2 การเชื่อมโยงรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคเข้ากับการตลาด (ต่อ)

ขั้นการซื้อ	ข้อควรพิจารณาในส่วนของผู้บริโภค	ข้อควรพิจารณาในส่วนของการตลาด
ขั้นการซื้อ (ขั้นการ ท่องเที่ยว)	- การได้รับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือการได้มาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ - ผู้บริโภคมีความเครียด (Stressful) หรือได้รับความเพลิดเพลิน (Pleasant) - ประสพการณ์ที่ได้รับนี้จะส่งผลต่อการเลิกใช้ตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัทท่องเที่ยว) ในอนาคตหรือไม่ - แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกระทำสะท้อนให้เห็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวอย่างไร	- ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ต่างๆ (Situational Factors) เช่น ปัจจัยทางด้านเวลา ปัจจัยด้านครอบครัว หรือตัวแทนการท่องเที่ยว มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ (ทำการท่องเที่ยว) ของนักท่องเที่ยวอย่างไร
ขั้นหลังจาก การซื้อ (หลังจากการ ท่องเที่ยว)	- การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินหรือไม่ หรือทำหน้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ - นักท่องเที่ยวทำการท่องเที่ยวอย่างไร และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสังคมที่ไปเยือนอย่างไร	- สิ่งใดเป็นตัวบ่งชี้ว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวพอใจกับประสบการณ์ที่เขาได้รับ - ผู้บริโภคจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกหรือไม่ - ผู้บริโภคจะกลับไปบอกต่อเกี่ยวกับประสบการณ์แก่ผู้อื่นซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อต่อไปหรือไม่

ที่มา: เลิศพร ภาระสกุล (2556: 175-176).

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 46-47) ได้พูดถึงกระบวนการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ ความต้องการของตน ฯลฯ

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ

2. การค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการ (Information Search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆ จะถูกสะสมมากขึ้นพร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ

2.1 แหล่งบุคคล (Private Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การแสดงสินค้าการท่องเที่ยว

2.2 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.3 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยวิจัยผลิตภัณฑ์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

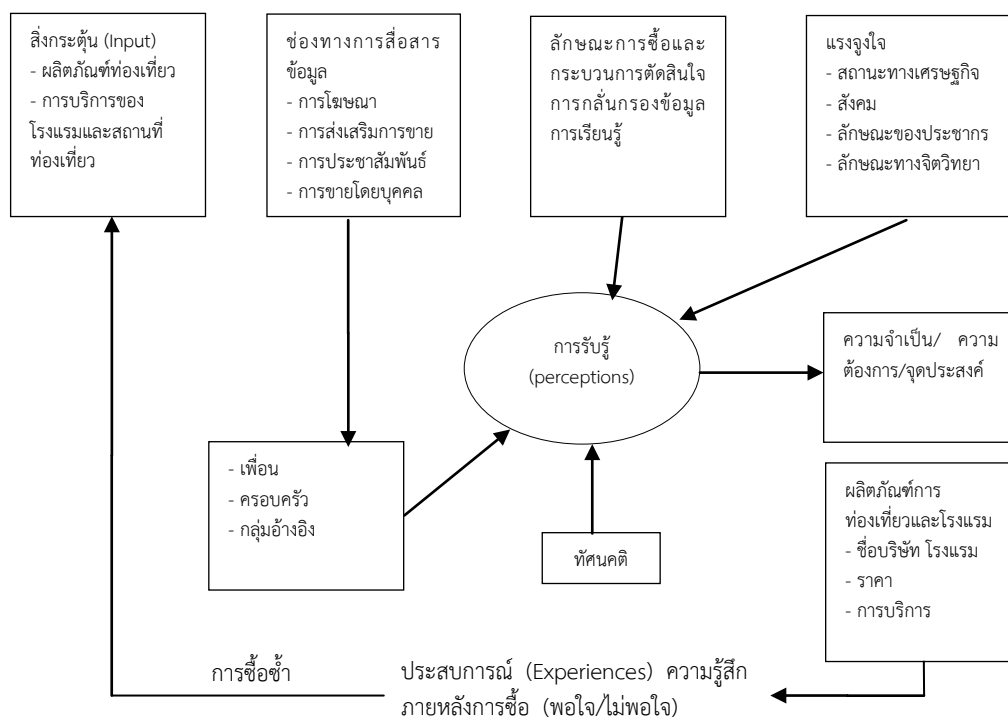
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นพฤติกรรมการประเมินผล โดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ตราสินค้า การให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม เมื่อพิจารณาคุณสมบัติแล้วนำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ ประเมินผลเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากรับรู้ความต้องการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทศนคติทั้งบวกและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลง

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ ความจงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของบริษัท หากไม่พอใจจะไม่กลับมาใช้บริการอีก

จากกระบวนการตัดสินใจซื้อสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3 รูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยว



ที่มา: Victor. (1994).

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลผลิตจากการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการ และจำเป็นของตน โดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนองจากสิ่งกระตุ้น และกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจก็จะกลายเป็นประสบการณ์ทางลบ และจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก

3.4 พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึงปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิศาสตร์ ที่พัก คมนาคม ความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแล้ว จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจำนวนวันที่ต้องการ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การให้บริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่

ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่ง สิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วม กิจกรรมกีฬา

2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะสถานที่ ทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่างๆ

3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรง กระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วม ประชุม การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการ ท่องเที่ยวแล้วเกิดความ ต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิด ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณา ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัดปลอดภัย สะดวกสบาย และความ อภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งใน ลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วยประเทศ สหคมนิยมมีเงื่อนไขเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อ ตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยว ต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว สถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวใน เรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยัน การเดินทาง จัดทำ เอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียม เสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการ เตรียมการเรื่องสุขภาพ และภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะตาม ประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนถึงที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว ครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปตามสภาพสังคมของแต่ละบุคคล และมีปัจจัยหลายด้านที่มาก่อให้เกิดความตั้งใจท่องเที่ยว เช่น ปัจจัยด้านสถานการณ์ ด้านเวลาและด้านครอบครัว มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของนักท่องเที่ยว

3.5 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมี 4 ประเภท ดังนี้ (McIntosh et al., 1995)

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริง เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ

2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ ศาสนา เป็นต้น

3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ

4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ ประสบการณ์และสถานภาพของตนเอง ตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

เพริสซ์ และคณะ (Pearce et.al., 1998) ได้นำเสนอแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม
2. แรงจูงใจที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่น
3. แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน
4. แรงจูงใจที่จะเสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว
5. แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบาย
6. แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ
7. แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี
8. แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย
9. แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม
10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง

ฉลองศรี พิลสมพงษ์ (2550: 21) ได้อธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่ามี 2 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นสาเหตุภายในของตัวบุคคลที่ดึงดูดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ตามทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL) ที่ได้ประยุกต์ทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) เพื่ออธิบายแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น ก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับที่สูงขึ้น ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยว 5 ลำดับขั้นในการเดินทาง สามารถอธิบายได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่นอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาร่างกายหรือความเพลิดเพลิน ซึ่งขั้นผ่อนคลายอารมณ์นับว่าเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานในลำดับขั้นความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Needs)

ขั้นที่ 2 ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเองและผู้อื่น ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางและมีประสบการณ์มากขึ้น เขาจะได้รับแรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น บุคคลเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพเนื่องจากความเครียดจากการทำงานที่จะสร้างความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้านี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

ขั้นที่ 3 ขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเองและผู้อื่นเช่นกัน ได้แก่ การมอบและการได้รับความรัก ความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้อื่น การรักษาและสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกับสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หลังจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น

การเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้นไปอีก ทำให้เกิดแรงจูงใจจากขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น โดยการเดินทางเพื่อการได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูง หรือกลุ่มสังคมที่เขาเป็นสมาชิก ทำให้สามารถรักษาสัมพันธระหว่างสมาชิกกลุ่มได้ ซึ่งขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม (Belonging and Social Needs)

ขั้นที่ 4 ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง เป็นขั้นที่กำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น การพัฒนาทักษะของตนเอง ความสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษ หรือการพัฒนาความสามารถในด้านใดด้านหนึ่ง และเป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยผู้อื่น เช่น การได้รับรางวัลจากภายนอก การได้รับเกียรติ ความหลงใหลในการท่องเที่ยว ความภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว กล่าวคือ ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนั้น จะเป็นขั้นที่บุคคลได้รับแรงจูงใจเพื่อการเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางทำให้ได้พัฒนาตนเอง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจ หรือรู้สึกภาคภูมิใจจากการเป็นผู้มากด้วยประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)

ขั้นที่ 5 ขั้นบรรลุความปรารถนา เป็นขั้นที่ไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นจากผู้ใด หากแต่เป็นขั้นที่บรรลุตามสิ่งที่ใฝ่ฝัน มีความเข้าใจในตนเองมากขึ้น ได้พบกับความสงบสุขภายในจิตใจ กล่าวคือขั้นบรรลุความปรารถนาที่เป็นแรงจูงใจขั้นสุดท้ายหรือขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ได้ฝันไว้ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งขั้นบรรลุความปรารถนาก็จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs)

จากข้อมูลข้างต้น ปัจจัยผลักดันเป็นเพียงสาเหตุภายในของตัวบุคคลที่ดึงดูดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และชีวิตความเป็นอยู่ อาชีพและการมีเวลาเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง เป็นการเฉพาะ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ และอื่นๆ (Dann, 1977: อ้างใน นิรันดร์ ทัพไชย, 2550)

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกลๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าพื้นที่ท่องเที่ยวไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น นั่นแสดงให้เห็นว่า สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร (วรรณ วรชวานิช, 2546) และจะต้องมี

การนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปสู่การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens, 2000)

ยูซัล และฮาแกน (Uysal and Hagan, 1993) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยหลักดันในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1. แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย ความชอบส่วนบุคคล และความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และ 2. ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว และ 3. ความรู้ทางด้านการตลาด ส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศ ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และกิจกรรมสันทนาการ 2. ความสะดวกสบายและการเข้าถึงได้ ได้แก่ ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ 3. ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นต้น

สรุปได้ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ที่เป็นปัจจัยหลักดันและปัจจัยดึงดูดความต้องการทางด้านจิตใจของคน กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว และสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยคนในชุมชน เป็นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อน เป็นการพัฒนาคนในชุมชนให้มีบทบาทที่สำคัญในการอนุรักษ์ความเป็นชุมชน ซึ่งเปรียบเสมือนชุมชนเป็นเหมือนบ้านของตนเองที่คอยต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความยินดี ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สร้างอาชีพให้ชุมชน และเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะคนในชุมชนเหล่านั้นได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในการท่องเที่ยวแบบใหม่นี้ ซึ่งเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพและเป็นพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ ประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นให้รับรู้ในวงกว้างมากขึ้น

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

เมอร์ฟี (Murphy, 2000) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนฐานของทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่น ทั้งทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรทางธรรมชาติ สาธารณูปโภค เหตุการณ์พิเศษ เทศกาล ประเพณีวัฒนธรรม จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนที่จะเข้าถึงและพัฒนาทรัพยากรของชุมชนอย่างเหมาะสม

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ (2541) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการเอง คือ ชุมชนและองค์กร มีหน้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับธรรมชาติมาตั้งแต่เกิดจนตาย การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญ มีชื่อเรียกต่างๆหลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งมองว่าคนและชุมชนเข้าไปมีบทบาทในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในลักษณะของการเข้าไปมีส่วนร่วมกับส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีแหล่งธรรมชาติเป็นฐาน

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ให้ความหมายของการจัดการโดยชุมชนไว้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เป็นวงจร ชุมชนเป็นผู้ที่ต้องการการมีส่วนร่วม ได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับสถานะแวดล้อมและบริบทชุมชน

พจนา สวนศรี (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการพัฒนามาจากการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว โดยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตั้งอยู่บนฐานความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง ยกย่องคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นและมีรายได้ตามมา

สินธุ์ สโรบล (2546) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและแนวทางเพื่อให้สอดคล้องกับชุมชน โดยต้องคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ไม่ใช่เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ความแตกต่างที่ชัดเจนคือ ชุมชนต้องเป็นผู้อยู่ในบทบาทของเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่ใช่เป็นเพียงผู้ให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่ ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน การสร้างความรู้และความประทับใจได้ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น โดยที่ชุมชนเป็นผู้ได้ประโยชน์อย่างแท้จริงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น และให้ความสำคัญกับการมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง

4.2 หลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวม และเกี่ยวกับกลุ่ม

คนต่างๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพิจารณาวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

3. ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้ว หรือเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

4. รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรมและให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

5. มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องและพิจารณาาร่วมกัน ถึงขีดความสามารถในการรองรับ

8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

4.3 วัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาจากการกำหนดจากวิสัยทัศน์ที่จัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความชัดเจนขึ้นโดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการด้วยกัน ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่นๆ ที่ต้องเอื้ออำนวยการเรียนรู้ร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชนด้านการเกษตร นักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของเกษตรกร ที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านการเกษตรด้วย
2. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้ชุมชน โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เข้าใจ ให้คุณค่า ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้นคืนสภาพได้ในระยะต่อไป
3. เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่เผชิญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบเดิม ให้เข้ามามีส่วนร่วมจัดการลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็นระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข
4. เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณะชนภายนอก

4.4 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีองค์ประกอบ ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1. **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. **ด้านองค์กรชุมชน** ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย คนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. **ด้านการจัดการ** มีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
4. **ด้านการเรียนรู้** ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของคนในชุมชนและผู้มาเยือน

4.5 กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีส่วนประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1. ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้

2. ศักยภาพของพื้นที่ หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

3. การจัดการ ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไร สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนคือการมีส่วนร่วม ซึ่งหมายรวมถึงร่วมในทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

4. มีส่วนร่วม โดยการสื่อสารพูดคุยเป็นการสื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาจากการระดมความคิด โดยการจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆเพื่อคนในชุมชน รวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไข และสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน

5. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยว

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่อยู่บนฐานของการใช้ความรู้ การศึกษา ความคิดสร้างสรรค์ และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ การจ้างงาน และสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมความสามัคคีให้เกิดขึ้นในสังคม โดยมีรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ฐานความรู้ดั้งเดิมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันเป็นทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกยุคใหม่

5.1 ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มีผู้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

จอห์น ฮาวกินส์ (Howkins, 2001) กล่าวว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์

กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาแห่งสหราชอาณาจักร (Creative Industries Task Force, 2001) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าหมายถึงเศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ และสามารถส่งมอบและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD, 2008: 3-4) ได้สรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าครอบคลุมถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Assets) เพื่อพัฒนาและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- สนับสนุนให้เกิดการสร้างงาน การสร้างรายได้ การสร้างความมีส่วนร่วมทางสังคม การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- ครอบคลุมถึงลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีสินทรัพย์ทางปัญญา และการท่องเที่ยว
- เป็นชุดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจฐานความรู้ ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในระดับฐานรากเข้ากับเศรษฐกิจในระดับมหภาค
- เป็นเงื่อนไขที่เป็นไปได้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ที่จะนำไปพัฒนานโยบายด้านวัฒนธรรมเชิงบูรณาการเพื่อการพัฒนา

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างงาน การสร้างรายได้ และการสร้างความมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้เข้ากับเศรษฐกิจมหภาค อันนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

5.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา (UNESCO, 2006) สำหรับประเทศไทย ได้มีการกำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมงานสร้างสรรค์ในหลายด้าน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552: 67) ได้จัดแบ่งให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นสินค้าและบริการภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยยึดตามกรอบของ UNCTAD ด้านมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Cultural Heritage and Nature) หรือกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.3 ความเป็นมาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม โดยมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะเหมือนกันแก่ผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมีการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) เพื่อให้เกิดการ

ประหยัดจากการขนาด (Economy of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตลดลง และทำให้กำไรของผู้ประกอบการสูงขึ้น อีกทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ยังทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับการผลิตในภาคอุตสาหกรรม และเป็นแหล่งสนับสนุนแรงงานราคาถูก ในการทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตให้แก่ภาคอุตสาหกรรมในเมือง ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจจากการใช้ปัจจัยการผลิตราคาถูก (Factor Driven Economy) วิธีการผลิตดังกล่าวผลให้ทรัพยากรในชุมชนถูกนำมาใช้อย่างสิ้นเปลือง อีกทั้งวิธีการผลิตของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมยังทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลง และยิ่งไปกว่านั้นความรู้ของชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในวิถีชีวิตของชุมชน ถูกทำให้ไม่มีบทบาทและความสำคัญใดๆ ภายใต้การพัฒนาตามระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม

แต่ด้วยเงื่อนไขและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่เปลี่ยนผ่านจากยุคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial Economy) มาสู่ยุคเศรษฐกิจข้อมูลข่าวสาร (Information Economy) ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสำคัญ จนถึงยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Economy) โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับฐานการผลิตและบุคลากรของประเทศ (ชูวิทย์ มิตรชอบ, 2553: 1) และเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้ จำเป็นต้องมีความได้เปรียบทางความคิดสร้างสรรค์ (Innovation Driven Economy) นั่นคือ ความสามารถในการใช้ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมทั้งสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าประเทศอื่นๆ (ซีดาร์ ไรลีย์, 2553: 5) นอกจากนี้ รูปแบบวิธีการบริโภคที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจไม่สามารถใช้ต้นทุน และราคาต่ำเป็นสิ่งกระตุ้นการบริโภคและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Comparative Advantage) ได้อีกต่อไป รวมไปถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยลง ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจต้องเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ ที่ใช้ความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จึงเป็นทางเลือกในการพัฒนาเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศหลุดพ้นจากการพึ่งพาปัจจัยการผลิตราคาถูก และใช้ทรัพยากรการผลิตอย่างสิ้นเปลือง และเปลี่ยนมาเป็นการพัฒนาประเทศที่อาศัยการเชื่อมโยงกันทั้งภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผวนวเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม

5.4 ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาประเทศ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญในฐานะที่เป็นทางเลือก ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่จะส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในประเด็นดังต่อไปนี้ (ศุภวุฒิ สายเชื้อ, 2552: 106; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552: 53-65)

1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิมจะเน้นการใช้เครื่องจักร ทำงานร่วมกับแรงงาน โดยให้แรงงานทำงานเฉพาะด้าน และทำงานในรูปแบบเดิมตลอดเวลา ให้เกิดความชำนาญ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำ โดยไม่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการทำงานให้แก่แรงงาน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานราคาถูก และการแข่งขันจากประเทศอื่นที่มีค่าจ้างแรงงานถูกกว่า ขณะที่เศรษฐกิจกำลังสร้างสรรคจะส่งเสริมการจ้างงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคิดสร้างสรรค์ และไม่จำเป็นต้องลดค่าจ้างแรงงานให้ต่ำเพื่อแข่งขันกับสินค้าของประเทศอื่น

2. ด้านความรู้ การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิม ผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกส่วนใหญ่เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตที่รอคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ และจำเป็นต้องพึ่งพาเงินลงทุน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ของตนให้เข้ากับเครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง และไม่สามารถสร้างโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และเพิ่มผลผลิตภาพของอุตสาหกรรม โดยอาศัยพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ ทำให้มูลค่าของผลผลิตที่ประเทศได้รับการประกอบการอยู่ในระดับต่ำ ขณะที่การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค ไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตจากต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ผู้ประกอบการสามารถใช้ความรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น และปัจจัยการผลิตในชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเงินลงทุนจำนวนมาก และสามารถใช้จ่ายเงินลงทุนจากสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชน อันเป็นการสร้างความมีส่วนร่วมให้แก่คนในชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

3. ด้านสิ่งแวดล้อม ในอดีตการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิม รัฐมักผ่อนปรนเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสุขภาพในการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อจูงใจนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนจากต่างประเทศ แต่ปัจจุบันเงื่อนไขและข้อจำกัดของการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะมีมากขึ้น ทั้งข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดด้านสุขภาพ ข้อกำหนดของรัฐธรรมนูญและกฎหมายต่าง ๆ ทำให้การลงทุนในอุตสาหกรรมแบบเดิมไม่สามารถทำได้อย่างปราศจากข้อจำกัดเช่นในอดีต ขณะที่การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรคส่วนใหญ่ จะไม่ส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสุขภาพ เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน อุตสาหกรรมการออกแบบ และมักเป็นธุรกิจด้านการให้บริการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้มีพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

4. ด้านความยั่งยืน อุตสาหกรรมแบบเดิมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อ และจำเป็นต้องวัตถุดิบ เครื่องจักร เทคโนโลยี และตลาดต่างประเทศ อีกทั้งต้องลดต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนค่าจ้างแรงงานให้ต่ำลง เพื่อจูงใจนักลงทุนต่างประเทศให้เข้ามาลงทุน ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้โครงสร้างการผลิตในประเทศมีความอ่อนแอและได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกได้ง่าย ขณะที่การพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ใน

การพัฒนาสินค้าและบริการ มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับสินค้า ในกลุ่มที่ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันอยู่แล้ว ทำให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ รวมทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังมุ่งเน้นส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพ และมีความสามารถหลัก สามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาภาคเศรษฐกิจใดภาคเศรษฐกิจหนึ่ง ซึ่งช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมีความยั่งยืนมากกว่า

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการพัฒนา ที่จะสามารถทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมความรู้ของชุมชน ส่งเสริมคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนให้แก่โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องสร้างโอกาสของประเทศในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ประกอบด้วย งานวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว และงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังนี้

งานวิจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยว

ศิริจรรยา ประพุดติกิจ (2553) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการวิจัย พบว่า การประเมินแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด 12 แห่ง ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ได้แก่ วัดบุปผาราม วัดโยธานิมิต ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง วัดไผ่ล้อม โบราณสถานจวนเรชชิงกัมปอต ย่านตลาดเก่าริมคลองบางพระ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนบ้านเป็ดใน น้ำตกสะพานหิน หาดลานทราย สถานีวิจัยและพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 4 (ตราด) ล่องแก่งคลองห้วยแร้ง 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านห้วยน้ำขาว จากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านศิลปวัฒนธรรม และ ด้านธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก โดยมีผลคะแนนเฉลี่ย 3.60 และ 3.55 ตามลำดับ เมื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ล่องแก่งคลองห้วยแร้ง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก จากนั้นนำผลการวิจัยมาจัดเส้นทางจำนวน 4 เส้นทาง เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 ได้แก่ วัดบุปผาราม สถานีวิจัยและพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 4 (ตราด) และล่องแก่งคลองห้วยแร้ง เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2 ได้แก่ วัดไผ่ล้อม ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง โบราณสถานจวนเรชชิงกัมปอต และ วัดโยธานิมิต เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 ได้แก่ หาดลานทราย สวนผลไม้บ้านห้วยน้ำขาว และศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนบ้านเป็ดใน เส้นทางท่องเที่ยวที่ 4 ได้แก่ วัดบุปผาราม ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ตลาดเก่าริมคลองบางพระ สถานีวิจัยและพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 4 (ตราด) ผลการวิเคราะห์ พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวที่ 4 มีจุดแข็งมากที่สุด โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกในการเข้าถึง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ รองลงมา คือ เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1, 2 และ 3 โดยมีจุดอ่อน คือ แหล่ง

ท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางแหล่งเที่ยวที่น้อย และขาดการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โอกาส คือ แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทางสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ตลอดจนสามารถ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุปสรรค คือ ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยว ข้อจำกัดด้านเวลา ตลอดจนขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการขาดงบประมาณใน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหารูปแบบและ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) ควรเพิ่มช่อง ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อขยายจำนวนนักท่องเที่ยว 3) นำเส้นทางทั้ง 4 เส้นทางมาปรับปรุง และ พัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอำเภอเมือง จังหวัดตราด

อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง และเกษราพร ทิราวงศ์ (2553) ได้ศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนมลาบรี จังหวัดแพร่ โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถรองรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงอย่างมีความรับผิดชอบ และ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชาวมลาบรี เก็บรวบรวม ข้อมูลโดยการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การสอบถาม และสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลคือ ประชาชนในพื้นที่ ผู้นำชุมชน รวม 30 คน ผลจากการศึกษาพบว่า ชุมชน มลาบรีมีทรัพยากรการ ท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ วิถีวัฒนธรรม มลาบรี อาชีพ การเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษามลาบรี งานหัตถกรรม และพื้นที่ป่าธรรมชาติ ซึ่งสามารถนำมา จัดทำเป็นกิจกรรมและการสื่อความหมายได้ และที่สำคัญคือประชาชน มลาบรีรุ่นใหม่ต้องการการ เรียนรู้ การพัฒนาทุกด้าน และต้องการได้รับสิทธิประโยชน์เหมือนกับคนไทย จากการจัดประชุมและ การพัฒนาร่วมกันของ นักวิจัยและประชาชนมลาบรีสามารถจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยววัฒนธรรม มลาบรี และมีโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้มีการฝึกทักษะกระบวนการทำงาน และให้บริการ ในระดับที่เหมาะสม

จริยญา ญพิกุล และวาร์ต มัธยมบุรุษ (2554) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพ ในด้านกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้าน ธรรมชาติ และด้านการบริหารและการจัดการ จากการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้น สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย คือพัฒนาถนนหรือเส้นทาง การคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและสามารถเดินทาง ท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล อนุรักษ์ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติหรือการคงรักษาสภาพดั้งเดิม เพื่อให้เกิดคุณค่าและนำไปใช้ ประโยชน์ในการศึกษา ไม่ทำลายความสวยงามของธรรมชาติ มีอุปกรณ์รองรับของปริมาณขยะที่ เพียงพอ และออกแบบให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ควรมีการจัดการด้านคุณภาพอากาศ และ ไม่ สร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว รักษาความงดงาม ด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม สร้างความ มีเอกลักษณ์เฉพาะตนของแหล่งท่องเที่ยว ดูแลให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง จัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ที่กล่าวถึงการ

อนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยว การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

อารยา อินคชสาร (2554) ศึกษาการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดำเนินการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จำนวน 384 คน และการสัมภาษณ์เจ้าอาวาสวัดกลางคูเวียง และเจ้าหน้าที่วัดที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลสัมปทวน เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายสินค้าบริเวณตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง และประชาชนในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือ ด้านการบริการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว สำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การเพิ่มจำนวนร้านค้าและร้านอาหาร จัดให้มีเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ การเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว และเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่ นักท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เกิดความยั่งยืน

กฤษฎา โชติช่วง (2555) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การคมนาคม การบริการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในทิศทางเดียวกัน โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์จากสูงไปต่ำ คือ การบริการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการคมนาคม

เกสร สว่างพนาพันธ์ (2555) ศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตาลโตนด: กรณีศึกษาชุมชนตาลโตนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนตาลโตนด เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความสำคัญของวิถีชีวิตของชุมชนตาลโตนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี และสามารถนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารข้อมูลที่ได้จากท้องถิ่น และสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วมจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยศึกษาจาก กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนตาลโตนด และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานท่องเที่ยวในชุมชน โดยผลการศึกษาพบว่า ชุมชนตาลโตนด ตำบลถ้ำรงค์นั้น มีความพร้อมด้วยทรัพยากรธรรมชาติไม่ว่าจะเป็น สวนตาล ป่ายาง ภูเขา แม่น้ำเพชรบุรี ลำห้วยต่าง ๆ หรือผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อ เช่น น้ำตาลสด น้ำตาลปี๊บขนมหวาน

รวมทั้งเป็นวัฒนธรรม ประเพณี ที่มาจากวิถีชีวิตประจำวันที่มีความเกี่ยวข้องกับตาลโตนด ซึ่งในปัจจุบันก็ยังเป็นเอกลักษณ์ ที่ทำให้ถ้ำรงค์โดดเด่นด้วยการอนุรักษ์สืบทอดจากคนในชุมชน และถือเป็นจุดเด่นที่มีความสำคัญในการพัฒนาชุมชนตาลโตนด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และศึกษาวถีชีวิตที่ก่อให้เกิดรายได้ และก่อให้เกิดกระแสของการอนุรักษ์และหวงแหนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ได้ ทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคน ซึ่งบุคคลที่มีความสำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตาลโตนดบ้านถ้ำรงค์ คือสมาชิกในชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และจะต้องส่งเสริมให้มีการมีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวภายในชุมชน และชุมชนท่องเที่ยวภายนอก เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

นพพร จันทรนำชู และคณะ (2557) ศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี ได้แก่ 1.1 กลยุทธ์การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดทั้งระดับจังหวัดและระดับกลุ่ม 1.2 กลยุทธ์การจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด 1.3 กลยุทธ์การปรับปรุงเส้นทางเพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว ได้แก่ 2.1 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว 2.2 กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ 2.3 กลยุทธ์การส่งเสริมคุณค่าของภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี ด้วยการไว้น้ำใจและสร้างพันธมิตร ได้แก่ 3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและของที่ระลึก 3.3 กลยุทธ์การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก 4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย ได้แก่ 4.1 กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายรูปแบบ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.3 กลยุทธ์การจัดตั้งอำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม 5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 5.1 กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5.2 กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ ได้แก่ 6.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกลุ่มประชาคมอาเซียนโดยมีแนวทางการพัฒนา 6.2 กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 6.3 กลยุทธ์การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

งานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชนัญญา สิ้นขึ้น และชวพจน์ ศุภสาร (2551) ศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP): กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบการ 4-6 ปี จำนวนสมาชิกในกลุ่ม 31-40 คน จำนวนเงินทุนหมุนเวียน 100,001 บาทขึ้นไป ประเภทผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มฯ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 10 ผลิตภัณฑ์ขึ้นไป มาตรฐานการรับรองที่ได้รับ มผช. การจัดระดับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้ระดับ 4 ดาว และความต่อเนื่องในการผลิตจะผลิตตลอดทั้งปี กลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีดัชนีชี้วัดความสำเร็จโดยรวมและเป็นรายด้าน ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับการเพิ่มขึ้นของยอดขายอย่างสม่ำเสมอ และคำนึงถึงค่าตอบแทนของสมาชิกเป็นสำคัญ ด้านลูกค้า ประกอบด้วย การมุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายเป็นประจำ และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อดำรงรักษาลูกค้าเดิมไว้ ด้านกระบวนการภายใน ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับความสามารถของประธานกลุ่มที่มีภาวะผู้นำสูง โดยจะมีการสลับ/ปรับเปลี่ยนหน้าที่การทำงาน เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้ และด้านนวัตกรรมใหม่ ประกอบด้วย ความพยายามเพิ่มพูนทักษะในการผลิต และการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตและในการจัดการของกลุ่มให้ดีขึ้นอยู่เสมอ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระยะเวลาในการประกอบการ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม จำนวนเงินทุนหมุนเวียน ประเภทผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มฯ จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด มาตรฐานการรับรองที่ได้รับ การจัดระดับผลิตภัณฑ์ และความต่อเนื่องในการผลิตที่แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีดัชนีชี้วัดความสำเร็จโดยรวม และรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีระยะเวลาในการประกอบการ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม จำนวนเงินทุนหมุนเวียน ประเภทผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มฯ จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด มาตรฐานการรับรองที่ได้รับ การจัดระดับผลิตภัณฑ์ และความต่อเนื่องในการผลิตที่แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จโดยรวม และรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของดัชนีชี้วัดความสำเร็จ กับ ความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่า ดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านการผลิต และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งของชุมชน ดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ด้านการตลาด และด้านการตรวจสอบ/วิเคราะห์คุณภาพ/ตามประเภทผลิตภัณฑ์ และด้านนวัตกรรมใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ และด้านการตรวจสอบ/วิเคราะห์คุณภาพ/ตามประเภทผลิตภัณฑ์

สุชาติ รสสิวรรณ (2551) ศึกษาการพัฒนาการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรี โดยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย พบว่า การฝึกอบรมคณะกรรมการเครือข่ายหลักสูตรด้านการวางแผน และการสนับสนุนส่งเสริมให้คณะกรรมการเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรีมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการฯ โดยการปฏิบัติจริง และการจัดเวทีประชาคมให้คณะกรรมการเครือข่ายและตัวแทนของเครือข่ายได้เรียนรู้ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ร่วม ส่งผลให้คณะกรรมการเครือข่ายมีความตระหนักและรับผิดชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ เป็นการเริ่มต้นของการพึ่งตนเอง อีกทั้งประสบการณ์จากการวิจัยและพัฒนานี้ ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติกิจกรรมการพัฒนาผู้ที่มีหน้าที่ และความรับผิดชอบ สามารถนำไปพัฒนาเครือข่ายหรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนากิจการดำเนินงานปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรี ทำให้เกิดแผนปฏิบัติการที่เปรียบเสมือนแผนที่ในการนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ (2551) ศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ โดยใช้ตัวแบบโดมอนต์: ศึกษากรณีกลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต พบว่า ทั้ง 19 ราย ให้ความเห็นว่าการจักสานยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เนื่องจากสมาชิกบางคนยังขาดความรู้ความชำนาญและขาดแคลนเงินทุนที่จะใช้หมุนเวียนในการผลิต 2) เงื่อนไขตามด้านอุปสงค์ พบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ร้อยละ 31.50 พิจารณาด้านสีสันทนและลวดลาย โดยไม่ได้พิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน มีความสัมพันธ์ในเชิงเครือข่ายวิสาหกิจน้อยมาก เนื่องจากในแต่ละธุรกิจที่เชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทาน พิจารณาเฉพาะธุรกิจของตนเอง 4) บริบทการแข่งขันที่รุนแรงของบริษัท ในด้านสถานะการแข่งขัน พบว่า สถานะการแข่งขันในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยเป็นการแข่งขันในการตัดราคาซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการลดคุณภาพ ประกอบกับกลุ่มผู้ผลิตยังขาดรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ดังนั้น จึงได้เสนอแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ อันประกอบด้วย การเสริมสร้างและรักษาจุดแข็ง การสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทาน และการสร้างสถานะแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการแข่งขัน

บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ และพงศ์พันธุ์ ศรีธธาทิพย์ (2551) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอโขงเจียม จังหวัดหนองคาย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงพัฒนา และเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการหลัก กลุ่มตัวอย่างคือสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน เฉพาะผลิตภัณฑ์ ผ้าสไบ ปลาสาม ผ้าห่ม และผ้าไหม ที่อยู่ในอำเภอโขงเจียม จังหวัดหนองคาย จำนวน 141 คน ขั้นตอนการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ระยะที่ 2 กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 3 นำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การปฏิบัติ และระยะที่ 4 ประเมินประสิทธิผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายหลังจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าร่วมโครงการวิจัยและพัฒนา ผลการวิจัย พบว่า 1. กลุ่มเป้าหมายมีปัญหาการขาดความรู้และทักษะในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขาดแคลนเงินทุน และการบริหารจัดการกลุ่มยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นสมาชิกกลุ่มจึงมีความต้องการพัฒนาความรู้และทักษะเพิ่มขึ้น 2. แนวทางการพัฒนาที่สมาชิกเลือกใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การศึกษาดูงาน การเชิญวิทยากรมาอบรมความรู้และสาธิตเทคนิควิธีการผลิต การให้กลุ่มสมาชิกได้ฝึกปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบด้วยตนเอง มีการปรับปรุงการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพและการติดตามและเสริมแรงจากผู้วิจัยเป็นระยะ 3. ผลการประเมินประสิทธิผลของแนวทางการพัฒนา พบว่า สมาชิกกลุ่มสามารถผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีขึ้นสามารถออกแบบและจัดทำผลิตภัณฑ์มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

เป็นอาหาร/สิ่งของเครื่องใช้ที่มีประโยชน์มากขึ้น 4. ผลการประเมินการพัฒนาระบบบริหารจัดการพบว่า กลุ่มสามารถจัดระบบข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายได้ดีขึ้น ส่วนด้านอื่นยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมมากนักเพราะเป็นกลุ่มขนาดเล็กยังต้องการความยืดหยุ่นสูง และ 5. จากการประเมินความพึงพอใจและเจตคติของกลุ่ม พบว่า ทุกคนมีความพึงพอใจที่ได้เข้าร่วมโครงการวิจัยและพัฒนา มีเจตคติที่ดีต่ออาชีพของตนมากขึ้น

บำเพ็ญ เมืองมูล (2551) ศึกษากระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง ตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีขั้นตอน ดังนี้ 1. ผู้นำกลุ่มมีความต้องการและริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. กรรมการและสมาชิกของกลุ่มร่วมคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. ผู้นำและกรรมการกลุ่มแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 4. กรรมการและสมาชิกของกลุ่มทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ และ 5. กรรมการและสมาชิกกลุ่มสรุปบทเรียนการทดลองกระบวนการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่เอื้อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้งนั้น พบว่าปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ 1. วิถีคิด ความรู้และทักษะของผู้นำกลุ่ม 2. โอกาสผู้นำกลุ่มที่ได้ไปเห็น เรียนรู้ และทดลองชิมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่น ทำให้เกิดความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. การตัดสินใจของผู้นำกลุ่มในการทดลองทำผลิตภัณฑ์ใหม่ 4. การร่วมคิด ร่วมหารืออย่างต่อเนื่องของกรรมการและสมาชิกกลุ่ม และ 5. การบริหารจัดการกลุ่มที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของผู้นำ กรรมการและสมาชิกกลุ่ม นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกกลุ่ม ได้แก่ 1. การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดลำพูน 2. การสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองง่า 3. ผู้นำชุมชนบ้านต้นผึ้ง 4. ศักยภาพของกลุ่ม/องค์กรในชุมชนบ้านต้นผึ้ง 5. นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 6. การเข้ามาทำวิจัยของนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้ คือ 1. พัฒนากระบวนการหนุนเสริมให้กรรมการฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ ให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2. พัฒนาการเรียนรู้ของผู้นำและกรรมการ เพื่อให้สามารถจัดระบบการลาหยุดงานและการเพิ่มค่าแรงในการผลิต เพื่อให้เกิดการผลิตอย่างสม่ำเสมอในรอบปี 3. พัฒนาการเรียนรู้ของผู้นำ กรรมการและสมาชิกในการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ลำไย และ 4. หน่วยงานของภาครัฐ ควรสนับสนุนกลุ่ม ตามความต้องการของกลุ่ม ซึ่งจะทำให้เกิดความยั่งยืน

ชำนาญ อุคำ (2552) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร ผลการวิจัย พบว่า 1. เอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหารมี 3 ด้านประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าลายแก้วมุกดา ด้านแหล่งท่องเที่ยวคือ หอแก้วมุกดาหารและด้านวัฒนธรรมคือ การแต่งกายชนเผ่า 8 เผ่า ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร 2. การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) โดยการสำรวจผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนบัญชีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดมุกดาหารมี ทั้งหมด 173 ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 5 ดาว มี 6 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 4 ดาว มี 44 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 3 ดาว มี 50 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 2 ดาว มี 57 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 1 ดาว มี 16 ผลิตภัณฑ์ 3. การศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นรูปแบบเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้

ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสินค้าที่เป็นของที่ระลึก และของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร มี 3 รูปแบบคือ แบบสินค้าแบบที่ 1 ชื่อผลิตภัณฑ์ กระเป๋าวงกุญแจจากผ้าลายแก้วมุกดา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์สินค้าถ้าวางจำหน่ายนักท่องเที่ยวมีโอกาสจะซื้อเป็นของที่ระลึกและของฝาก อยู่ในระดับมากที่สุด แบบสินค้าแบบที่ 2 ชื่อผลิตภัณฑ์ เสื้อเย็บมือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เสื้อเย็บมือรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด และแบบสินค้าแบบที่ 3 ชื่อผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาผ้าเช็ดมือ 8 เฝ้า มีรูปแบบแปลกน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า 8 เฝ้า คือ เฝ้าผู้ไทย เฝ้ากะเลิง เฝ้ากะโซ่ เฝ้าไทยอีสาน เฝ้าย้อ เฝ้าแสก และเฝ้าไทยกุลา เป็นของที่ระลึกและของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร

ทศพล เดชะ (2553) ศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระชาวยุโรป เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยใช้กรุงเทพมหานครเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางเข้าสู่ประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน พักในโรงแรม กิจกรรมที่ทำคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ วัด พระราชวัง พิพิธภัณฑสถาน ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตเดินทางเป็นคู่ และต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้งในอนาคต นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว ในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม สถานที่พักแรม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง คือ 1. พัฒนาการบริหารจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 2. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศสมาชิกให้มีประสิทธิภาพเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงโดยมีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง 3. พัฒนาระบบการตรวจคนเข้าเมืองให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ระบบวีซ่าเดียว สำหรับ 6 ประเทศ 4. พัฒนาและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบองค์รวมภายใต้แนวคิด 6 ประเทศ 1 จุดหมายปลายทาง โดยเน้นจุดแข็งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีสำคัญของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 5) มุ่งเน้นให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวควบคู่การปลูกจิตสำนึก ให้พวกเขาตระหนักและรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว อันจะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น

เกศรา สุกเพชร และวรัชต์ มัธยมบุรุษ (2555) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มีส่วนร่วม สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกรณีศึกษา พื้นที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่มาและชุมชนรอบ จังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การกระบวนกรศึกษาเอกสารตำราวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในเรื่องพฤติกรรมกรท่องเที่ยวรวมทั้งศึกษาสำรวจพื้นที่รอบเหมืองแม่มา เกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวของเหมืองแม่มาควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะห้องน้ำ สถานที่พัก เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติโดยรอบบริเวณ

เหมือนแม่เฒ่า และทุ่งดอกบัวตอง สำหรับข้อมูลที่เหมาะสมมีองค์ความรู้เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ ย่อมส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมมาศึกษาหาความรู้พร้อมกับการพักผ่อน และควรมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมสามารถใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้ได้หลายมิติมากกว่าตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอาศัยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ที่ไม่ต้องไปทำลายธรรมชาติ ในเส้นทางท่องเที่ยว พร้อมทั้งการให้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากกว่า และมีข้อมูลเชิงลึก รวมทั้งเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวทุกประเภท

ปานฉัตร อินทร์คง (2557) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า ผลการวิจัย พบว่า 1. การศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเย้าในภาคเหนือมาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันใช้อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และรูปแบบการแต่งกายชนเผ่าเย้าจากเครื่องแต่งกายคือเป็นเสื้อแขนยาวสีดำ ผ่าหน้าอก ด้านหน้ามีไหมพรมสีแดงอยู่รอบคอจนถึงเอวมีพู่ห้อยตรงตำแหน่งของผ้าคาดเอว และมีผ้าโพกศีรษะเป็นลวดลายปักสวยงามโครัลลายปักที่กางเกงเพื่อให้เห็นลวดลายด้วย 2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบัน ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า สินค้าประเภทเสื้อยืดพิมพ์ลายชนเผ่าในลักษณะภาพวาด หรือตัวการ์ตูนมีสีสันของลายผ้าชนเผ่าประกอบ เพื่อความสวยงามที่สามารถสื่อเอกลักษณ์ชนเผ่าเป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการที่สุด และ 3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ พบว่าการสร้างต้นแบบเสื้อยืดควรมีทั้งลายปัก ลายพิมพ์ร่วมกัน ส่วนกระเป๋าสะพายชนเผ่าควรขึ้นรูปด้วยวัสดุหนัง หรือผ้าแคนวาส มีลวดลายผ้าชนเผ่าประกอบด้านหน้าของกระเป๋า

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านแม่ปุดา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า วัตถุประสงค์และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในพื้นที่ชุมชน การใช้แรงงานจากกลุ่มสมาชิก กลุ่มสมาชิกจะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ แหล่งเงินทุนมาจากเงินสะสมของตนเอง ส่วนองค์ประกอบในการพัฒนาศักยภาพเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ควรมุ่งเน้นประกอบด้วย การสร้างความโปร่งใส การสร้างความชำนาญของคนในองค์กร การหาแหล่งวัตถุดิบที่อยู่ใกล้สถานที่ผลิต การสร้างคุณภาพของสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก การเรียนรู้วิธีการทำบัญชีที่ถูกต้อง การสร้างสมาชิกให้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม การแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม หาเอกลักษณ์ของชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในต่างประเทศ ได้แก่ เจมี และคณะ (Jamie, et. al., 2009) ได้ศึกษาประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีความคล่องตัวและคุณภาพชีวิต: มุมมองเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเดินทางของผู้สูงอายุชาวแคนาดา ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันดีว่าการท่องเที่ยวมักจะเกี่ยวข้องกับความสามารถในการพึ่งพาตนเอง สภาพความเป็นอยู่ที่ดีและคุณภาพชีวิตของประชากร โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาที่มุ่งเน้นในการศึกษาผลกระทบ ที่เกิดจากความถี่ในการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ว่างงานในประเทศแคนาดา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุชายและหญิงชาว

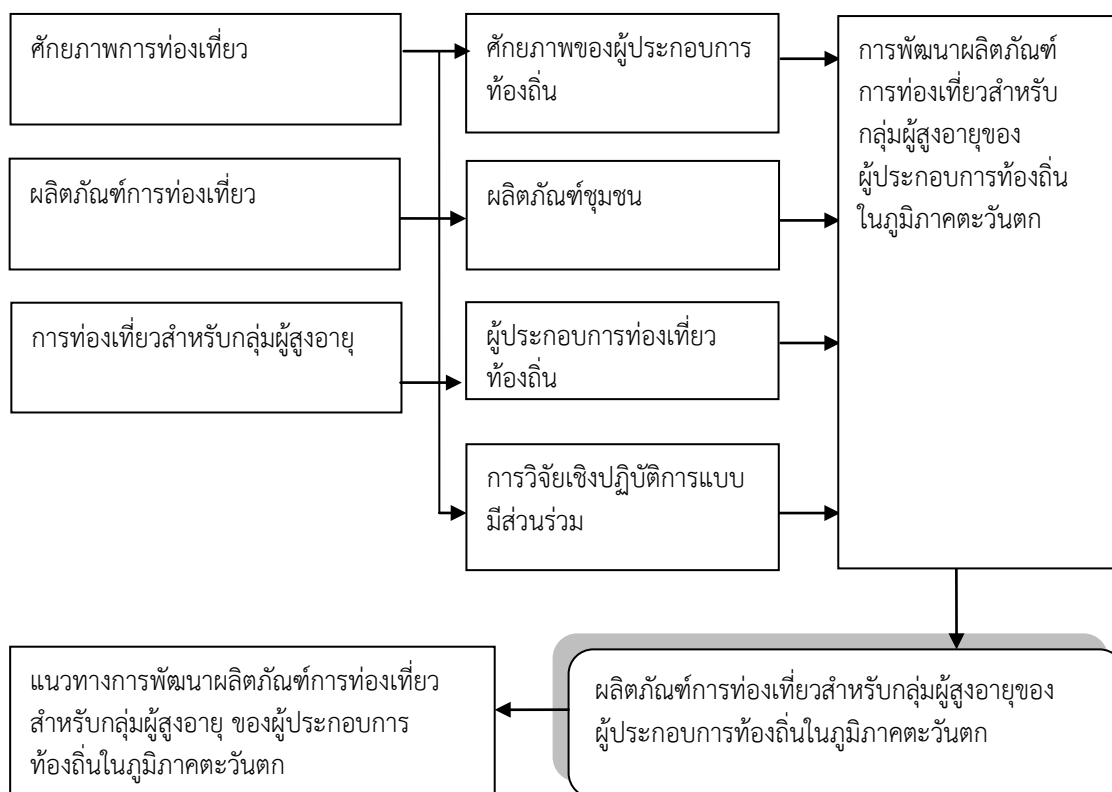
แคนาดาอายุตั้งแต่ 65 ปีจนถึงมากกว่า 85 ปี วิธีที่ใช้ในการศึกษาการศึกษานี้เก็บข้อมูลการสำรวจกิจกรรมในการท่องเที่ยว โดยดำเนินการสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตที่เกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกาย ความต้องการความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้าง และข้อมูลการเดินทาง ซึ่งรวบรวมข้อมูลจาก Statistics Canada's GSS Cycle 12 Time-Use ผลการศึกษาผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในด้านการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการมีคุณภาพชีวิตที่ดี และดัชนีที่มีต่อความสุขในชีวิต ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการศึกษาการประเมินผลการดำเนินการสำรวจสภาพทางสังคมทั่วไป ของประเทศแคนาดา (GSS) ที่มีศักยภาพสำหรับการใช้งานในอนาคต ซึ่งควรมีการศึกษาดัชนีที่มีต่อความสุขในชีวิตร่วมกับประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

ลอร์ด และคณะ (Lord, et. al., 2012) ได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาในระยะยาวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุในทวีปอเมริกาเหนือส่วนใหญ่มักต้องการใช้ชีวิตแบบปาลายในแถบชนเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ สำหรับการศึกษาได้มุ่งเน้นการศึกษาทำความเข้าใจกับมุมมองในเชิงคุณภาพ และการศึกษาในระยะยาวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างการศึกษา คือ ผู้ที่ที่พักอาศัยบริเวณชนเมือง 22 แห่ง จำนวน 102 คน ที่มีช่วงอายุ 62-89 ปี วิธีที่ใช้ในการศึกษาเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์จากผู้เข้าร่วมการศึกษานี้จำนวน 102 คน ที่มีช่วงอายุ 62-89 ปี ที่พักอาศัยบริเวณชนเมือง 22 แห่ง ในปี 1999 และในปี 2006 ผลการศึกษาผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแม้ผู้สูงอายุจะสามารถพึ่งพาตนเองในแง่ของการเดินทางได้ แต่ผู้สูงอายุเหล่านั้นก็มีความต้องการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดี เอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุ ให้มีความคล่องตัวในการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะจากการศึกษาจากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุในช่วงต้น พบว่าผู้สูงอายุเหล่านั้นยังคงมีความต้องการความช่วยเหลือบางอย่างจากสังคม อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของเมืองที่เคยพักอาศัย การสร้างสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จึงเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการปรับตัวของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งใหม่

รุย และเว (Rui and Wei, 2013: 210) อธิบายว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับรายได้ สุขภาพร่างกาย และเพื่อนร่วมเดินทาง สำหรับปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น การผ่อนคลายความตึงเครียด การเข้าถึงธรรมชาติ การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากมีเวลามาก นิยมท่องเที่ยวครั้งละ 1 หรือ 2 เมืองมากกว่าหลายเมืองในครั้งเดียวกัน การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจแบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ภูมิศาสตร์จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรม ความชอบ และความสนใจ การแบ่งส่วนตลาด ตามหลักจิตวิทยาจึงได้รับความนิยม การทำความเข้าใจในความต้องการและแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวจะทำให้ให้นักการตลาดสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความ ต้องการของ นักท่องเที่ยวสูงอายุได้

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการวิจัยที่สามารถทำให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งจำเป็นที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันแก่พื้นที่ท่องเที่ยว และสามารถยกระดับการท่องเที่ยวของพื้นที่ และสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

1.2 เพื่อศึกษาพื้นที่นำร่องเบื้องต้น เพื่อเตรียมกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

2. วิธีดำเนินการ

2.1 การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก

2.2 การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก และศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ รวม 34 คน

2.3 เตรียมพื้นที่นำร่องเบื้องต้น เพื่อเตรียมกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ในจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ราชบุรี และประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดที่เกี่ยวข้องที่เลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) รวม 34 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึกเกี่ยวกับศักยภาพ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งรายละเอียดเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และกิจกรรมการท่องเที่ยว

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ทำการรวบรวม ศึกษา และค้นคว้าเอกสาร ตำราและรายงานการวิจัย เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม
2. กำหนดการประเด็นคำถามให้ครอบคลุมคำถามการวิจัย

การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) คือ

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยแหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล เช่น ถ้าข้อมูลที่ได้มาต่างเวลา ต่างสถานที่ หรือต่างบุคคล จะเหมือนหรือสอดคล้องกันหรือไม่
2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ที่มีทั้งคณะผู้วิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย หลังจากเก็บข้อมูลแล้วมาบันทึกข้อมูลด้วยกันและเห็นตรงกัน
3. การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ทั้งจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ระดับลึก และการสังเกต

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสรุปเชิงอุปนัย (Analytic Deduction)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

1. วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
- 1.2 เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
- 1.3 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

2. วิธีดำเนินการ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตามกรอบและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น กลุ่มสืบนานตาลเมืองเพชร อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี รวม 18 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน

2.1 การวางแผน ขั้นตอนวางแผนการดำเนินกิจกรรมที่ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยกำหนดไว้ 4 ขั้นตอน

1. กิจกรรมให้ความรู้ โดยการนำผลการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 และการถอดบทเรียนจากพื้นที่ท่องเที่ยวที่รณรงค์ โดยนำศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น มากำหนดประเด็นสำคัญในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเบื้องต้น

2. วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้เทคนิคการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation-Influence-Control : A-I-C) เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอน A (Appreciation) วิเคราะห์สภาพการณ์ในอดีตจนถึงปัจจุบันและกำหนดอนาคต เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมวิจัยแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งรับฟังข้อสรุปร่วมกันอย่างสร้างสรรค์และเท่าเทียมกัน และสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันเพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรมปฏิบัติได้จริง

ขั้นตอน I (Influence) การสร้างแนวทางปรับปรุง/พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อหาวิธีการ และเสนอแนวทางการพัฒนาตามมุมมองภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยนำร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ผู้วิจัยร่างขึ้นมาช่วยกันหาแนวทางวิธีการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ท่องเที่ยว โดยนำความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มที่มองภาพในอนาคตมาพิจารณาร่วมกัน ซึ่งขั้นตอนนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ขั้นตอน I1 คือการกำหนดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งกระบวนการนี้เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมวิจัยแสดงความคิดเห็น และเสนอกิจกรรม จากนั้นจึงนำมาเสนอต่อที่ประชุมที่ละกลุ่ม

ขั้นตอน 12 คือการจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ร่วมวิจัยจัดหมวดหมู่และเรียงลำดับกิจกรรมที่สามารถปฏิบัติได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมที่เหมือนกันรวมไว้ด้วยกัน แล้วจึงพิจารณาต่อว่าแผนงานใดหรือกิจกรรมใดมีข้อจำกัด เพื่อเลือกแผนงานหรือกิจกรรมที่สำคัญที่สุดมากำหนดแนวทางปฏิบัติต่อไป

ขั้นตอน C (Control) การวางแผนทางปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่ผู้ร่วมวิจัยนำแนวทางปฏิบัติในขั้นตอน 1-2 มากำหนดผู้รับผิดชอบตามกิจกรรมที่กำหนดขึ้น พร้อมตกลงรายละเอียดของการดำเนินการตลอดกิจกรรม ผู้ร่วมวิจัยบันทึกข้อสรุปของกิจกรรมที่แต่ละกลุ่มนำเสนอ ซึ่งขั้นตอนนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ขั้นตอน C1 ผู้ร่วมวิจัยเสนอผู้รับผิดชอบของแต่ละกิจกรรมที่คิดว่าดีที่สุด และพร้อมจะนำมาปฏิบัติได้

ขั้นตอน C2 ผู้ร่วมวิจัยกำหนดแผนงานอย่างละเอียด ที่ประกอบด้วย ชื่อ แผนงานหรือกิจกรรม ผลที่คาดว่าจะได้รับ วิธีดำเนินการ วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ สถานที่ดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ และการประเมินผล

3. การค้นหากิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ หลังจากประชุมปฏิบัติการแล้ว ผู้ร่วมวิจัยได้ตกลงใจร่วมกันในการค้นหาข้อมูล/ความรู้ ค้นหาบุคคลที่จะเป็นวิทยากรกระบวนการ จัดเตรียมสื่อ อุปกรณ์ที่จำเป็น เตรียมความพร้อมด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง

2.2 การปฏิบัติการ เป็นการนำแผนการปรับปรุง/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ไปปฏิบัติจริงตามที่กำหนดไว้ โดยให้ผู้นำกลุ่มประชุมระดมสมองเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีผู้วิจัยทำหน้าที่ให้คำแนะนำ พิจารณาถึงความเหมาะสมของกิจกรรมในแต่ละด้าน และประสานผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน ดังนั้นเมื่อสิ้นสุดกระบวนการนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะมีความมั่นใจ และเชื่อในความสามารถตนเองในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้มากขึ้น

2.3 การสะท้อนผลการปฏิบัติการ เป็นขั้นการนำผลการสังเกตของผู้ร่วมวิจัย บันทึกกิจกรรมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และการประเมินผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ มาตีความ อธิบาย วิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แล้วทำการบูรณาการข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา สรุปข้อจำกัดของแผนดำเนินการ และข้อเสนอแนะ ในการปรับแผนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4 การปรับปรุงแผน เป็นการดำเนินการ โดยผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมวิจัย จะได้ร่วมกัน คิดแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงและพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

2.5 ได้ผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นรูปแบบที่แสดงถึงแนวทาง/วิธีการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่แสดงถึงความสามารถของผู้ประกอบการท่องเที่ยวว่า

สามารถทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยมีคุณสมบัติเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รวม 18 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินเส้นทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนของแบบสอบถามดังนี้ (Best & Kahn, 1998: 247)

5 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมาแปลความหมาย โดยการแปลความหมายนี้ จะใช้แบบอิงเกณฑ์ (Criterion Reference) ดังนี้

คะแนน 4.50–5.00 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 3.50–4.49 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

คะแนน 2.50–3.49 หมายถึงความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 1.50–2.49 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

คะแนน 1.00–1.49 หมายถึง ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนของแบบสอบถามดังนี้ (Best and Kahn, 1998: 247)

5 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก
 3 หมายถึงความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง
 2 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย
 1 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด
 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมาแปลความหมาย โดยการแปลความหมายนี้จะใช้แบบอิงเกณฑ์ ดังนี้

คะแนน 4.50 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

คะแนน 2.50 – 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended)

4.2 เครื่องมือเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth interview) และแนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านบวกของการเข้าร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ความเหมาะสมเส้นทางการท่องเที่ยวและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา การสรุปเชิงอุปนัย และการถอดบทเรียน

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

2. วิธีดำเนินการ

การจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสรุปผล โครงการเพื่อถ่ายทอดความสำเร็จในการนำรูปแบบไปใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น และพัฒนาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งหมด 30 คน

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการท้องถิ่น ได้แก่ ผู้ประกอบผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ผู้ประกอบการสินค้าที่ระลึก

3.2 หน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมท่องเที่ยว

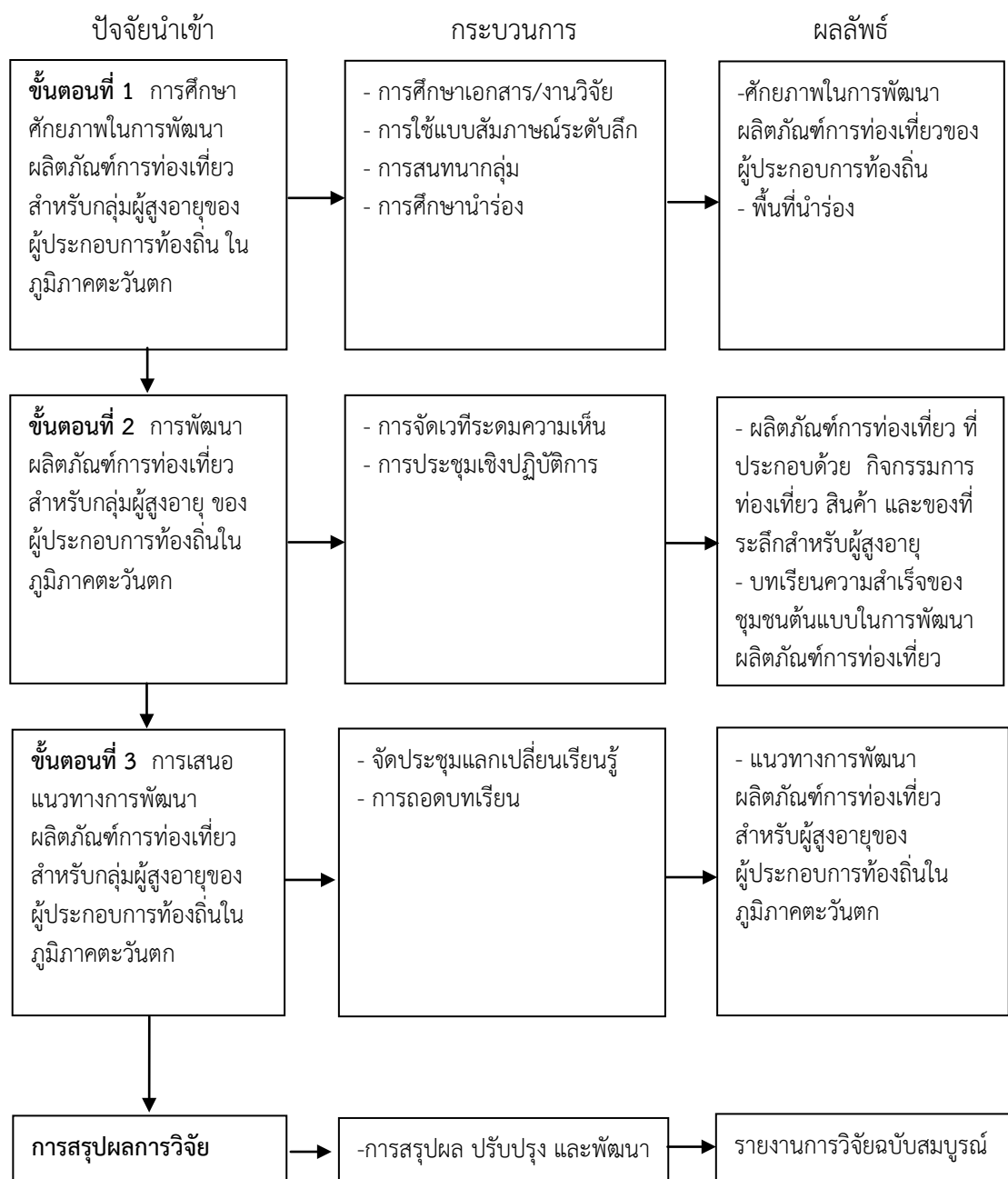
3.3 นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การถอดบทเรียน การประเมินผลการจัดประชุม การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในลักษณะการบรรยายความ

สรุปขั้นตอนการวิจัย

ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ในบทนี้จะนำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งผลการศึกษาเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก

ตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

ตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

ตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก

จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก จากเอกสารและการสัมภาษณ์ระดับลึกจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนตำบล และผู้ประกอบการท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว ของจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ (ดังรายชื่อในภาคผนวก ข) แบ่งผลการวิจัยในตอนที่ 1 เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บริบทการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก และส่วนที่ 2 ศักยภาพทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ส่วนที่ 1 บริบทการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

การวิเคราะห์บริบทการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มีดังนี้ (นพพร จันทรนำชู และคณะ, 2557)

1.1 สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลก อัตราการเพิ่มของประชากรโลกอยู่ที่ร้อยละ 1.11 ในปัจจุบัน จะลดลงเป็นระดับ 0.86 ในช่วงปี 2563- 2564 โดยประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น รัสเซีย มีอัตราเพิ่มของประชากรลดลง นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบพำนักรีสอร์ทและต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้การกระตุ้นประชาชนให้เดินทางท่องเที่ยว เช่น การลดชั่วโมงการทำงาน การสนับสนุนให้ประชาชนมีโอกาพัฒนาประสบการณ์ของตนเองจากการเดินทางท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคบางชนิดและภาษี

นายจ้าง มาตรการดังกล่าวได้มีการดำเนินการในหลายประเทศ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

2) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาด กลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วย บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,561 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 4.1 ต่อปี และประเทศจีนจะเป็นตลาดส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีนักท่องเที่ยว 100-120 ล้านคนต่อปี ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย

3) การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น บทบาทสำคัญของตลาดเกิดใหม่ ซึ่งตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปเอเชีย ทั้งตลาดที่มีขนาดใหญ่ เช่น จีน อินเดีย และตลาดขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เช่น กลุ่มประเทศในเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศในเอเชียกลาง เป็นต้น หลายประเทศจึงมีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องนักท่องเที่ยวของตนให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อแย่งชิงตลาดการท่องเที่ยว

4) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ ข้อมูลและสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่าง และสร้างคุณค่าของสินค้าในนาครูปแบบของ e-commerce และ e-business จะมีความสำคัญและซับซ้อนมากขึ้นในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะใช้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลและเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย ส่งผลให้บทบาทของอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนจากการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านเดียว มาเป็นช่องทางใหม่ในการแพร่กระจายข่าว และช่องทางการจำหน่าย

1.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1) ผลกระทบจากการก่อการร้ายระหว่างประเทศและอาชญากรรมข้ามชาติ มีแนวโน้มขยายตัวและรุนแรง มีรูปแบบและโครงข่ายที่ซับซ้อนมากขึ้น และใช้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมเป็นปัจจัยสนับสนุน ซึ่งส่งผลต่อจิตวิทยาและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะชะลอการเดินทางไปยังประเทศต่างๆ

2) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศโลก แสดงให้เห็นผลของภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงครอบคลุมไปทุกภูมิภาค ประเทศต่างๆจึงเริ่มหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง ที่กระตุ้นและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ Green Logistic จึงเป็นแนวโน้มที่กำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และอาจถูกกำหนดเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

3) ผลกระทบจากโรคระบาด ที่มีความรุนแรงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ว่าในหลายกรณีจะมีอัตราการเสียชีวิตต่ำก็ตาม แต่โรคระบาดที่เกิดจากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ๆที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลและรู้สึกไม่ปลอดภัย ดังเช่น การระบาดจากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2009 การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 31.6 ภูมิภาคยุโรปและตะวันออกไกลลดลงร้อยละ 26.37

4) ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจโลกอาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต สภาวะถดถอยของเศรษฐกิจโลก ในปี พ.ศ. 2551 และต่อเนื่องถึงปัจจุบันส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามคาดการณ์ว่าในอนาคตเศรษฐกิจโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะมีกลุ่มประเทศ บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน (BRIC) ที่คาดการณ์ว่า จีน รัสเซีย และอินเดีย มีแนวโน้มเศรษฐกิจขยายตัวมากกว่าร้อยละ 7 ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2568

1.3 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1) กระแสความสนใจวัฒนธรรมและสังคม การอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างอัตลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล

2) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเลือกพักแรมในโรงแรมที่มีอัตลักษณ์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ ในปีพ.ศ. 2563 คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นสามเท่าของปัจจุบัน หรือประมาณ 700 ล้านคน โดยเฉพาะประชากรจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส อังกฤษ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะเป็นโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการของภูมิภาคต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น สปา การท่องเที่ยว แบบพำนักรถ และการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนนักท่องเที่ยวสูงอายุ

3) กระแสความสนใจและใส่ใจในสุขภาพและการออกกำลังกาย ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศต่างๆ ได้แข่งขันกันแย่งสิทธิ์ในการจัดกิจกรรมด้านการกีฬา ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่ง

ที่มีความพร้อมในด้านบุคลากร สนามแข่งขันมีประสบการณ์การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ รวมถึงกีฬาที่มีเอกลักษณ์ เช่น มวยไทย และตะกร้อ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยมีชื่อเสียงในเรื่องของสปา การนวดแผนไทย ความพร้อมในด้านของบุคลากร มีสถานประกอบการที่มีคุณภาพ ซึ่งพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

4) นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ และกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว

5) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไปตามภาวะเศรษฐกิจ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาดนักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดพฤติกรรม Last Minute คือ ใช้เวลาสั้นก่อนการเดินทางเพื่อตัดสินใจในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความคุ้มค่า

1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1) จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ ค่าใช้จ่าย และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แม้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหาและวิกฤตด้านการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตและหลังเกิดวิกฤต

- จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยปีละประมาณ 9 ล้านคน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 5 ต่อปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งสิ้น 24,779,768 คน ลดลงร้อยละ 6.66 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากการลดลงของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค โดยภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ลดลงสูงสุดร้อยละ 8.48 รองลงมา ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ตะวันออกกลาง อเมริกา และยุโรป ตามลำดับ

- รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2550 มีรายได้ 5.4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 1.1 ล้านบาทในปี 2557 ระหว่างปี 2548-2557 พบว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 11.9 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 มีรายได้จากนักท่องเที่ยว มีจำนวน 1,147,653.49 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.93 โดยภูมิภาคที่รายได้ลดลงสูงสุด คือ โอเชียเนีย รองลงมา ได้แก่ เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ อเมริกา ตะวันออกกลาง และยุโรป ตามลำดับ

- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว/คนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.63 เมื่อเทียบกับปี 2555 โดยในปี 2556 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4,616.49 บาทต่อวัน และนักท่องเที่ยวจากยุโรปมีการใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุด คือ 6,143.22 บาทต่อวัน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดคือร้อยละ 5.48

- จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มจำนวนวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.34 เมื่อเทียบกับปี 2555 โดยในปี 2556 มีจำนวนวันพักเฉลี่ย 9.85 วัน และนักท่องเที่ยวจากอเมริกาเหนือมีจำนวนวันพักเฉลี่ยมากที่สุดคือ 9.89 วัน มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนวันพักเฉลี่ยมากที่สุดคือร้อยละ 0.22

2) นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกและยุโรปเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยสูงสุด 2 อันดับแรก (ร้อยละ 57.77 และ 27.14 ตามลำดับ) และในเดือนธันวาคม 2557 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกขยายตัวถึงร้อยละ 27.26 จากการเติบโตในอัตราที่สูงของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปลดลงร้อยละ 6.72 จากปี 2556 ทั้งนี้หากตัดผลกระทบจากนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย จะพบว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปขยายตัวร้อยละ 2.4 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป

3) นักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้มีนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวภายในประเทศมีส่วนกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ระยอง และกาญจนบุรี

4) กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมีส่วนสร้างมูลค่าให้ธุรกิจอื่นๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ อาหาร สมุนไพร ธุรกิจสปา สุขภาพนันทมัย การค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านโลจิสติกส์ และการจ้างงานในระดับต่างๆ เป็นต้น กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่ารวม 337,343 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.1 ของการบริการภาคเอกชนทั้งหมด โดยนับเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับสอง รองจากกลุ่มการสื่อสารและขนส่ง เมื่อพิจารณาตามขนาดของวิสาหกิจแล้ว พบว่ามีการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อม ร้อยละ 62.3 กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางร้อยละ 19.7 หรือ 66,334 ล้านบาท และกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ร้อยละ 18.01

5) ระบบโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จะทวีความสำคัญมากขึ้นโดยประเทศไทยมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับหนึ่ง แต่ยังมีขีดความสามารถด้านการขนส่งต่ำกว่าสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดีย สำหรับปัญหาของระบบโลจิสติกส์ไทยยังคงมีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดการลงทุนที่เพียงพอต่อการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักเมืองท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ปัญหาด้านกฎระเบียบที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในบางเส้นทาง ตลอดจนปัญหาการขาดศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

6) ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาวิกฤตและความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ทั้งโรคติดต่อและภัยพิบัติ เป็นข้อจำกัดในการรักษาสถานะเดิมและขยายตลาดใหม่ โดยผลกระทบจากวิกฤตในแต่ละครั้งได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เช่น ภายหลังจากเกิดเหตุวิกฤตการณ์โรคซาร์สส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 50 ภายใน 3 เดือน เหตุการณ์สึนามิ

ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 30 ภายใน 2 เดือน อย่างไรก็ตาม พบว่าภายหลังจากเกิดวิกฤตในประเทศไทยก็มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะกลับเข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้ง ในระยะเวลาไม่นานนัก

7) สถานการณ์ทางการเมืองยังคงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วงระยะเวลาต่อไปมีความท้าทายมากขึ้น สถานการณ์ทางการเมืองได้กลายเป็นปัจจัย สำคัญที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศ นับตั้งแต่การเกิดรัฐประหาร ในปี 2549

8) ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัย กฎระเบียบ ด้านสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยและนโยบายรัฐบาล โดยปี 2552 องค์การการท่องเที่ยวโลกจัดลำดับด้านการจัดการกฎหมาย ระเบียบบริการพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (Regulatory Framework) ของประเทศไทยไว้ในอันดับที่ 70 ของโลกซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2551 และ 2552 และหากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าประเทศไทยมีจุดอ่อนในด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security) อยู่ในอันดับที่ 118 และความยั่งยืนในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ในลำดับที่ 90 ของโลก

9) มีการกระจายอำนาจและเปิดโอกาสให้ชุมชนและท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามโครงสร้างการบริหารจัดการยังขาดเสถียรภาพ ขาดองค์กรกลางที่มีอำนาจในการบังคับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกระทำตามแผนรวม และบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพและรวมถึงกฎระเบียบของรัฐที่ตามไม่ทันการพัฒนาในภาคเอกชน การวางแผนที่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติหรือการลงทุนขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคเอกชน

10) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่น และหน่วยงานทุกระดับ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัดและประเทศ

ส่วนที่ 2 ศักยภาพทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก จากเอกสารและการสัมภาษณ์ระดับลึกจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนตำบล และผู้ประกอบการท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี ได้ผลการวิจัยดังนี้

2.1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 141 ประเทศของ World Economic Forum พบว่า แม้ประเทศไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงและวิกฤตในหลายด้าน แต่ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยกลับดีขึ้น โดยในปี 2558 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก ชัยขึ้นมามีอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก ในปี 2556 โดยประเทศไทยเป็นที่

ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคา และความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

2) ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว มีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลายกระจายอยู่ในทุกจังหวัด และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง มีความสวยงามติดระดับโลก มีอัตลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมที่สนับสนุนเชื่อมโยง และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมที่จะพัฒนาอีกจำนวนมาก เมื่อพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศในทวีปเอเชีย โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงนักท่องเที่ยวรู้จักกันดี จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย รองจากประเทศจีน ญี่ปุ่นและอินเดีย ตามลำดับความได้เปรียบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว อาจกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ความได้เปรียบของไทยลดลง จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ไม่มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับขีดความสามารถของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรม จากการสำรวจสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยว 2,154 แห่ง โดยจำแนกตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวพบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมที่ต้องเร่งพัฒนาอย่างเร่งด่วนจำนวน 138 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 50 แห่ง รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ 38 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 21 แห่ง

3) จากการพัฒนาตามนโยบายของรัฐบาล และทิศทางการพัฒนาประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้นำมาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวทางในการกำหนดเป้าประสงค์ของการพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสมดุลระหว่างภาค ระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท ให้มีภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน มั่นคง มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ลดความเหลื่อมล้ำ และกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสร้างระบบการแข่งขันเสรีและเป็นธรรม ที่เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม และให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการในภูมิภาคอาเซียนบนฐานปัญญา นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานความรู้ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยปรับโครงสร้างภาคบริการ เช่น เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ ขยายฐานการผลิตและการตลาดภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ และการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ พัฒนาและพัฒนาคูณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่การพัฒนาทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากมีศักยภาพการพัฒนาทั้งด้านอุตสาหกรรมการค้า การท่องเที่ยว และการเกษตร โดยมีความพร้อมของโครงข่ายประเทศที่หลากหลาย ทั้งภูเขา ป่าไม้ และที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีแหล่งน้ำและระบบชลประทาน และมีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ ดังนั้น เพื่อให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางของประเทศ ที่มีการเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ดังนี้

การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว

1.1 พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการฟื้นฟูและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการระดับนานาชาติ รวมถึงเร่งรัดพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน น้ำประปา การกำจัดขยะมูลฝอย โดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.2 พัฒนาการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดยการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และพัฒนาธุรกิจ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่โดยขยายบริการที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เช่น การบริการด้านการศึกษา สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.3 พัฒนาศักยภาพการให้บริการ โดยการสนับสนุนสถาบันการศึกษาในการจัดการเรียนการสอนวิชาชีพที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ เช่น การตลาดด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม และการบริการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้สามารถนำไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์และสร้างประสบการณ์ให้กับบุคลากร

1.4 พัฒนาศักยภาพการดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว โดยการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ให้มีความสมดุลต่อระบบป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาเมืองและชุมชน ที่จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาในการอนุรักษ์ และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยรณรงค์สร้างจิตสำนึกและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.5 พัฒนาศักยภาพการรักษาความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดการการรักษาความปลอดภัยอย่างมีระบบ คำนึงถึงหลักการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น โดยจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานส่วนใหญ่เป็นบริการของรัฐที่จัดขึ้นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาการคมนาคมขนส่ง การพัฒนาระบบประปา โครงการพัฒนาระบบไฟฟ้าและอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่เพียงพอของการบริการและรองรับความต้องการ ที่จะมีสูงขึ้นในอนาคตสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพิ่มความสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว

2. การอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

เพื่อให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนบริหารราชการแผ่นดิน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด จึงได้ร่วมกันกับทุกภาค

ส่วน ทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนสังคม ประชุมระดมสมอง เพื่อพัฒนาความคิดริเริ่มของภูมิภาคตะวันตก โดยการจัดทำแผนพัฒนาต่าง ๆ ดังนี้

2.1 แผนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ความสำคัญของแผนและโครงการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อมภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่ดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวและป้องกันความเสื่อมโทรม และเสียหายแก่สิ่งแวดล้อมได้ แผนและโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนและโครงการบำบัดน้ำเสีย โครงการปรับปรุงการเก็บและกำจัดขยะ โครงการปรับปรุงระบบระบายน้ำ โครงการปรับปรุงระบบระบายน้ำทิ้ง เป็นต้น โดยโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และป้องกันไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวในการที่จะเสริมสร้างความประทับใจ และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี

2.2 แผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ความสำคัญของแผนและโครงการที่พยายามพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการพัฒนาเพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว ซึ่งคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่จะไม่ก่อให้เกิดการแข่งขัน มีการพัฒนาให้เป็นไปอย่างมีระบบและการประสานงานกัน และสามารถที่จะอนุรักษ์รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ต่อไป

2.3 แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความสำคัญของแผนและโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทบริการที่สำคัญสำหรับพื้นฐานในการพัฒนาทุกประเภท แผนและโครงสร้างพื้นฐานส่วนใหญ่ เป็นบริการของรัฐที่จัดขึ้นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของแผนและโครงการ ได้แก่ โครงการพัฒนาการคมนาคมขนส่ง โครงการพัฒนาระบบประปา โครงการพัฒนาระบบไฟฟ้า โดยมีวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการพัฒนา เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่เพียงพอของการบริการและรองรับความต้องการ ที่จะสูงขึ้นในอนาคตสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพิ่มความสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว และเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจของการลงทุนภาคเอกชน

2.4 แผนพัฒนาบริการการท่องเที่ยว ความสำคัญของแผนและโครงการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมให้เกิดความสะดวกสบายต่อการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจ และจะสร้างความประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยวได้ แผนและโครงการพัฒนาบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แผนสร้างกำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แผนยกระดับมาตรฐานการบริการ เป็นต้น ในปัจจุบันแผนและโครงการพัฒนาทางด้านบริการกำลังขยายตัวสูง และมีการกระจายไปตลอดแนวพื้นที่ภูมิภาคตะวันตก ซึ่งการดำเนินการนั้นเป็นการดำเนินการลงทุนจากภาคเอกชนเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการ เพื่อจัดให้มีการบริการการท่องเที่ยวให้กระจายตามพื้นที่ต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว และให้เกิดการบริการอย่างกว้างขวาง

2.5 แผนส่งเสริมการตลาด ความสำคัญของแผนและโครงการ การตลาดเป็นองค์ประกอบด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว โดยมีสาระที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รูปแบบการ

ท่องเที่ยวและความต้องการด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว การพัฒนาและส่งเสริมตลาดเป็นส่วนสำคัญที่ใช้วัดการบรรลุเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการ เพื่อให้พื้นที่ศึกษาเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น

2.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

จากสภาพการณ์การท่องเที่ยวของไทย สภาพการณ์การท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก สามารถนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ดังนี้ (นพพร จันทรนำชู และคณะ, 2557)

จุดแข็งของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกมีจุดแข็ง (Strange: S) ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็นองค์ประกอบ 6 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. จุดแข็งด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะดั้งเดิมทางประวัติศาสตร์ มีความเป็นมายาวนานตั้งแต่ก่อนยุคประวัติศาสตร์ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และมีหลักฐานทางโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมาก

1.2 เป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ ทำให้มีสถานที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจำนวนมาก

1.3 มีวัดทางพุทธศาสนาที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงหลายแห่ง

1.4 มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณี สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มที่มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างประเทศ

1.6 มีทรัพยากรทางเกษตร แม่น้ำลำคลองเป็นแหล่งกำเนิดภูมิปัญญาท้องถิ่นหล่อเลี้ยงวิถีชีวิตของชุมชนและวัฒนธรรมริมฝั่งแม่น้ำ ที่สามารถพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. จุดแข็งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 มีระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีความพร้อม

2.2 มีที่พักที่สามารถรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว

2.3 ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักส่วนใหญ่มีมาตรฐาน

2.4 ที่พักมีรูปแบบที่หลากหลายและกระจายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทั่วกลุ่มจังหวัด

2.5 มีการเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัย รวมถึงให้มีบริการนำเที่ยวและที่พัก

มาตรฐาน

2.6 มีการรวมตัวของผู้ประกอบการในการจัดรูปแบบบริการสินค้าท่องเที่ยว เช่น สมาคมผู้ประกอบการโรงแรม กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น เพื่อพัฒนาสินค้าและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

2.7 มีบริการการท่องเที่ยวที่หลากหลายพร้อมตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

3. จุดแข็งด้านการให้บริการ

3.1 ชุมชนมีศักยภาพสูงพอที่จะจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุได้ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นของชุมชนได้หลายแห่ง

3.2 มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ที่ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร อันเป็นโอกาสในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวได้ดี

3.3 มีหน่วยงานในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในจังหวัดหลายแห่ง เป็นแหล่งเรียนรู้พัฒนาบุคลากรด้านการบริการ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด

3.4 สถาบันการศึกษาหลายแห่ง มีความพร้อมในการยกระดับหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว ทำให้มีโอกาสนำมาพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดได้หลากหลายขึ้น

4. จุดแข็งด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.1 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกจัดอยู่ในแนวเส้นทาง และพื้นที่ระเบียงทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ที่สามารถเชื่อมโยง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจากกรุงเทพและจังหวัดข้างเคียงหลายเส้นทางได้อย่างสะดวกสบายและทุกฤดูกาล

4.2 แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกส่วนใหญ่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ จึงสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว

5. จุดแข็งด้านการประชาสัมพันธ์

5.1 การจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอย่างเป็นระบบ ทั้งแผ่นป้ายเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีการจัดทำหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและการจัดทำข้อมูลสารสนเทศของกลุ่มจังหวัดเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

6. จุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6.1 เป็นกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ส่งผลทำให้มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

6.2 มีกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้หลายกลุ่ม

6.3 มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของตลาดได้หลายกลุ่ม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

6.4 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของจังหวัด สอดคล้องกลมกลืนกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

จุดอ่อนของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกจังหวัดมีจุดอ่อน (Weakness: W) ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็นองค์ประกอบ 6 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. จุดอ่อนด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

1.1 มีอาณาเขตพื้นที่กว้าง มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการสนับสนุนด้านการอนุรักษ์ และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

1.2 การขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และขาดการวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยว

1.3 การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบหลายหน่วยงานและไม่ได้บูรณาการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.4 การดำเนินการธุรกิจที่พักและบริการการท่องเที่ยวบางประเภท ยังไม่สามารถจัดการมาตรฐานร่วมกันได้ ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

2. จุดอ่อนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ยังขาดความร่วมมือในการจัดการสิ่งปลูกสร้างที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม

2.2 ขาดการวางแผนรองรับปัญหาสิ่งแวดล้อม ขยะ สิ่งปฏิกูลจากธุรกิจที่พักบางประเภท อีกทั้งมีการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติโดยไม่ผ่านการบำบัด

2.3 ปัญหาการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ที่ห่างไกลจากเขื่อน และขาดระบบชลประทานในช่วงฤดูแล้ง

2.4 เครือข่ายการติดต่อสื่อสารและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างประเทศ ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญบางแห่งยังไม่เพียงพอ

3. จุดอ่อนด้านการให้บริการ

3.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

3.2 สถานประกอบการยังขาดการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและทักษะในงานบริการด้านการท่องเที่ยวให้กับพนักงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดในระยะยาว

3.3 มีปัญหาการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพในช่วงวันหยุดที่ยาวนาน หรือเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

4. จุดอ่อนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.1 โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายชี้ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด

4.2 ป้ายบอกทางและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาษาต่างประเทศ ยังมีไม่เพียงพอ ทำให้ไม่สามารถให้ความรู้ความเข้าใจในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างทั่วถึง

4.3 การพัฒนาระบบการเดินทาง และเส้นทางการโดยสารรถประจำทางยังไม่ชัดเจน ส่งผลให้มีความสับสนในการเดินทางได้

5. จุดอ่อนด้านการประชาสัมพันธ์

5.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ยังขาดความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมรอบๆ ลงไปในพื้นที่ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

5.2 การจัดวางสื่อแนะนำการท่องเที่ยวยังไม่เหมาะสม และไม่ดึงดูดความสนใจเท่าที่ควร

5.2 การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

6. จุดอ่อนด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6.1 ภาครัฐยังขาดความเข้าใจด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านการตลาดการท่องเที่ยว อีกทั้งภาครัฐก็ยังไม่มีการประสานแผน และความร่วมมือทางการตลาดร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม ขาดความเป็นเอกภาพในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

6.2 การเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และเป็นจังหวัดใหญ่อาจทำให้เกิดปัญหาสืบเนื่องจากการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น ปัญหาอาชญากรรม ทำให้เกิดภาพลักษณ์ด้านไม่ดีต่อกลุ่มจังหวัด

6.3 การบริการการท่องเที่ยวบางประเภทตั้งราคาสูงเกินความจำเป็น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

6.4 ขาดการวิจัยเพื่อศึกษาตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

โอกาสของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกมีโอกา (Opportunity: O) ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็นองค์ประกอบ 6 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. โอกาสด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

1.1 สามารถเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

1.2 มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจำนวนมาก จึงมีโอกาที่จะจัดการการท่องเที่ยวแบบวันเดียวได้หลายเส้นทาง

2. โอกาสด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 โอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคอาเซียน

2.2 การเปิดการค้าชายแดน การเปิดจุดผ่อนปรน และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดเพิ่มขึ้น

3. โอกาสด้านการให้บริการ

3.1 หน่วยงานภาครัฐส่วนกลางให้ความสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการบริการ และความปลอดภัย เพื่อเข้าสู่ระบบสากลในพื้นที่ภูมิภาคตะวันตก

3.2 หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

4. โอกาสด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.1 การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งสู่ท่าเรือน้ำลึกทวาย ช่วยกระตุ้นการลงทุนในภูมิภาคตะวันตก

4.2 การขยายโครงการถนนในชนบท ทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกมากขึ้น

4.3 มีการลงทุนของภาคเอกชนจากภายนอก ในการสร้างบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน

5. โอกาสด้านการประชาสัมพันธ์

5.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เช่น กรุงเทพฯ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ทำให้จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกได้รับความสนใจไปพร้อมกัน

5.2 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน ที่ส่งเสริมให้ที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

5.3 กระแสความสนใจการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ส่งผลให้มีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น

6. โอกาสด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6.1 หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ในภูมิภาคตะวันตก จึงทำให้มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดได้ดีขึ้น

6.2 ความต้องการการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทำให้มีนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มที่มุ่งแสวงหาความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ทำให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น

6.3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอยู่ใกล้กับจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง ทำให้มีโอกาสทางการตลาดสูงขึ้น

อุปสรรคของการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก มีอุปสรรค (Treat: T) ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็นองค์ประกอบ 6 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

1. อุปสรรคด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

1.1 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลาง ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 การดึงดูดทรัพยากรที่ยังไม่พร้อม หรือไม่มีตลาดที่แน่นอนมาส่งเสริมการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้มาก

1.3 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

2. อุปสรรคด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

2.1 การพัฒนาโดยที่ขาดการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 โครงการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางต่างๆ ยังไม่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเท่าที่ควร

3. อุปสรรคด้านการให้บริการ

3.1 ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

3.2 ขาดการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในงานบริการด้านการท่องเที่ยวของพนักงานในสถานประกอบการต่างๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวของในภูมิภาคตะวันตกในระยะยาว

4. อุปสรรคด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.1 การเร่งการดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไปอาจทำให้ขาดความกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด

4.2 โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งอาจขัดกับกฎหมายของพื้นที่อนุรักษ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. อุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์

5.1 ความไม่ชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่ ทั้งในระดับนโยบายรัฐบาลและระดับผู้บริหารในพื้นที่ ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง

6. อุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6.1 ยังไม่มีนโยบายและแนวทางจากหน่วยงานภาครัฐ ในการกำหนดเป้าหมายและส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

6.2 ขาดการบูรณาการและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

6.3 การแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จากความสะดวกในการเดินทาง การเปิดเสรีภาคบริการและการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย และการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สรุปได้ดังนี้

จุดแข็งที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะดั้งเดิม

2. มีระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีความพร้อม

3. ชุมชนมีศักยภาพสูงพอที่จะจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นของชุมชนได้หลายแห่ง
4. จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอยู่ในแนวเส้นทางและพื้นที่ระเบียงทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น
5. การจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอย่างเป็นระบบ
6. การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ทำให้มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย

1. มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการสนับสนุนด้านการอนุรักษ์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม
2. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือในการจัดการสิ่งปลูกสร้าง ที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม
3. ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
4. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายชี้ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด
5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังขาดความหลากหลาย
6. ภาครัฐยังขาดความเข้าใจด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านการตลาดการท่องเที่ยว อีกทั้งภาคธุรกิจยังไม่มี การประสานแผน และความร่วมมือทางการตลาดร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

โอกาสที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย

1. สามารถเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่มอาเซียน
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคอาเซียน
3. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการบริการ และความปลอดภัย เพื่อเข้าสู่ระบบสากลในภูมิภาคตะวันตก
4. การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่ง ช่วยกระตุ้นการลงทุนในภูมิภาคตะวันตก
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้รับความสนใจไปพร้อมกัน
6. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก จึงทำให้มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดได้ดีขึ้น

อุปสรรคที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย

1. ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลาง ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. การพัฒนาโดยที่ขาดการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
3. ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
4. การเร่งการดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ขาดความกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด
5. ความไม่ชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่ ทั้งในระดับนโยบายรัฐบาลและระดับผู้บริหารในพื้นที่ ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างต่อเนื่อง
6. ยังไม่มีนโยบายและแนวทางจากหน่วยงานภาครัฐ ในการกำหนดเป้าหมายและส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่ชัดเจน

2.4 ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

จากการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (ดังรายชื่อในภาคผนวก ข) สำหรับศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ได้ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

1. ศักยภาพการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การสร้างสรรค์แนวคิดผลิตภัณฑ์เป็นการแสวงหาความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ให้สอดคล้องกับบริบทและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจการการท่องเที่ยว ต้องพัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการสร้างการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาจากต้องเริ่มต้นรวบรวมศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ทั้งความรู้ วัตถุดิบ วัสดุ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา หาดูเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชนที่จะนำมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ความเป็นอยู่และสภาพเศรษฐกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบ ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่งได้ให้ความคิดเห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถใช้วิธีการพัฒนาต่อยอดมาจากผลิตภัณฑ์ชุมชนของท้องถิ่น ซึ่งอาจทำได้โดยการปรับปรุงแบบ ขนาด และวัสดุให้เหมาะสม และต้องมีการปรับใช้ให้เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมากกว่าที่จะลอกเลียนผลิตภัณฑ์ของพื้นที่อื่นทั้งหมด

“...อันนี้มีแบบมาค่ะ ที่เขาไปซื้อมา แล้วมาทิ้งไว้ที่บ้าน 3 ปี ไม่มีใครสนใจ ก็เลยมานั่งดูก็น่าจะสานได้ เพราะที่บ้านเป็นคนจักสานอยู่แล้ว แม็กี่สานตะแคง มาดูว่ามันเริ่มจากตรงนี้ก็สานได้ เพิ่มๆมา พอไปดูของมันทั้งรูป โอเค มันไปจบที่ไหนละ เราก็หาที่จบไม่เจอ ดูอย่างนี้ ข้างในก็ไม่มี ข้างนอกก็ไม่มี ก็เลยแกะเลย แกะออกมาดูว่าจบตรงไหน สอดตรงไหน แกะเป็นรูปหนึ่ง ไว้ทำโครง ซึ่งไม่มีใครสอนเลย เราก็ต้องเอาแบบนั้นแหละ ไม่เคยเห็นว่าเขาสานยังไม่มาก่อน เคยเห็นแต่รูป 3 ปีก็ทิ้งไว้นั้น ฝุ่นเกาะไม่มีใครสนใจ ของเขาจะเป็นรูป

ประมาณเท่านี้ก็ใช้ลดทำเป็นที่หัว เหมือนกระปุกๆ เป็นसानจากใบตาลเหมือนกัน ซึ่งเวลาลูกเล็ก ลูกเท่านี้ ฝากเล็กใช้มะแต่ดูเส้นก็เท่านี้ แต่ดูมันหยาบๆ พอเป็นลูกใหญ่เส้นก็ไม่ค่อยหยาบ...”

เช่นเดียวกับผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่งที่อธิบายถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ต้องอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้จากธรรมชาติที่มีอยู่รอบตัว เพื่อให้มีการต่อยอดและพัฒนาศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

“...ตอนแรกจะเป็นกลุ่มปั้นแป้งข้าวเหนียวกับกาว ขยับมาเป็นดอกไม้สดอบแห้ง ...จักสานใบตาลคือ ตอนแรกทุกคนปั้นเป็นตัวสัตว์เป็นอะไร สานแจกไปออกงาน งาน สสส.เขาจัดงานไร้งี้ ก็สานไปอย่างงั้น สานไม่เคยได้ตั้งค้เอาไปแจกๆกัน ตอนหลังก็มาเป็นดอกไม้ เปลี่ยนแบบมาจากตัวสัตว์ ปู ปลา กุ้ง ก็มาเป็นดอกไม้ ดอกเดียวสีธรรมชาติที่ใส่แฉกกันใหญ่ๆ ใส่ก้านจาก อ้นสูงๆ ตอนหลังก็มาเป็นดอกไม้ดอกเล็กดอกใหญ่ แล้วใส่แฉกกันจัดเป็นช่อ ก็เป็นโคมไฟที่ทำจากไม้ไผ่ แล้วเอาดอกไม้ใบตาลไปประดับโคมไฟ...”

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะต้องมีการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีลักษณะเฉพาะตัวและแตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวของไทย และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวไทยมักชอบสินค้าประเภทอาหาร ขนม ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะชอบสินค้าพื้นเมือง ผ้า สิ่งทอ และอัญมณี เป็นต้น และความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เช่นเดียวกับ คุณเสมา วะนะสิทธิ์ จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ เสนอว่า ยังมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวไม่มากเท่าที่ควร และส่วนใหญ่ยังเป็นของฝากที่เป็นอาหาร มากกว่าที่จะเป็นของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

“...คนไทยเรื่องอาหารการกิน อาหารทะเลสด ของฝากที่ประจวบอาหารทะเลแห้ง ที่ปราณบุรีเป็นปลาหมึกแดดเดียว ของที่ระลึกน้อยมากพวกน้ำมันมะพร้าวแปรรูปแต่เป็นคนไทยทำ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติสิ่งที่เขามาจับจ่ายการฆ่าเวลาให้มีความสุขมากกว่า ได้มาใช้ชีวิตตามลำพังของเขา เราไม่ค่อยมีศูนย์การค้า เราจะเป็นเรื่องอาหารการกินมากกว่า ของที่ระลึกมีบ้างเล็กน้อยไม่เหมือนที่ภูเก็ต...”

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถทำได้ในลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ อาจเป็นสายผลิตภัณฑ์ที่สินค้าที่ลักษณะใกล้เคียงหรือสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันตามความเหมาะสม ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือในลักษณะของเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน ยังสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในชุมชนด้วย ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว ดังที่เจ้าหน้าที่ของรัฐด้านการท่องเที่ยว ให้ความเห็นว่า

“...โอ่งเป็นกลุ่มของชมรมโอ่งเครื่องปั้นดินเผา มีชมรมขับเคลื่อนระดับมาตรฐานอยู่แล้ว หัวโซโป้ชัดเจนอยู่แล้วแต่ที่จำหน่ายยังเป็นของใครของมันอยู่ ควรมีจุดจำหน่ายใหญ่ จุดย่อยเพื่อเส้นทางรอง โดยต้องเชื่อมโยงสินค้าเด่นๆ ต้องมีจัดศูนย์รวมที่ประสานงาน การที่จะจัดให้บริการตรงนี้ก็กับนักท่องเที่ยว หลักๆ ตุ๊กตา โอ่ง หัวโซโป้ หากเอามารวมกันก็ได้ในระดับหนึ่ง ตอนนี้ของพัฒนาชุมชนใกล้ๆโรงแรมโกลเด้นท์ ศูนย์otop อาหาร สรุบศูนย์ใหญ่ต้องมีอยู่ที่จะมีทุกอย่างในนี้ มีการประสานงานเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตต่างๆ เส้นเพชรเกษมต้องมีจุดใหญ่และต้องมีจุดแหล่งการเรียนรู้เป็นสิ่งที่จูงใจให้เข้ามา เช่น การปั้นโอ่งยังไม่มีตรงนี้ ตุ๊กตาก็สำคัญให้มาเรียนรู้กัน...”

สำหรับการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สามารถทำได้โดยการนำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีอยู่เดิม มาต่อยอดสร้างสรรค์ความคิดใหม่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ดังที่ผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรีเล่าให้ฟังว่า

“...เขาตั้งชื่อให้เป็นเมือง 3 วัง 3 ทะเล 3 น้ำ 3 วังคือ วังพระนครคีรี วังบ้านปืน วังมฤตทายัน ส่วน 3 น้ำคือ ทะเลน้ำจืด แม่น้ำเพชร ทางบ้านแหลมน้ำกร่อย 3ทะเลคือ ทะเลน้ำเค็ม ทะเลหมอก แหล่งท่องเที่ยวมีเกือบครบทุกอย่าง ตอนนี้มีสถานที่เอกชนสร้างขึ้นคนก็เที่ยวเยอะ ส่วนที่ราชการสร้างขึ้นก็มี..โครงการช้างหัวมัน โครงการศูนย์บำบัดสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย ศูนย์การศึกษาพัฒนาห้วยทรายเป็นการพัฒนาพื้นที่ดิน สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ เป็นจุดขายได้...”

การเลือกวัสดุ วัตถุดิบ บุคลากร ทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งนอกจากจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ยังเป็นการสร้างงานจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และสร้างรายได้จากจำหน่ายวัตถุดิบ สินค้าพื้นเมือง อันนำไปสู่การกระจายรายได้ในชุมชน ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่งเล่าให้ถึงการนำวัตถุดิบจากชุมชนมาปัจจัยการผลิตหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่สามารถหาได้ในพื้นที่ของตนเอง และการซื้อจากพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งสามารถลดต้นทุนการผลิต และสะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน

“...ใบตาลเราก็เก็บจากแถวนี้กันเอง ถ้าใช้น้อยๆ เราก็ตัดหากันเอง แต่ถ้าใช้เยอะเราต้องไปจ้างเขา ถ้าเป็นสวนเราเอง หัวคันทาเราอันนั้นไม่ต้องขอ ข้างทางไม่ต้องขอ แต่ถ้าเป็นที่ไกลๆเราต้องไปซื้อเขา คนตัดเขาจะหามาให้เราเองเขาไปซื้อมาให้เรา...”

การนำวัตถุดิบในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากจะสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสร้างและการกระจายรายได้สู่คนในชุมชนได้อย่างทั่วถึง และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...เราต้องการเพิ่มมูลค่าให้มันขายมากกว่าทุกวันนี่ ถ้าเป็นหน้าถูกมันจะเหลือ กิโลละบาท 4 ลูกกิโล แล้วมันลูกละสลึง เราจะมาเพิ่มมูลค่ามัน ที่นี้โลละ 4 บาท เท่ากับลูกละบาท เราทำยังไงให้เป็นลูกละ 5 บาทได้...”

สอดคล้องกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ที่เสนอว่าการสร้างสรรค์แนวคิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยนำวัตถุดิบที่เป็นสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในแหล่งท่องเที่ยว มาร่วมคิดร่วมทำและมีการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสื่อความหมายในการท่องเที่ยว จะเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากขึ้น

“...ถ้าเส้นบ้านแหลมของฝากก็จะเกี่ยวกับอาหารทะเล มีศูนย์ otop อ.บ้านแหลม ตอนนี้มี การนำเกลือมาทำเป็นสินค้า otop เช่น เอาเกลือมาทำสบู่ ครีมนำรังผึ้ง สำนักงานพัฒนาชุมชนส่งเสริมอยู่ มีจุดชมวิวด้วย ฉายาวาทรายเม็ดเล็ก เป็นจุดกำเนิดคือเป็นทรายเม็ดแรกของแหลมผักเบี้ยเลย...”

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควรดำเนินอย่างต่อเนื่อง และต้องเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากแหล่งอื่น ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ควรดำรงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนส่วนใหญ่ จะได้มาจากสินค้าเกษตรที่คุณภาพของวัตถุดิบอาจไม่แน่นอน ประกอบกับกรรมวิธีการผลิตที่ยังไม่ทันสมัย ส่งผลให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ผู้ประกอบการท้องถิ่นบางส่วนจึงเลือกที่จะรับผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตภายนอกในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP แล้วมาพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่ง ที่เสนอว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่า

“...สับปะรดหวานก็เคยหวานเอง แต่ว่าเราไม่รู้จะทำไมมันเก็บไว้นาน เราเก็บได้ไม่นาน เพราะไม่ได้ให้สารกันบูด ที่นี้พอเราหวานด้วยมือเราไม่ได้.....ในปริมาณของวัตถุดิบที่ได้มา ในบางครั้งมันคุณภาพไม่เท่ากัน เอาจ่ายความสุกจะไม่เท่ากัน ความเปรี้ยวความหวานไม่เท่ากัน ที่นี้สูตรก็เลยไม่เป็นสูตรที่ตายตัวต้องอาศัยความชำนาญในการกวน บางครั้งแม่บ้านมาทำคุณภาพที่ออกมาก็ไม่เท่ากัน ปริมาณต้องทำลักษณะตายตัว ทุกวันนี้ของเรานี้ มีเหมือนกันที่แม่บ้านรับเข้ามาแต่มาแพ็คเองโดยใช้แบรนด์ของตัวเองมีอยู่ แบรนด์ของแม่บ้านเราเอง มันจะง่ายหน่อย...”

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นส่วนหนึ่ง จึงใช้วิธีการพัฒนาสินค้าที่ระลึกโดยการประสานงานกับผู้ผลิตสินค้าจากภายนอก โดยมีข้อตกลงว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะจำหน่ายวัตถุดิบหลักของชุมชนให้แก่ผู้ผลิตสินค้าจากภายนอกนำไปแปรรูป ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตสินค้าจากภายนอกมาบรรจุภัณฑ์และพัฒนาตราสินค้าของตนเองมา ซึ่งส่งผลให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานมากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือทั้งวัตถุดิบและสินค้าที่รอการจำหน่าย อีกทั้งยังสร้างความรวดเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ ดังที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า

“...ใหม่ๆ เริ่มต้นที่ทำของมาเองขายไม่ได้เลย ต้องช่วยกันกิน ซื้อมือเอง ช่วยเขา เขาอุตส่าห์ทำมาขาย กลายเป็นว่าตอนหลังอย่าทำมาดีกว่า รับมาดีกว่า แต่ต้องคุยกับทางโรงงานขายไม่ได้ก็คืนไป อย่างปัญหาลักษณะนี้เราก็กังโดยระบบหนึ่งนี้ คือวิธีการเพื่อให้เขาอยู่ได้ ไม่งั้นเราก็ต้องมารับภาระตลอดให้เขาอุตส่าห์มาขาย แล้วขายไม่ได้...บางทีผมรับตัวที่ส่งออกนอกเลยแล้วเราก็กังมาขาย แต่ว่าจะไม่เป็นยี่ห้อของเราจริง แต่ว่าการันตีว่าของส่งนอกนะ ตัววัตถุดิบเป็นของเรา...ของในท้องถิ่น แต่ว่าเราที่เห็นคือเป็นของที่ส่งนอกแต่เรานำมาขายของนอก นี่คือบริบทหนึ่งในเรื่องของตัวสินค้าที่เราวางขายอยู่ตอนนี้ อย่างอันนี้ เราทำเองในของกลุ่มแม่บ้านโดยบ้าน ส่วนตัวบ้าง บางคนเขาถนัดในฝีมือก็มี...”

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นบางกลุ่ม อาจมีศักยภาพไม่เต็มที่ ตั้งแต่การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเนื่องจากความมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการค้นหาทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อนำไปสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ แต่ยังมีผู้ประกอบการบางกลุ่มที่สามารถนำความล้มเหลวจากร่วมคิดร่วมทำ และสร้างแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเล่าว่า

“...จากประสบการณ์การลอกเขาแล้วเจ๊ง จึงเอาแม่บ้านมาคุยกัน จะร่วมกันคิดร่วมทำ มาด้วยกัน ไม่ลอกแบบคนอื่น ศึกษาคู่แข่งในท้องตลาด จุดอ่อน จุดแข็ง คิดแล้วก็มานำเสนอกับกลุ่มให้สมาชิกได้วิจารณ์กัน ต้องฟังให้มาก เพราะถ้าเราพูดเขาจะไม่วิจารณ์เลย ปล่อยให้เขาวิจารณ์เต็มที่ จากนั้นกลับมาศึกษา ปรับปรุงสร้างเป็นต้นแบบ ทดลองกิน ได้ต้นแบบมาแล้วต้องมาวิจารณ์กันก่อน...”

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นยังขาดทักษะในการสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ขาดความคิดริเริ่ม และขาดแนวทางในการนำวัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและสร้างเรื่องเล่าจากการท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...ผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังขาดการนำภูมิปัญญาจากท้องถิ่นมาใช้ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไม่แตกต่างและขาดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ขาดความคิดริเริ่มใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ขาด

เรื่องราวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาในด้านการผลิตจำเป็นต้องได้รับการต่อยอดทางด้านความรู้...”

เช่นเดียวกับ ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งให้ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมืองว่ายังขาดจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการเลียนแบบกัน

“...การออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนยังไม่เข้าตา สินค้าไม่ได้รับการยอมรับ ไม่สามารถแข่งขันในตลาดมวลชนได้...และมักผลิตของที่ระลึกโดยการเลียนแบบกัน...”

ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตได้อาจยังไม่สม่ำเสมอ ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นเล่าให้ฟังว่า

“...ปัญหา อุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เราแกล้งไม่เป็นก็คือ ความซึ้นซึ้นมาแหละ อยู่ไม่นาน ถึงแม้รูปทรงจะอยู่ แต่จะขึ้นเป็นราดำ ไม่สวย และเรื่องแบบ อยากได้แบบใหม่ๆ ที่เราไม่เคยเห็นไม่เคยรู้จักมาก่อน อยากให้มีคนมาออกแบบให้...”

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีแนวทางการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน โดยอาจพัฒนาตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรมีการวางแผนการตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยว หรือในร้านขายของฝาก เพื่อศึกษาการตอบสนองตอบสนองของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แล้วนำผลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อไป

2. ศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุ และเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว ดังที่ คุณอิสระพงศ์ แทนศิริ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี อธิบายว่า

“...บุคคลที่เกษียณแล้วน่าจะมากับครอบครัว สิ่งที่เขาจะเดินทางมาท่องเที่ยว มาเที่ยว น้ำตกที่เข้าถึงไม่ไกล นี่ถึงความหลัง กลุ่มผู้สูงอายุอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มตีกอล์ฟ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและที่ค่อนข้างมีสุขภาพแข็งแรง เพราะเมืองกาญจนบุรีมีสนามกอล์ฟ 10 กว่าสนาม ถ้าเป็นชาวต่างชาติก็จะมีทีตีกอล์ฟน้อย ยกเว้นชาวเกาหลีได้พอถึงฤดูกาลหนาวของเขา จะมีผู้ประกอบการที่จัดทำทริปกอล์ฟ ให้ชาวเกาหลีวัยต่างๆไปตีกอล์ฟทุกอย่างจะอยู่ในแพ็คเกจ กลุ่มนี้จะไม่ค่อยออกไปไหนไกลนัก บ้านเราอากาศดีและราคาถูกกว่าดี

กอล์ฟบ้านเขา และวัดเสือหลวงตามหาบัวเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ มาดูว่าคนกับเสืออยู่ด้วยกันได้อย่างไรอันนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจพอสมควร...”

ขณะที่คุณศานติ อรรถวรรณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี ได้กล่าวถึงศักยภาพเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ว่ามีทั้งกิจกรรมที่มีความหลากหลายตามความสามารถในการจ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วย

“...ส่วนราชบุรีเป็นเมืองพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติของสวนผึ้ง กับในตัวเมืองที่ว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินมาได้คิดว่าเหมาะสำหรับทุกกลุ่มเหมือนกัน เดินทางสะดวก แหล่งท่องเที่ยว ของที่ระลึก ที่พัก ค่อนข้างหลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวิถีชีวิตชุมชน ก็ตลาดน้ำดำเนินสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศยังได้รับความนิยมอยู่อีกจุดหนึ่งที่เหมาะกับผู้สูงวัยเป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน จิปาถะ เข้าไปตัวสินค้าที่น่าสนใจ มีประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ เห็นความตั้งใจ เห็นการลงทุน เรื่องนี้น่าสนใจสำหรับผู้สูงวัยได้เลย พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน เหมาะกับผู้สูงวัยเหมือนกัน มีการแสดงเฉพาะวันเสาร์ ฟรี หากเป็นวันธรรมดาก็จะเข้าไปดูในพิพิธภัณฑ์ได้มีอยู่ 300 กว่าตัว เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านหนังใหญ่ และชุมชนโพธารามเป็นตลาดเก่าที่เขาพยายามฟื้นฟูขึ้นมา อนุรักษ์ให้คงเดิม สินค้าทั้งในเมืองราชบุรีและเพชรบุรีมันสามารถขายได้ทั้งสูงวัย วัยทั้งปกติเพียงแต่ว่าอันไหนที่ตรงกับผู้สูงวัย เช่น ศิลปวัฒนธรรมประเพณี...”

ส่วนคุณดวงใจ คัมสะอาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบุรี เสนอว่าการท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจสำหรับผู้สูงวัยที่สามารถมาท่องเที่ยวได้บ่อยครั้ง และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ใช้เวลาในการเดินทางมากนัก

“...มองเพชรบุรีอย่างเดียวเป็นหาดทราย ชายทะเล สินค้าตัวนี้เป็นสินค้าเที่ยวได้ทุกวัย มาซ้ำได้ไม่เบื่อเป็นตัวที่ดึงดูด ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ นี่เป็นหลัก แล้วค่อยกระจายเรื่องอื่นๆ เป็นโอกาสอีกอันหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มตลาดธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเลดีที่สุดแล้ว....”

เช่นเดียวกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ได้อธิบายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงวัยว่ามีศักยภาพความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผู้สูงอายุชาวไทย และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยสำหรับผู้สูงอายุต่างชาติ

“...นักท่องเที่ยวสูงอายุการทำบุญมากกว่า สามารถที่จะใช้ชีวิตในเมืองเพชรบุรีไหวพระ 9 วัด และเชื่อมโยงแหล่งเกี่ยวกับศิลปหัตถกรรม ช่างสิบหมู่จัดแสงนิทรรศการสำนักงานวัฒนธรรมเพชรบุรี จะเป็นศูนย์แสดงวัฒนธรรมทุกอย่างของเพชรบุรี ช่างทำทองที่มีชื่อเสียงของเพชรบุรี ส่วนการท่องเที่ยวแบบผจญภัยเป็นของแกร่งกระเจาน เณินทุ่ง...”

เช่นเดียวกับผู้ประกอบการท้องถิ่นอีกท่านหนึ่งได้เสนอว่า การเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นต้นแบบ เป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

“...แนวทางการพัฒนาให้นักท่องเที่ยวมาให้เกิดความยั่งยืน อาจถือเอาสงขลาโมเดลเป็นแบบส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวได้ศึกษาแลกเปลี่ยน เรามีชมรมผู้สูงอายุแล้วเขาก็จัดท่องเที่ยว ทัศนศึกษาในแหล่งพิพิธภัณฑ์ที่เห็นว่าดี เพราะฉะนั้นผู้สูงอายุเหล่านั้นได้มีโอกาสแทนที่จะพาไปชายหาดทะเล เอามาเที่ยวอย่างนี้ดีกว่า แล้วเชิญวิทยากรท้องถิ่นมาต้อนรับ ยังมีการรับประทานอาหารร่วมกัน สร้างความสนิทสนม...”

ส่วนท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เล่าให้ฟังเกี่ยวกับความหลากหลายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุว่า ควรมีความหลากหลายและเหมาะสมกับผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม และบริบทของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาตินักให้ความสนใจกับกิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ และมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองกับครอบครัว หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติบางกลุ่มอาจซื้อทัวร์มากับผู้นำเที่ยว

“ดูจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามา กลุ่มหัวหินส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนอำเภอเมืองเป็นนักท่องเที่ยวประเภทขับรถกันมาเอง ครอบครัว บอกต่อกัน ในช่วงวันหยุดมากกว่า ส่วนทางซีกล่างอำเภอทับสะแก อำเภอบางสะพาน บางสะพานน้อย...แต่มักนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหนึ่งที่มาพักที่สามร้อยยอดเป็นเดือนๆประมาณ 100 คนมาจากเนเธอร์แลนด์ มาแบบครอบครัวกิจกรรมเพื่อสุขภาพพักอยู่ที่โรงแรม ตอนเช้ามีกิจกรรมออกกำลังกาย พาไปพื้นที่ต่างๆ...ส่วนกลุ่มท่องเที่ยวต่างชาติมาเพื่อสุขภาพเป็นหลัก อากาศบริสุทธิ์ชายหาดทะเล ส่วนมากพักส่วนตัวแถวหัวหิน ปราน สามร้อยยอด อีกกลุ่มหนึ่งแถวซีกล่างแถวบางสะพาน เขาซื้อทริปมา...”

ขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย มักจะเดินทางมากับบุตรหลาน ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางศาสนาและความเชื่อทางศาสนา และมีลักษณะกิจกรรมที่จัดแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...ผู้สูงอายุในเชิงวัฒนธรรมเป็นหลัก ของเราแต่ละพื้นที่พยายามสร้างสิ่งดึงดูดใจ เริ่มแต่วัดห้วยมงคล อันดับแรกเลยคือ หลวงพ่อทวดที่เป็นตัวดึงดูดตรงนั้น หลวงพ่อวัดประจักษ์เจ็ดยอดที่เขามารองรับอยู่ วัดเก่าเริ่มปรับปรุงตัวเองขึ้น เช่น วัดกุยบุรี โดยใช้หลวงพ่อนี้เป็นตัวนำร่อง ของอำเภอทั้งหลายวัด เช่น วัดเกาะหลัก วัดอ่าวน้อย ของทับสะแกดึงดูดเรื่องของสิ่งที่อื่นไม่มี เช่น หมวกไม้ตาลที่วัดหนองหอย ส่วนบ้านกรูดเป็นวัดมหาธาตุ เครื่องดนตรี...คนไทยมาในเชิงเชื่อถือ เชิงศรัทธา สักการะตามแหล่งพื้นที่ที่เขาไปโรกเอาไว้ เช่น ใหญ่ที่สุดในโลกคือหลวงพ่отวด มีแห่งเดียวในโลกคือโบสถ์ไม้दान วัดอ่าวน้อยคือโบสถ์ไม้สัก อีกกลุ่มคือพวกเกจิอาจารย์เช่นมีหลวงพ่อดังๆมาอยู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะกลุ่มที่มีความศรัทธาและส่วนมากเป็นผู้สูงอายุมากกว่า ...”

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ว่าควรมีความหลากหลายตามบริบทของพื้นที่ท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพทั้งหมด

“...ปีนี้มีกิจกรรมอยู่ประมาณ 4 กิจกรรมเช่น จักรยานแรลลี่เพื่อการท่องเที่ยวจัดไว้ 3 กลุ่มเลย กลุ่มสมัครเล่น กลุ่มสูงอายุ และกลุ่มผู้สนใจจากด้านสิ่งขจรถึงสามอ่าว พยายามโปรโมตแหล่งท่องเที่ยวของเราทั้งหมด 70 กิโลเมตร ของกลุ่มปราณบุรีคือ กินหมึกแดดเดียว...”

การจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุควรเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การประกอบกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เน้นความสุขทางร่างกายและจิตใจ มากกว่าที่จะเป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ข้อมูลว่า

“...กิจกรรมในตัวแหล่งท่องเที่ยว ค่อนข้างมองไปในเรื่องของวัฒนธรรมกับชุมชน คงไม่ใช่กิจกรรมที่ดูแล้วทำให้คนดูรู้สึกว่าเป็นคนสูงวัยแต่ต้องเป็นเรื่องที่น่าสนใจสนุก แล้วก็เรื่องของสุขภาพ เป็นเรื่องของที่พักผ่อนการนวด สปา... ภูมิปัญญาไทยมาใช้มาผ่อนคลายนวดต่างๆ แล้วก็กิจกรรมด้านจิตใจที่เอามาเชื่อมโยงกัน ทำพันธมิตรกับเครือข่ายว่ามาตรงนี้แล้วไปไหนต่อ แล้วก็กิจกรรมที่คนสูงอายุทำแล้วมีความสุข...”

สอดคล้องกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรีที่เสนอว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคตะวันตกสำหรับผู้สูงอายุ คือ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ทุกฝ่ายต้องส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

“...สนับสนุนกลุ่ม 8 ชชาติพันธุ์ให้เป็นเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่าง ตัวพวกนี้จะเป็นชนวนให้การท่องเที่ยวเขาเห็นว่าแข็งแรง น่าสนใจ แล้วก็วิถีชีวิต เครื่องใช้ไม้สอย เสื้อผ้า เครื่องทำมาหากิน เครื่องดนตรีแต่ละกลุ่ม ใช้คำว่าจุดสนใจ...”

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่ง ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุว่า ควรจัดกิจกรรมในเชิงสันตนาการที่มีคุณภาพ มุ่งสร้างความประทับใจ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการท่องเที่ยวแบบฉาบฉวยและมุ่งเน้นโปรแกรมการท่องเที่ยวจำนวนมาก

“...นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุควรผนวกการสันตนาการเข้าไปด้วย ต้องมีเวลาพักผ่อน ไม่ใช่เร่งจนเกินไป ควรจะใช้เวลาให้กับผู้สูงอายุ และพิพิธภัณฑ์ควรจัดหาสิ่งที่เป็นชื่อว่า

มันสันทนการให้ผู้สูงอายุให้ที่ปฏิสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยว ที่ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความประทับใจ รับประทานอาหารร่วมกัน ได้ฟังคำบรรยายอย่างเต็มรูปแบบดีกว่าการมีหลายโปรแกรมแต่มีเวลาน้อย...”

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจ เป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ศักยภาพการให้บริการการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นบริการแก่นักท่องเที่ยวแล้ว การให้บริการที่เน้นความปลอดภัยก็เป็นศักยภาพที่จำเป็นสำหรับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความมั่นใจและมีความปลอดภัย โดยให้ภาคีเครือข่ายและชุมชนร่วมกันจัดการให้บริการท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัย ดังที่ คุณเสมา วนะสิทธิ์ จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังได้เสนอว่า นอกจาก

“...การป้องกันเรามีระบบเครือข่ายของเราอยู่ ดำรวจภูธร ดำรวจท่องเที่ยว พยายามจัดสายตรวจในพื้นที่ที่เสี่ยง เสี่ยงในมุมมองของเรา ไม่ใช่เสี่ยงในมุมมองของนักท่องเที่ยว เรื่องของความปลอดภัยไม่กล้าการันตีเพราะพฤติกรรมของคนไทย แต่ถ้าพูดถึงว่าโอกาสที่เกี่ยวกับเรื่องประทุษร้ายนักท่องเที่ยวแทบไม่มี เราพยายามชักชวนชุมชนให้ความสนใจในเรื่องนี้ ปรึ้ให้ชุมชนมีบทบาทมาก เกือบทุกอำเภอเป็นเครือข่ายเรา อบรมาสาสมัครด้วย ให้ชุมชนเป็นที่ตั้ง ตั้งแต่เรื่องการเป็นเจ้าภาพให้ดี สอนให้เขาดูแลความปลอดภัยอบรมาสาสมัครให้เขา อบรมาเสร็จยกให้ตำรวจท่องเที่ยวเป็นพี่เลี้ยง เวลาเรามีกิจกรรมชุดนี้จะเข้าไปสนับสนุนช่วยเหลือเรา เป็นหูเป็นตาแทน...”

การจัดบริการท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจะต้องให้บริการที่เป็นมาตรฐาน ทั้งด้านการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ดังที่ คุณเสมา วนะสิทธิ์ จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เสนอว่า

“...พยายามทำโลโก้เรื่องการท่องเที่ยว ว่าทำอย่างไรให้ได้มาตรฐานเพราะมาตรฐานของกรมเองมัน 50 แต่มาตรฐานมันน่าจะสูงจะถึง 60-80 ว่าถ้าเห็นโลโก้ร้านอาหาร โรงแรมนี้การันตี การบริการ เน้นคุณภาพและการมีส่วนร่วม แต่เป็นหน้าที่ของสาธารณสุข เขาทำตอนนี้ได้เพียงแค่ good taste แต่เราอยากจะเห็นภาพตรงนั้น...”

เช่นเดียวกับ ผู้นำเที่ยวท่านหนึ่งได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานในการให้บริการว่าเป็นศักยภาพที่จำเป็นในการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ ผู้นำเที่ยวจะต้องมีทั้งความรู้เกี่ยวกับ

แหล่งท่องเที่ยวแล้ว จำเป็นต้องมีใจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการเป็นพิเศษ

“...ไค้ที่ออกมาใหม่ๆค่อนข้างเยอะ การฝึกในรูปแบบจริงค่อนข้างจะน้อย เขาจบมาก็ได้ใบมีแต่ทฤษฎี เรียนจบท่องเที่ยวมาเพื่อท่องเที่ยว นั่นคือความคิด แต่จริงๆแล้วการท่องเที่ยวการเป็นไค้คือการบริการ การดูแลลูกค้า ไม่ใช่แค่เล่าเรื่องเป็น ต้องคอยดูแล ปัจจุบันค่อนข้างน้อย เราอยากให้เด็กพวกนี้มีคุณภาพ...”

การพัฒนาศักยภาพในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น หน่วยงานด้านการศึกษาคือหน่วยงานสำคัญ ในการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ซึ่งสามารถทำได้โดยการจัดหลักสูตรฝึกอบรม การให้นักศึกษามาฝึกงานที่สถานประกอบการ และการร่วมพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพ มีดังที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่งให้ข้อมูลว่า

“...เคยประชุมร่วมกันอยากให้มาพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมรองรับ AEC หาแนวตลาดใหม่ที่ดี ที่ตอบรับมามีราชภัฏเพชรบุรี ราชภัฏสวนดุสิต อยากให้พัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาชีพโรงแรม ได้เฉพาะอาหารและเครื่องดื่ม มี 4 หลักสูตรที่ต้องทำแผนกต้อนรับ แผนกบริการเครื่องดื่มและอาหาร แผนกครัวและแผนกแม่บ้านที่ทำทุกปีอยู่แล้ว แต่หลักสูตรอื่นๆ เช่น บริการอย่างไรให้ประทับใจลูกค้า นักศึกษาที่มาฝึกงานเป็นของราชภัฏมาอาชีวศึกษา เราทำ MOU กับสถาบันการศึกษากับราชภัฏเพชรบุรี กับอาชีวศึกษา เพชรบุรี เท่านั้นว่า 1. มาช่วยกันพัฒนาบุคลากรในสายวิชาชีพ 2. ส่งนักศึกษามาฝึกงานหาประสบการณ์ 3. ร่วมกันทำหลักสูตรอบรมพัฒนาร่วมกับประกอบการ...”

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีศักยภาพการให้บริการการท่องเที่ยว ทั้งทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งการให้บริการที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

4. ศักยภาพการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท้องถิ่นจะต้องมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาแล้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการตลาดในการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวมาจำหน่าย รวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยต้องมีความร่วมมือกันในการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าที่ระลึกโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น ดังที่คุณอิสระพงศ์ แทนศิริจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี เสนอว่า

“...ผู้ประกอบการท้องถิ่นค่อนข้างจะตื่นตัว ส่งบุคลากรเข้ามาอบรม เข้าไปอบรมการตลาด เช่น การทำตลาดออนไลน์บนมือถือ เขาให้ความร่วมมือตอบรับที่ดี บางสถานที่มีการปรับปรุงขยายเพิ่มเติม ผู้ประกอบการบางรายมีการสร้างโรงแรม...”

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรวางแผนการส่งเสริมการตลาด ที่เจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วย ดังที่เจ้าหน้าที่ของรัฐด้านการท่องเที่ยวท่านหนึ่งเสนอว่า

“...เวลาเราประชาสัมพันธ์ให้นั้นถึงผู้สูงอายุ เช่น จัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้สูงอายุอายุ 60 ปีขึ้นไปลดค่าที่พัก 50% พัก 1 คืนแถม 1 คืน มีหมอนวดคลายเส้นให้ เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุมากขึ้น...”

นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดอย่างเชิงบูรณาการเป็นเงื่อนไขในการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มีหลากหลายรูปแบบและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังที่ คุณอิสระพงศ์ แทนศิริ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี เสนอว่า

“...เราใช้ social network ที่เรามีเครือข่ายอยู่และ social media เช่น youtube line เราใช้เครื่องมือตัวนี้ออนไลน์เข้าไป และการที่จะ PR สักอย่างเราต้องเชิญสื่อมวลชนทำข่าวไปถึงแหล่งท่องเที่ยวจริงๆเลย ช่วงปีที่ประชาสัมพันธ์เขาข้างเผือกเป็น 1 ใน 10 จุดมุ่งหมายปลายทาง เอาสื่อมวลชนไป นักเขียนนิตยสาร วิทย์ ช่างถ่ายภาพ blogger ไปเก็บภาพต่างๆของจริงมาแล้วประชาสัมพันธ์ออกไป ค่อนข้างพร้อม...”

ดังที่ผู้ประกอบการที่พักท่านหนึ่งให้ความเห็นว่า การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ ทั้งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทของนักท่องเที่ยว ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

ถ้าเป็นฝรั่งเขามีบริษัทโลโก้เอเจนซี่จัดทัวร์อยู่แล้ว ถ้าเป็นคนไทยครอบครัว เพิ่งประชุมกันเมื่ออยากจะทำเส้นทางท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยวสำหรับตลาดคนไทย พยายามใช้ IT ว่าอยากจะไปเส้นทางไหนได้บ้าง ถ้าเป็นตลาดกรุ๊ปผมเสนอทางจังหวัดว่าให้มีทุกโรงแรมซึ่งมีการลดราคาอยู่แล้ว เอาข้อมูลโดยทท. ทำข้อมูลเส้นทางว่าจะศึกษาดูงาน หรือประชุมสัมมนา เส้นทางผลิตสินค้า ของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวที่แมนเมด แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เทียววัดชมวัง เราทำเส้นทาง แล้วทำแผนที่ท่องเที่ยวตอนนี้กำลังดำเนินการอยู่

นอกจากนี้ขณะที่ คุณอรสา อารุณคม จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจวบคีรีขันธ์ เสนอว่าควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมกัน ตามพันธกิจของแต่ละหน่วยงาน ทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ ช่องทางการตลาด เพื่อให้สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร

การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถบริหารจัดการกับความต้องการการท่องเที่ยวและ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม ทั้งการสื่อสารการตลาด
แบบเดิม และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

“...ในการทำงานเรื่องการท่องเที่ยว ก็จะมีภาคส่วนต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าระดับ
จังหวัด ระดับหน่วยงานท้องถิ่น สื่อมวลชน ผู้ประกอบการเอง ก็มีความสำคัญทุกๆส่วน
ในระดับจังหวัดจะมีบทบาทประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยมีสำนักงานท่องเที่ยวกีฬาและ
จังหวัดประจำจังหวัด ที่ขึ้นอยู่กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เป็นหน่วยงานที่ดูแล
และรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยว มีการตั้งงบประมาณตรงนั้น ส่วน
ผู้ประกอบการเองเขาต้องให้ความร่วมมือดำเนินการกับการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาของเขาคือ
ช่วงวันธรรมดาที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมา ถ้าเขาให้ความร่วมมือจัดแพ็คเกจวันธรรมดา
ให้เดินทางมา ก็จะส่งผลต่อความสำเร็จประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้า
มาเพิ่มขึ้น และการตลาดบทบาทก็คือสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอยู่แล้ว
ปัจจุบันเราดำเนินการทุกรูปแบบสื่อออนไลน์ สื่อมวลชนที่เรามีเครือข่ายอยู่ มีเว็บไซต์ต่างๆ
ดำเนินการอย่างเต็มรูปแบบ...”

ขณะที่ คุณอรสา อารุธคม จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่
เสนอว่านอกจากการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แล้ว ยังจำเป็นต้อง
พัฒนาช่องทางการตลาดในการจำหน่ายของฝาก ของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุด้วย เพื่อให้
นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึก

“...บ้านสิงห์เป็นแหล่งขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นชื่อเสียงมานานแล้ว มันเหมือนแหล่งจำหน่าย
กระจายอยู่ทุกพื้นที่ของราชบุรี เราก็ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทุกกลุ่ม...”

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีศักยภาพการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
โดยการวางแผนการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การใช้
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่
เจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละ
กลุ่มได้อย่างเหมาะสม

เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

เงื่อนไขที่ส่งเสริมให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งผลิตภัณฑ์ที่ระลึก
กิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบความสำเร็จประกอบด้วยเงื่อนไข ดังนี้

1. **เงื่อนไขด้านการเรียนรู้** การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สามารถ
เกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ในครอบครัว จากการประกอบอาชีพของคนในครอบครัวและมีการถ่ายทอด
ผ่านการฝึกฝนและการลงมือทำตาม ดังที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวท่านหนึ่งเล่าฟังว่า

“...เรียนจักสานจากครอบครัว เป็นตั้งแต่เด็ก ๆ แล้วคะ พวกป้าๆ ปู่ย่าตายาย เขาเป็น ตั้งแต่เป็นเด็กนักเรียน และจักสานตั้งแต่ตัวเล็กตัวน้อย ก็มีคนมาแนะนำว่าต้องทำรูปนั้น รูปนี้ แล้วเราก็ออกไปดูของข้างนอกบ้าง คุยกันเองในกลุ่มกับพี่แ้ว พี่สจ๊ว กับป้าๆ ลุงๆ มีการแนะนำกัน...”

การเรียนรู้สามารถทำได้ร่วมกันในชุมชนจากการวางแผน การปฏิบัติร่วมกัน เป็นการเรียนรู้ ผ่านการปฏิบัติที่แต่ละบุคคลเรียนรู้ร่วมกัน ในการวิเคราะห์ปัญหาและการสะท้อนกลับอย่างต่อเนื่อง มีการเสนอแนวทางการแก้ปัญหาและนำแนวทางการแก้ปัญหาที่ผ่านการพิจารณาแล้วไปปฏิบัติ ทำให้ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างฝ่ายต่างๆ ผ่านการปฏิบัติงาน ผ่านเวทีของชุมชน ทำให้เกิดการ เชื่อมต่อทางความคิดและแสวงหาความรู้ใหม่ ได้ผลงานจากการปฏิบัติงานร่วมกัน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก กล่าวไว้ว่า

“...การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่มด้วยกัน จะเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ โดยการจัดเวทีชาวบ้านนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาพูดคุยกัน เพื่อที่จะเรียนรู้ว่าชุมชนมีศักยภาพอย่างไร หาทางเลือกหาโอกาสในการลงทุนทำกิจกรรม ต่าง ๆ เช่น ควรจะมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใดที่จะแปรรูปผลผลิตเป็นสินค้าเพื่อนำมาใช้ใน ชุมชนทดแทนสินค้าที่ซื้อมาจากภายนอกชุมชน...”

การส่งเสริมการเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการท้องถิ่น อาจหมุนเวียน กันตามความศักยภาพและความเหมาะสมร่วมเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ มีการจัดสรรผลประโยชน์ อย่างเป็นธรรมให้แก่สมาชิก ร่วมกันจัดทำแผนการปฏิบัติงาน แผนการผลิต แผนการตลาดของกลุ่ม ร่วมกันพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิก โดยจัดให้มีการถ่ายทอดความรู้ทางด้านการแปรรูป ให้แก่สมาชิก และร่วมกันปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด และมี คุณภาพได้ โดยการเรียนรู้ของผู้ประกอบการท้องถิ่นกับเครือข่าย ทั้งการให้ความรู้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แก่บุคคลภายนอก ซึ่งนอกจากเป็นการสานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้ว ยังเป็นการสร้าง ประสิทธิภาพที่ดีให้แก่ดังที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นท่านหนึ่ง เล่าให้ฟังว่า

“...คนมาเรียนส่วนใหญ่แล้ว เป็นนักศึกษา นักเรียน ดิฉันตอบต ส่วนใหญ่ก็จะมาเที่ยวสวน ตาล โดยการเรียนจักสานเนี่ย ประมาณ 2 ชั่วโมงก็เป็นอย่างแล้ว แล้วที่มาอยู่ครั้งวัน ก็ต้องได้ คน ละ 2 ชิ้น 3 ชิ้น ก็โอเค อุปกรณ์เราเตรียม คำวิทยากร คำอุปกรณ์ แต่บางที่เขามาแล้ว จัดให้เลยนะให้เท่านี้ บางทีค่าสอนคนละสองร้อย สามร้อย ก็ว่าไป ชั่วโมงหนึ่ง คำอุปกรณ์ เท่าไหร่ก็ว่าไป...”

การเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สามารถทำได้กับภาคีเครือข่ายภายนอก ที่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็นที่ บริक्षा คอยให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกและสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ที่เหมาะสม เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ กระตุ้นให้ฝึกคิดสร้างสรรค์ ฝึกปฏิบัติ สร้างแรงจูงใจและให้กำลังใจผู้เข้าร่วมกิจกรรม ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวไว้ว่า

“...ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในชุมชนควรส่งเสริมการเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชน โดยสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวางแผนการผลิต...”

การศึกษาดูงานเป็นการเรียนรู้นอกสถานที่เพื่อเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ที่คาดหวังว่าจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติงาน ทั้งยังเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศอันซ้ำซากจำเจของงานประจำที่ทำอยู่ไปสู่การพบเห็นสิ่งใหม่ ซึ่งสร้างเสริมแนวคิดวิสัยทัศน์ใหม่และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง วิธีการศึกษาดูงานที่ได้ผลคุ้มค่าและนำไปสู่การพัฒนาอย่างแท้จริง ต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน มีการวางแผนและศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้อง และสิ่งสำคัญยิ่งอีกอย่างหนึ่งคือต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายอย่างคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับจากเรียนรู้นอกสถานที่

นอกจากนี้ การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภายนอก เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการให้บริการการท่องเที่ยว อาจเป็นการจัดอบรมโดยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สถานศึกษา ซึ่งผลของการเรียนรู้ผ่านการอบรมจะช่วยให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...ทางเรารณรงค์เรื่องภาษา เตรียมเข้าสู่ AEC 2 ปีที่ผ่านมา หอการค้า อุตสาหกรรม ทางกระทรวงท่องเที่ยวก็พาให้ความร่วมมือกัน มีการจัดอบรมภาษา ยังมีอบรมภาษาพม่า ภาษาจีนเขาเปิดอบรมบ่อยๆ จะเล็งผู้ประกอบการต่างๆ นักเรียนนักศึกษา หน่วยงานราชการที่มีความสนใจ รวมถึงภาคเอกชนเปิดเข้าให้การอบรม มีทั้งอบรมฟรีและเสียเงินด้วย...ผู้ประกอบการมีการเตรียมตัว ส่งบุคลากรเข้ามาอบรม เข้าไปอบรมการตลาด เช่น การตลาดออนไลน์บนมือถือ...”

เช่นเดียวกับผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของผู้ประกอบการท้องถิ่นว่าการเรียนรู้เรื่องของภาษา มีบทบาทสำคัญกับการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพเดินทางมายังภูมิภาคตะวันตกมากขึ้น โดยสามารถเรียนรู้จากการอบรมโดยสถานศึกษา และหน่วยงานภายนอก ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนจำเป็นต้องปรับตัวและมีการเรียนรู้ด้านภาษาเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากต่างประเทศให้มากขึ้น

“...ประสานกับกระทรวงแรงงานเพราะว่ากลยุทธ์พัฒนาระบบบุคลากร กระทรวงแรงงานเป็นเจ้าภาพหลัก มีการจัดหางาน กำลังคน อบรมภาษาให้โดยใช้เงินจังหวัด เงินเขาด้วยมีศูนย์พัฒนาพัฒนาฝีมือแรงงาน เครือข่ายสถานศึกษาที่เขาขออบรมมัคคุเทศก์น้อยทางด้านภาษา คิดว่าพร้อมของเราพัฒนาศูนย์บุคลากรเราเตรียมมา 3-4 ปีแล้ว...”

ดังที่ผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ที่เสนอว่าการเรียนรู้เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต้องมีการขยายพื้นที่ของการเรียนรู้ของชุมชนได้มี

ส่วนร่วมในการสร้างความรู้และเผยแพร่ความรู้ของการท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งระดับผู้ประกอบการ
ท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยว และสถานศึกษา

“...สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวพะเยา คุณวสันต์ สมาคมประธานอุตสาหกรรม คุณ บัณฑิต มี
หอการค้า คุณการันย์เป็น Beach club เป็นกลุ่มชมรมของเขา เขาส่งเสริมเรื่องการ
ท่องเที่ยว กิจกรรมให้เด็กๆ เขามีส่วนร่วม สถาบันการศึกษามีส่วนร่วมแนวทางพัฒนา
จากเด็กนักเรียน เวลาจัดอบรมมีแต่นักเรียน นักศึกษา มีการจัดส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
มาอบรมร่วมกัน...”

เงื่อนไขด้านการเรียนรู้ กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งภายในชุมชนและเครือข่าย
ภายนอกชุมชนที่ผู้ที่มีประสบการณ์มาถ่ายทอด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้แกกัน มีสถานที่และ
บรรยากาศที่ผ่อนคลายเหมาะในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยให้การ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดขึ้นและสะดวกในการส่งต่อข้อมูลด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน

2. เงื่อนไขด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเงื่อนไขในการดึงดูดใจ
ในการท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยว
สูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพ
ใจ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุ ดังที่ คุณอิสระพงศ์ แทนศิริ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
จังหวัดกาญจนบุรี อธิบายว่า

“...บุคคลที่เกษียณแล้วน่าจะมากับครอบครัว สิ่งที่เขาจะเดินทางมาท่องเที่ยว มาเที่ยว
น้ำตกที่เขาส่งไม้ไกล นึกถึงความหลัง กลุ่มผู้สูงอายุอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มตีกอล์ฟ กลุ่มนี้เป็น
กลุ่มที่มีศักยภาพและที่ค่อนข้างมีสุขภาพแข็งแรง เพราะเมืองกาญจนบุรีมีสนามกอล์ฟ 10
กว่าสนาม ถ้าเป็นชาวต่างชาติก็มีที่ตีกอล์ฟน้อย ยกเว้นชาวเกาหลีได้พอถึงฤดูกาลหนาว
ของเขา จะมีผู้ประกอบการที่จัดทำทริปกอล์ฟ ให้ชาวเกาหลีวัยต่างๆไปตีกอล์ฟทุกอย่างจะ
อยู่ในแพ็คเกจ กลุ่มนี้จะไม่ค่อยออกไปไหนไกลนัก บ้านเราอากาศดีและราคาถูกกว่าตี
กอล์ฟบ้านเขา และวัดเสือหลวงตามหาบัวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทั้งนักท่องเที่ยวไทยและ
ชาวต่างชาติ มาดูว่าคนกับเสืออยู่ด้วยกันได้อย่างไรอันนี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจพอสมควร...”

สอดคล้องกับผู้นำเที่ยวท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ มักจะเดินทาง
ท่องเที่ยวแบบระยะยาวเพื่อการพักผ่อนและกิจกรรมทางธรรมชาติ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม
เล็ก ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมักจะเดินทางท่องเที่ยวแบบระยะสั้น ไปเช้าเย็นกลับ มี
วัตถุประสงค์เพื่อทำบุญ และมักเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสองกลุ่มจึงแตกต่างกัน

“...ต่างประเทศเขามาพักผ่อน ใช้ชีวิตอยู่เป็นเวลานานพักผ่อนเยอะที่เที่ยวไม่มาก ถ้าเป็น
คนไทยมาวัด ไหว้พระทำบุญ ไม่เหมือนกัน คนไทยมาไปแบบกลุ่มใหญ่ บางครั้งมีแบบทัวร์
จัดธรรมะสัจจะ ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากก็นอนที่วัด หรือนอนโรงแรมที่ไม่แพงมาก ผังเขาจะ

มาเป็นครอบครัว กลุ่มเพื่อนก็เป็นแบบผู้สูงอายุเลย ต่างประเทศผู้สูงอายุใช้จ่าย เทียวเต็มที นั่งช้าง ล่องแพ เทียน้ำตก เน้นทางกิจกรรม พักผ่อนอาจจะไปหนักมาก นอนออนเซนแถว บ้านหินดาด หัวหินเขาก็มานอนทะเลเลย คนไทยเน้นซื้อของกินมาฝากลูกหลาน...”

เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านหนึ่ง ที่ให้ความเห็นว่าเงื่อนไขทรัพยากรการท่องเที่ยวใน ภูมิภาคตะวันตกมีความพร้อมต่อการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น กิจกรรมด้านประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการ เรียนรู้

พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน เหมาะกับผู้สูงวัยเหมือนกัน มีการแสดงเฉพาะวันเสาร์ ฟรี หากเป็นวันธรรมดาจะเข้าไปดูในพิพิธภัณฑ์ได้มีอยู่ 300 กว่าตัว เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้าน หนังใหญ่ และชุมชนโพธารามเป็นตลาดเก่าที่เขาพยายามฟื้นฟูขึ้นมา อนุรักษ์ให้คงเดิม สินค้าทั้งในเมืองราชบุรีและเพชรบุรีมันสามารถขายได้ทั้งสูงวัย วัยทั้งปกติเพียงแต่อัน ไหนที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เช่น ศิลปวัฒนธรรมประเพณี...”

ส่วนคุณดวงใจ คัมสะอาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบุรี เสนอว่าการ ท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นสิ่งดึงดูดใจในภูมิภาคตะวันตกสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถมาท่องเที่ยวได้ บ่อยครั้ง และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ใช้เวลาในการเดินทางมากนัก สามารถเดินทางได้ในหนึ่ง วันหรือหลายวันตามความเหมาะสมและความพร้อมของนักท่องเที่ยว

“...มองเพชรบุรีอย่างเดียวเป็นหาดทราย ชายทะเล สินค้าตัวนี้เป็นสินค้าเที่ยวได้ทุกวัย มา ซ้ำได้ไม่เบื่อเป็นตัวที่ดึงดูด ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ นี่เป็นหลัก แล้วค่อยกระจายๆ เรื่องอื่นๆ เป็นโอกาสอีกอันหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มตลาดธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเลที่ดีที่สุด แล้ว...”

สอดคล้องกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่ง ได้เล่าให้ฟังถึงเงื่อนไขทรัพยากรการ ท่องเที่ยว ว่ามีความสำคัญกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่ง ท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่สร้างโดยภาคเอกชน และที่ได้รับการ สนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ

“...ที่นี่เป็นเมืองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการท่องเที่ยว มีต้นทุนที่เป็นธรรมชาติ มีวนอุทยาน ทางภาคตะวันตกของเราใหญ่ที่สุด อุทยานแก่งกระจาง มีทะเลหมอกที่เขาพะเนินทุ่ง ถ้า ผู้สูงอายุไปเที่ยวเขาไม่เก็บค่าผ่าน ทะเลสาบน้ำจืด อ่างเก็บน้ำแก่งกระจาง อุทยานแม่ กระจิงเป็นอ่างเก็บน้ำที่พระเจ้าอยู่หัวดำริเพื่อป้องกันไม่ให้น้ำท่วมในเพชรบุรี ก็เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเหมือนกัน เป็นทะเลทรายเม็ดแรกของอ่าวไทยอยู่ที่แหลมผักเบี้ยเพราะตั้งแต่ สมุทรสงครามลงมาจะเป็นทะเลโคลน หาดชะอำ หาดปึกเตียน นาเกลือมีเทศกาลนาเกลือ ทุกปี ดูนกอินทรี นกเหยี่ยวที่เขา้อย เมืองเพชรบุรีเป็น 1 ใน 5 ของการดักน้ำเพื่อไปทำ

พิธีในพระบรมมหาราชวังต่างๆ เชื่อว่าทำนํ้าศักดิ์สิทธิ์ วัดท่าไชยศิริ ได้พัฒนาแล้วได้รับบ
จากจังหวัด สมุทรปราการ เป็นที่ตักนํ้าสวยของรัชกาลที่ 4-5...”

ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว
เที่ยว จะเป็นสิ่งที่แสดงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการ
เกษตร และด้านธรรมชาติ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจวบคีรีขันธ์
ที่เล่าให้ฟังเกี่ยวกับความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการเกษตรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่า

“...เราอาจจะได้เปรียบบ้างเพราะเป็นพื้นที่ค่อนข้างยาวแล้วก็ค่อนข้างสงบ แล้วก็กิจกรรม
เรื่องของสุขภาพ เช่นการหมักทราย ทางวิชาการบอกว่าทรายจะมีประโยชน์ช่วยดูดซึม
สารพิษในร่างกาย แล้วก็เรื่องกิจกรรมทางสังคม ธนาคารปูปลา ทางจังหวัดประจวบจะมี
ตรงนี้ แล้วก็จะมีเรื่องวิถีชีวิต พวกการทำประมงหรือการทำเกษตรค่ะ ที่นี้เรื่องของสปีด
รูดค่ะ จะมีพันธุ์หอมสุวรรณ อันนี้จะโดดเด่นมาก จะมีสีเหลือง หอม หวาน กินแล้วไม่กัด
ลิ้น...”

ขณะที่ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ได้เล่าให้ฟังถึงความพร้อมของทรัพยากรทางการเกษตร
การที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและเป็นแหล่ง
เรียนรู้การทำเกษตรสำหรับนักท่องเที่ยว

“...ที่ถ้ำรงค์ เขาปลูกต้นตาลเยอะ เขาทำศูนย์เรียนรู้เรื่องการทำตาลโตนด การปลูก การทำ
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เราสามารถทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ มีนักท่องเที่ยวมาดูงานเยอะ
ตอนนี้กำลังแปรรูปได้หลายอย่าง เช่น ผงน้ำตาล...”

กล่าวได้ว่าเงื่อนไขด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับ
ประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ และเป็นสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

3. เงื่อนไขด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเงื่อนไขการท่องเที่ยวในการให้ความสะดวกแก่นัก
ท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุข ความสบายใจ และความประทับใจ ทั้งสิ่ง
อำนวยความสะดวกที่จัดทำขึ้นโดยรัฐ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดขึ้นโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว
ดังที่ คุณอรสา อารุชคม จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เสนอว่า

“...ความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของการรองรับนักท่องเที่ยว มีความพร้อมสูง
ไม่ว่าที่พัก มีให้เลือกทุกระดับ ตั้งแต่ราคา 500 บาทขึ้นไป นํ้า อาหารมีรองรับตลอด
เส้นทาง แหล่งจำหน่ายของที่ระลึกมีตลอดเส้นทาง มีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานรองรับกลุ่ม
นักกีฬา กอล์ฟ สปามีตามโรงแรมที่ได้มาตรฐานเกือบทุกโรงแรม...”

การนำนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสำคัญ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่รวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ภาครัฐต้องเข้ามาร่วมจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยจัดเส้นทางที่เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกบางประเภทมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง เกินกว่าผู้ประกอบการท้องถิ่นจะสามารถทำได้เอง เช่น ถนน ทางลาด ดังที่คุณนเรศ จุลบุตร จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี เสนอว่า

“...เรื่องถนนที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าเป็นปัจจัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจะคิดว่า เดินไกลไหม กลัวว่าตัวเองจะเดินไม่ไหว เช่น น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น เมื่อก่อนใครจะไปลำบาก ณ ปัจจุบัน ถนนเข้าถึงง่าย รถจะจอดแทบเกยน้ำตกชั้นที่สวยงามที่สุด ถนนเทพูนซีเมนต์...”

เช่นเดียวกับคุณอรสา อาวุธคม จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เสนอว่าการจัดทำเส้นทางเข้าสู่พื้นที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ จำเป็นต้องทำร่วมกันเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด

“...การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ใช่เฉพาะ 2 จังหวัดเท่านั้น ในการเดินทางถ้าเขาเดินเอง ไม่ได้ก็จะมีปัญหาพอสมควร กำลังรณรงค์กันอยู่เยอะ ถ้าเราจะต้องทำเราก็ลงทุนเยอะเหมือนกันดูที่ผู้ลงทุนมีความตั้งใจแค่ไหน อันนี้เป็นปัญหาหลักสำหรับผู้สูงวัยที่เดินเองไม่ได้ ถ้าสมมติเขาไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวเองได้ การเข้าถึงบางสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีรถสาธารณะ การเดินทางต้องขับรถไปเองเท่านั้น ดังนั้นผู้สูงอายุไม่สะดวกขับรถมาเองตรงนี้ก็ถือว่าเป็นจุดอ่อน...”

สอดคล้องกับผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความเห็นว่าการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน จำเป็นต้องทำให้รูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ ที่ต้องมีกลยุทธ์การจัดการร่วมกันเพื่อให้การขับเคลื่อนการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

“...โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานถนน ตอนนี้คือกรมทางหลวง รับปากเองว่าได้งบประมาณมาจะปรับปรุงตั้งแต่หัวหินถึงแยกปฐมพร ปีนี้ได้งบประมาณ 500 ล้าน ปีนี้ปรับปรุงประมาณ 3 ช่วงที่จะปรับเส้นทางนี้แต่ในขณะเดียวกันเส้นทางที่เข้าแหล่งต่างๆ ผมบริหารใช้กลยุทธ์เป็นตัวขับเคลื่อน มีเจ้าภาพร่วมอยู่ทุกกลยุทธ์ โครงสร้างพื้นฐานให้โยธาภิการกระทรวงคมนาคมทั้งหมดเป็นเจ้าภาพร่วม โดยตั้งแม่เหล็กไว้ 3 ตัว ชีกบนหัวหิน ชีกกลางสามร้อยยอดจะให้หัวหินเป็นแม่เหล็ก พอถึงอำเภอกุยอำเภอมือง เราก็ใช้อำเภอมืองเป็นแม่เหล็ก เพราะเราจะมีด่านสิงขร 3 อ่าวเป็นตัวขับเคลื่อนอยู่ขับเคลื่อน เวลาขับเคลื่อนต้องมองเจ้าภาพทรงนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องดูตรง 3 จุดนี้

การที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท้องถิ่นจะต้องมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งระหว่างการเดินทาง และสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ ร้านอาหาร ที่พัก ที่จะต้องสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่ม ดังที่ผู้นำเที่ยวท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า

“...ห้องพักบ้านเราจำนวนคนเยอะ โยมสแตย์จะรองรับไม่ได้ ฝรั่งเศสเน้นรูปแบบการบริการเป็นฝรั่งเขาดูแลดีพอเป็นคนไทยเขา ก็เฉื่อยๆ ไม่อะไรมาก ห้องน้ำสถานที่ท่องเที่ยวพอจะรองรับได้แต่พอเทศกาลรองรับลำบาก ตามสถานที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำผู้สูงอายุไม่ค่อยเจอนอกจากปีจะมีห้องน้ำผู้สูงอายุ...”

สอดคล้องกับเจ้าหน้าที่ของรัฐด้านการท่องเที่ยวท่านหนึ่งให้ความคิดเห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวกมีเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกจะจูงใจให้มีการท่องเที่ยวและซื้อสินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันไป ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มักจะเดินทางด้วยตนเองจะต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น แผนที่ ข้อมูลเส้นทางและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

“...สำหรับคนไทยไม่ต้องการอะไรเลยเพราะเขาถามทางได้ตลอด แต่ฝรั่งเศสต้องพึ่งแผนที่ ซึ่งเราก็ไม่มีงบประมาณทำแผนที่โบรชัวร์ให้สวยงาม เราต้องไปของบประมาณจาก ททท. สนับสนุนเรามาแต่ก็ไม่เยอะบางครั้งเราต้องเสียเงินจัดทำด้วยตนเอง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการทางลาดชัน รถไฟ รถยนต์ ห้องน้ำ ตู้โทรศัพท์ แต่ส่วนมากคนอายุเขาจะมากับไกด์ มีคนดูแล...”

กล่าวได้ว่าเงื่อนไขด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการทำให้การนำนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามาร่วมจัดการกับผู้ประกอบการท้องถิ่นและมีกลยุทธ์การจัดการร่วมกันเพื่อให้การขับเคลื่อนการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. เงื่อนไขด้านเครือข่ายการบริการการท่องเที่ยว การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากนัก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งแสวงหารายได้เป็นหลัก จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนรายได้จากหน่วยงานภาครัฐ ดังที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า

“...คือการใช้เงินสนับสนุนจากรัฐบาลกลาง รัฐบาลกลางก็อาจไม่ทราบว่าเราสร้างพิพิธภัณฑ์ แต่เราไม่ได้รับการสนับสนุน เรื่องค่าไฟฟ้า จิปาถะที่เราต้องจ่ายเงินตามรายการจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เราต้องหาจากผู้เยี่ยมชมเท่านั้นที่เขาช่วยให้มาอยู่

ด้วยทุกวันนี้ ถ้าไม่มีผู้เยี่ยมชมนอยู่ไม่ได้แล้วจริงๆ เพราะฉะนั้นเราก็นึกว่าเรื่องเงินสนับสนุนพัฒนาเป็นเรื่องจำเป็น...”

นอกจากนี้ การสนับสนุนจากเครือข่ายการท่องเที่ยวยังทำได้โดยการนำนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อให้มีรายได้กระจายสู่ชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้สูงอายุ

“...ภาครัฐ ระดับจังหวัดต้องสนับสนุนพัฒนา นอกจากให้งบประมาณที่ตรงตามแผนแล้ว อย่างอื่น ถ้าเป็นไปได้องค์กรบริหารส่วนตำบลหรือจังหวัดต้องจัดทัศนศึกษาพิพิธภัณฑ์ แทนที่จะพาไปทะเลเหมือนที่ทำกันเป็นประจำ...เราก็มีชมรมผู้สูงอายุของเพชรบุรีมีการจัด กีฬาให้ผู้สูงอายุเข้ามาส่วนร่วมให้เขาไปแข่งขันที่ต่างจังหวัด โดยงบประมาณพลศึกษา ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนแล้วค่อยไปแข่งขันกีฬา...”

เช่นเดียวกับผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุโดยเครือข่ายการท่องเที่ยวว่า เนื่องจากประเทศไทยขาดการจัดสวัสดิการให้แก่ผู้สูงอายุมากเพียงพอ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่จึงไม่มีรายได้ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงควรสนับสนุนให้มีการนำเที่ยวแก่ผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ และเป็นการพบปะเพื่อนฝูงในวัยเดียวกัน

“...มีจัดกิจกรรมเรื่องท่องเที่ยวบ้างแต่เราไม่ได้ระบุผู้สูงอายุโดยเฉพาะที่ผ่านมามีโครงการเกี่ยวกับครอบครัว คัดเลือกตัวแทนครอบครัวไปเที่ยวไปดูงาน ทางเราก็คุยกันกำลังทำแพ็คเกจท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรีและแพ็คเกจการท่องเที่ยวภายในของเพชรบุรีเอง ที่จะให้มีการท่องเที่ยวหลากหลายภายใน 1-2 วัน สร้างรายได้ให้กับจังหวัดมากขึ้น

การสนับสนุนจากเครือข่ายการท่องเที่ยว ทำได้โดยการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้แก่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลพื้นฐาน ที่ตั้ง กิจกรรมการท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ดังที่ผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ข้อมูลว่า

“...หน่วยงานของเราออกงานให้เขา ทำโบชัวร์ แผ่นพับ ไวนิล ออกบูทเวลาเราไปออกงาน เราก็แนะนำแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว ปีนี้งานสามอำเภอชุมชนก็มาร่วมกับกิจกรรมของเรา ต้องคิดเอาเครือข่ายของเรามาแสดงผลงานให้ได้ อาจจะมีกิจกรรมเช่น พื้นที่ป่าระอูเอากิจกรรมการแสดงชาวเขามาโชว์ สินค้าเราลงให้อยู่แล้ว ให้เขาแสดงศักยภาพของเขา ปีที่แล้วผมเอาชาวเขามาเดินขายยังในงาน เป็นการโปรโมท...”

เช่นเดียวกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวอีกท่านที่เสนอให้ทุกฝ่ายเข้ามาร่วมมือกัน ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถดำเนินการได้โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หากแต่ต้องอาศัยความร่วมมือกัน ซึ่งความร่วมมือรวมถึงการสร้างความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องมีการประสานงานในลักษณะของเครือข่ายการท่องเที่ยว ดังที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่งให้ข้อมูลว่า

“...ตำรวจท่องเที่ยวมีหน้าที่โดยตรงที่ต้องรับผิดชอบดูแลนักท่องเที่ยว รักษาความปลอดภัยไม่ว่าคนไทยหรือชาวต่างชาติ ส่วนศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวของท่องเที่ยวและกีฬาเป็นส่วนหนึ่งคอยประสานช่วยเหลือ แต่กรณีหากมีการร้องเรียนหรือได้รับความไม่เป็นธรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแต่เมื่อเราได้รับการร้องเรียนเราต้องประสานกับตำรวจท่องเที่ยวทันที ถือว่าเป็นจุดหนึ่งที่เราสร้างให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ...”

เช่นเดียวกับผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เสนอว่าการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

เรื่องความปลอดภัยเราก็มีผู้การเป็นเจ้าภาพร่วมอยู่มีกลยุทธ์ประมาณ 6 ตัว ให้เขาจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้ผมตามศักยภาพเช่น ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ จะเป็นเจ้าภาพให้ดูแลอุทยานทั้งหมด ส่วนหาดทรายชายทะเลจะให้ท้องถิ่นพวก อบต. เพราะเขาเป็นเจ้าของพื้นที่ พยายามจัดระบบตรงนี้ให้ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็น นายแพทย์สาธารณสุข เรื่องการนวด สภาต่างๆ เข้ามาเส้นทางให้เรา ทางเที่ยวทางวัฒนธรรมก็ให้ทางวัฒนธรรมดูแล มี 6 เส้นทางในประจวบที่คิดว่าแหล่งท่องเที่ยว เราพร้อมที่จะขายให้นักท่องเที่ยว

เงื่อนไขเครือข่ายการบริการการท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสนับสนุนงบประมาณในการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่น และเครือข่ายสนับสนุนการท่องเที่ยว

5. เงื่อนไขด้านเครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวเป็นการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลและชุมชนในเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว การรับรู้เป้าหมายร่วมกันเป็นเงื่อนไขของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปตามเป้า โดยการสร้างเครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจะทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียมในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...การที่เราจะประสานกับหน่วยงานอะไรได้ หนึ่ง ประสานกลุ่มจะต้องเข้มแข็ง และเวลาหน่วยงานไหนเข้ามาเรารับได้หมด ก็ต้องไปเพื่อให้ความร่วมมือ เป็นการหาเครือข่าย คำก็จะไปพบเครือข่ายมากมาย แล้วคำก็จะคุยกันแล้ว ก็จะได้แนวทางว่าเราจะต้องไปทางไหนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เรามีการพัฒนาขึ้น...”

เครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว สามารถทำได้โดยการจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากการจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว โดยสามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว ศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนแพร่หลายไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเล่าให้ฟังว่า

“...ส่วนใหญ่ก็หน่วยงานราชการ แล้วก็พวกที่มาซื้อเป็นของฝาก อะไรประมาณนี้ ดันเล็ก ดันใหญ่ ไปเป็นผ้าอ้อมเก่า ซื้อพิมพ์ดีดของเขา มา วัตถุดิบจากข้างนอก -ต้นตาลประดิษฐ์นี้ เขาขายที่กลุ่มเหมือนกัน ไม่ได้มีหน้าร้านเลย ก็เป็นกลุ่มแม่บ้านที่เป็นอาชีพเสริมไม่ใช่ อาชีพหลักเพราะว่าแต่ละคนเขามีงานประจำอยู่แล้ว จะเป็นของที่ระลึก...”

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่งเสนอให้มีการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งสินค้าที่ระลึกและแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เข้าด้วยกันในลักษณะของเครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม ทั้งกลุ่มผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ ผู้สูงอายุที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ผู้สูงอายุที่ท่องเที่ยวโดยลำพัง และผู้สูงอายุที่เดินทางมากลับครอบครัว และวางแผนการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมาย ทั้งประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

“...สินค้าชุมชน otop ชุมชนที่เขาสินค้าเองมีหลากหลายตั้งแต่ระดับ 2-5 ดาว ทั้งหมด เวลาไป road show หรือ trade fair ก็จะขายสินค้าเหล่านี้ ทั้ง 7 ประเภทก็เสนอทั้ง 2 จังหวัดว่า 7 ประเภทเราแยกหมวดหมู่ เช่น โครงการพระราชดำริก็โครงการมารวมกันเลย สินค้า otop เกษตรแปรรูปให้รวมกัน เพื่อที่ว่าเราจะทำแผนโปรโมทแต่ละแห่ง ผู้สูงอายุเราก็ดูกลุ่มเป้าหมายสินค้าแต่ละประเภท เที่ยววัดชมวัง ดูโครงการพระราชดำริ ผู้สูงอายุชอบมาแบบพักผ่อน ชะอำเหมาะที่สุด ยังไม่ครึกครื้นเหมือนทางหัวหิน ตั้งแต่หาด ปึกเตียนไล่มาจนหาดชะอำ ทางหัวหินต้องไปปราณบุรี ทับสะแก...”

สอดคล้องกับผู้ประกอบการท้องถิ่นอีกท่านหนึ่ง ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการกระจายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านสหกรณ์ ร้าน OTOP พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นแหล่งกระจายสินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสินค้าได้อย่างหลากหลาย และเพิ่มยอดขายได้มากกว่าการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว

“...เราเคยเอามาขายที่นี้แต่ไม่ยั่งยืน เพราะไม่มีคนมาเที่ยวทุกวัน เขาก็เลิกรากันไปแต่ก็มี ความคิดว่าสร้างร้านค้าแพขายของที่ระลึก สุดท้ายก็อยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวต้องเอื้อต่อกัน ไม่หวัง

แลกกันหลังจากที่เรามาดูพิพิธภัณฑ์แล้ว เราก็มีฟางเอาผ้าจากผ้าบ้านคูบัว ที่นั่นเราตั้งร้านค้าที่ขายผ้าที่เป็นสหกรณ์และจำหน่ายในราคาถูกอ้อมเยา อยู่ห่างไม่ไกลจากพิพิธภัณฑ์เพียง 300-400 เมตร ไม่เสียเที่ยว...”

เครือข่ายการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ยังเป็นการสร้างเครือข่ายในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียนและสถานศึกษา รวมทั้งชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และได้ประโยชน์ร่วมกันจากการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ดังที่ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เล่าให้ฟังว่า

“...เครือข่ายสำคัญที่สุดในการเป็นเจ้าภาพร่วม ททท.เป็นลูกศิษย์ผมเพราะทำงานเป็นทีม ร่วมกันอยู่ บางกิจกรรมเขาไม่มีเงิน แต่เรามีเงินมีเครือข่ายก็จัดระบบให้เขาทุกอย่าง พยายามขยายแนวความคิดให้เขาว่าทุกอย่างว่าสิ่งที่เราทำไม่ได้ทำในนามสำนักงาน แต่ทำในนามกระทรวงเพราะทุกอย่างเจ้าภาพร่วมเหมือนกัน แต่ในขณะเดียวกันเรามองภาพของจังหวัด ไม่ใช่กระทรวงแล้ว เป็นภาพของจังหวัดทุกคนต้องได้ผลประโยชน์จากตรงนั้น แม้กระทั่งเครือข่ายของเราเวลาเราอบรมมัคคุเทศก์น้อย เวลาที่มีกิจกรรมต้องดึงเด็กของเรา มาประเมินด้วย ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆอยู่ตามจุด มีทั้ง กศน. นักเรียน ชุมชนก็มี ตอนหลังก็มาใช้ระบบชุมชนดีกว่า...”

การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมองเห็นช่องทางในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่คนในชุมชนอาจจะยังมองไม่เห็น และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกจะช่วยทั้งด้านความรู้ บุคลากร รวมถึงงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...การเข้าร่วมกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้เกิดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในที่นี้หมายถึงการอาศัยให้กลุ่มผู้มีความรู้มาช่วยในการให้คำแนะนำถึงข้อบกพร่องที่ปรากฏให้เห็นในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ชุมชนได้เห็นช่องว่างที่เกิดขึ้นว่าอะไรยังขาดยังเกิน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์...”

สถาบันการศึกษาเป็นเครือข่ายการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สามารถสนับสนุนความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งการออกแบบและการพัฒนาสินค้าที่ระลึก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ดังที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า

“...สถาบันการศึกษาควรจะมาดูแล ควรจะเข้ามาร่วมศึกษาพัฒนาด้วยกันโดยขณะที่ยังเข้ามาร่วมพัฒนาด้วยกันโดยนักศึกษาเข้ามาอยู่ร่วมช่วยคิด จัดปรับปรุง จัดทำป้าย ได้

เยอะเยอะแต่พวกผมเป็นคนแก่ความรู้ความสามารถใช้ IT ไม่มีหรอก ก็ต้องใช้นักศึกษา
แล้วควรเผยแพร่องค์ความรู้เหล่านี้เรื่องพิพิธภัณฑ์ไว้ในหลักสูตรด้วย...”

เครือข่ายการพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางการเที่ยวเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จะช่วยในการประสานงาน การให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดสรรสินค้าให้ได้มาตรฐาน จัดให้มีการสร้างเครือข่ายการผลิต มีการร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ บูรณาการความรู้สมัยใหม่กับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เน้นการใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การอาหารในการแปรรูปวัตถุดิบ เน้นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ยึดอายุการเก็บรักษาให้มีความปลอดภัยและเพิ่มมูลค่า พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการให้บริการการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุต่อไป

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ จะต้องนำจุดแข็งในเรื่องของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และโอกาสในการเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวกับประเทศอื่น ประกอบกับภูมิภาคตะวันตกมีสิ่งดึงดูดใจ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย มีการประชาสัมพันธ์อย่างร่วมมือกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชน

จากศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ และเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.1 สรุปศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	คำอธิบาย
1. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น พัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์มาจากศักยภาพของชุมชน เพื่อหาจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน การใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อความหมายของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ การใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้ เพื่อต่อยอดและพัฒนาศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

ตารางที่ 4.1 สรุปศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	คำอธิบาย
2. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุ และสามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว การจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากพัฒนาการกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพทั้งหมด
3. การให้บริการการท่องเที่ยว	การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นมาตรฐานรับรอง โดยมีหน่วยงานด้านการศึกษาในการพัฒนาบุคลากร และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุด้วยความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และมีใจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการเป็นพิเศษ และให้ความสำคัญกับความปลอดภัย
4. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	การวางแผนการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พัฒนาช่องทาง การจัดจำหน่าย และเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ การวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เจาะจง และการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ตารางที่ 4.2 สรุปเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น

เงื่อนไขความสำเร็จ	คำอธิบาย
1. ด้านการเรียนรู้	การเรียนรู้ร่วมกันในครอบครัว จากการประกอบอาชีพการฝึกฝนและการลงทำตาม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มและเครือข่ายภายในชุมชน การขยายพื้นที่ของการเรียนรู้ในคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ และเผยแพร่ความรู้ของการท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว
2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่สร้างโดยภาคเอกชน และที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวก จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามามีการจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวจำเป็น ต้องทำให้รูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ ที่ต้องมีกลยุทธ์การจัดการร่วมกัน เพื่อให้การขับเคลื่อนการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
4. ด้านเครือข่ายการบริการการท่องเที่ยว	การสนับสนุนจากเครือข่าย สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ การสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว
5. ด้านเครือข่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว	เครือข่ายผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว ทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกัน และอำนวยความสะดวกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งการจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด รวมทั้งพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอบริบททางการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพของบ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 บริบททางการท่องเที่ยวบ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น

ส่วนที่ 1 บริบททางการท่องเที่ยวบ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

บริบททางการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดในภาคกลางที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 123 กิโลเมตร เป็นเมืองเก่าที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน โดยมีชื่อปรากฏอยู่ในศิลาจารึกหลักที่หนึ่งสมัยสุโขทัยและมีหลักฐานทางโบราณคดี ซึ่งมีอายุย้อนไปถึงสมัยขอมและสมัยทวารวดี ทั้งยังเคยเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญขึ้นเมืองลูกหลวงในสมัยอยุธยา จังหวัดเพชรบุรี มีพื้นที่ 6,255.138 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศทางด้านทิศตะวันตกเป็นป่าเขาสลับซับซ้อน มีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างไทยกับสหภาพพม่า ส่วนทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบไปจนถึงชายฝั่งทะเลอ่าวไทย พื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรีมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเพชรบุรี แม่น้ำบางกลอย และแม่น้ำบางตะบูน ประชากรจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีการทำนา สวนผลไม้ ทำน้ำตาลโตนด เลี้ยงสัตว์ และทำการประมง มีคำขวัญ ประจำจังหวัดว่า “เขาวังคู่บ้าน ขนมหวาน เมืองพระ เลิศล้ำศิลปะ แดนธรรมะ ทะเลงาม” เพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายมาก มีทั้งภูเขา แม่น้ำ ทะเล ป่าไม้และอาหารการกินที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี มุ่งเน้นการพัฒนาจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยจังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองที่มีพืชเศรษฐกิจคือข้าว มะนาว สับปะรด ส่วนด้านศิลปวัฒนธรรม เพชรบุรีเป็นเมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นเมือง 3 วัง 3 รส 3 ทะเล 3 วังคือ พระนครคีรี หรือเขาวังที่สร้างขึ้นตั้งแต่ สมัยรัชกาลที่ 4 วังที่ 2 คือพระราชวังรามราชนิเวศน์หรือพระราชวังบ้านปืน สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 และสุดท้ายคือ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน สร้างในรัชสมัยที่ 6 ส่วนเมือง 3 รส คือ รสหวานจากน้ำตาล รสเปรี้ยวจากมะนาว รสเค็มจากเกลือ และ 3 ทะเลคือทะเลโคลน ทะเลหาดทราย และทะเลหมอก รวมทั้งเป็นแหล่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ยังคงสืบทอดให้คงอยู่

จังหวัดเพชรบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในพื้นที่ภาคตะวันตก เนื่องจากมีทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่หลากหลาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติและเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน

จังหวัดเพชรบุรี มีตราประจำจังหวัดที่เป็นภาพผืนนาที่ขนาบข้างด้วยต้นตาลโตนด และมีภาพเขาวังอยู่ตรงกลาง ซึ่งเป็นเขาที่ตั้งของพระนครคีรี ซึ่ง รัชกาลที่ 4 ทรงสร้างและมีพระเจดีย์พระธาตุจอมเพชรเป็นเจดีย์คู่บ้านคูเมือง ส่วนที่นาเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดินเมืองเพชรบุรี เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม คือการทำนาเป็นอาชีพหลัก และต้นตาลโตนด คือการทำตาลโตนดเป็นอาชีพรองและเป็นต้นไม้ประจำจังหวัด ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ตราประจำจังหวัดเพชรบุรี

นอกจากนี้ ตาลโตนดยังเป็นต้นไม้ที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจาก ตาลโตนดเป็นส่วนหนึ่งของที่มาแห่งภูมิปัญญาและจิตวิญญาณของคนเมืองเพชรบุรี และสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติที่มีต้นตาลโตนดอยู่เป็นจำนวนมาก ดังปรากฏในหลักฐานนิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่ ความตอนหนึ่งว่า

“ทั่วประเทศเขตแคว้นแดนพริบพรี
ที่พวกทำน้ำตาลโตนดประโยชน์ทรัพย์
พะองยาวก้าวดินปิ่นทะยาน

เห็นจะซีไปไม่พ้นแต่ต้นตาล
มีดสำหรับเห็นข้างอย่างทหาร
กระบอกตาลแขวนกันคนละพวง”

ต้นตาลโตนดเป็นพืชเศรษฐกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนเมืองเพชรบุรี มีคุณค่ามากมาย ตั้งแต่รากจรดใบ ภาพของต้นตาลที่ยืนต้นสูงตระหง่านตัดกับทุ่งนาเขียวขจี และสีเหลืองทอง เป็นธรรมชาติที่งดงามและพบเห็นได้ในทุกพื้นที่ ตั้งแต่อดีตสืบเนื่องจนถึงปัจจุบัน คนเพชรบุรีเรียนรู้ และสืบทอดการใช้ประโยชน์จากต้นตาลโตนด จนเกิดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ซึมซับวิถีชีวิตของคนในชุมชน การนำตาลโตนดมาทำประโยชน์ เช่น ใบตาลใช้มุงหลังคา ใบนำมาสานเป็นหมวก ทำเป็นพัด ก้านใบนำมาทำเป็นโต๊ะ เก้าอี้ ส่วนผลลูกตาลนำมาทำเป็นอาหารได้ทั้งคาวและหวาน

อย่างไรก็ตาม ต้นตาลของจังหวัดเพชรบุรีเริ่มมีจำนวนลดลง ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 จึงมีโครงการส่งเสริมการปลูกตาลล้านต้น เพื่ออนุรักษ์ให้ต้นตาลคงอยู่เป็นต้นไม้คู่บ้านคูเมือง และเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีสืบไป นอกจากนี้จังหวัดเพชรบุรี ยังได้รับเลือกเป็น 1 ใน 10 จังหวัด

เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้าน “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ดังนั้นจังหวัดเพชรบุรี จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ขึ้น โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 4 ประการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ 1. ส่งเสริมการปลูกตาลโตนด ด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เห็นความสำคัญและประโยชน์จากตาลโตนด ด้วยการส่งเสริมการปลูกโตนดให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถประกอบอาชีพเกี่ยวกับตาลโตนดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน 2. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด ด้วยการเพิ่มมูลค่าตาลโตนดและผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด 3. ส่งเสริมการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับตาลโตนดและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้วยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์ทุกส่วนจากตาลโตนด ส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆจากตาลโตนดโดยการใช้นวัตกรรม และ 4. ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ด้วยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี ส่งเสริมให้เป็นแหล่งศึกษาดูงานเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” เพื่อมุ่งหวังให้ตาลโตนดอยู่คู่กับจังหวัดเพชรบุรีตลอดไปชั่วลูกชั่วหลาน และนารายได้เข้าสู่ชุมชน/จังหวัดเพชรบุรีอย่างยั่งยืนมั่นคงและต่อเนื่องตลอดไป

จากการที่จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องด้วยจังหวัดเพชรบุรีมีจุดเด่นในด้านภูมิประเทศที่เอื้ออำนวย อยู่ใกล้กับกรุงเทพ มีอากาศที่ดี มีภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นด่านทางผ่านลงภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นศูนย์รวมของงานศิลปะในแขนงต่างๆ เป็นแหล่งผลิตช่างที่มีฝีมือ มีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ มีอาหาร ขนม ของหวานเลื่องชื่อ นอกจากนี้ จังหวัดเพชรบุรีมีระบบการบริหารจัดการและการวางแผนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ชัดเจน โดยกำหนดให้เมืองเพชร เป็นเมืองแห่งตาลโตนด มีการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” มาเชื่อมโยงเป็นเรื่องราวกับตาลโตนดของเมืองเพชรบุรีและวิถีชีวิตของคนเพชรบุรี ด้วยการพัฒนาเมืองเพชรบุรีให้เป็นเมืองตาลโตนดแบบครบวงจร โดยส่งเสริมการปลูกตาล ส่งเสริมอาชีพการขึ้นตาล ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด รวมถึงการใช้ประโยชน์จากตาลโตนดอีกด้วย ตลอดจนส่งเสริมเชื่อมโยงด้านการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม ถึงแม้จะมีการส่งเสริมให้ปลูกตาลมากขึ้นก็ตาม แต่จังหวัดเพชรบุรีมีการปลูกตาลโตนดน้อยลง เนื่องจากต้นตาลโตนดให้ผลผลิตช้า ต้องใช้ระยะเวลาในการปลูกประมาณ 18-20 ปี จึงจะให้ผลผลิต เกษตรกรในจังหวัดเพชรบุรีจึงให้ความสำคัญกับอาชีพอื่นมากกว่า

อย่างไรก็ตามมีคนในชุมชนหนึ่ง คือ ชุมชนในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้ตระหนักถึงความสำคัญของตาลโตนดและวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำตาลโตนด เพราะในพื้นที่ชุมชนนี้ยังมีการปลูกตาลโตนดอยู่เป็นจำนวนมาก และยังได้ใช้ประโยชน์จากตาลโตนด ตั้งแต่การปลูกสวนตาล ตลอดจนแปรรูป ทั้งการเคี่ยวตาล การทำของที่ระลึกจากตาล การยี่โตนด การจัดสานใบตาล การทำน้ำตาล และผลตาลสด ส่งผลให้มีการกระจายรายได้ขึ้นภายในชุมชน นอกจากนี้พื้นที่ในตำบลถ้ำรงค์ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม เหมาะที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรดำเนินการแบบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และมีภูเขาและถ้ำ รวมทั้งต้นยางนาอนุรักษ์ มีถนนเพชรเกษมตัดผ่าน การ

คมนาคมสะดวกเหมาะสำหรับพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผู้นำชุมชนมีศักยภาพในการบริหารงาน มีความรับผิดชอบและมีความสามัคคีประชาชนให้ความสนใจ และความร่วมมือในการดำเนินการงานของส่วนรวมอีกทั้งในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งเรียนรู้ การดูงาน และแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน

บริบทการท่องเที่ยวของตำบลถ้ำรงค์

ตำบลถ้ำรงค์ เดิมขึ้นอยู่กับตำบลตำหรุ อำเภอบ้านลาด แยกออกจากตำบลตำหรุ เมื่อปี พ.ศ. 2523 พื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านถ้ำรงค์ เป็นดินร่วนปนทราย เป็นพื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง มีภูเขาขนาดเล็ก 3 แห่ง ติดแม่น้ำเพชรบุรี คลองชลประทานไหลผ่าน และลำห้วยเชื่อมต่อในทุกหมู่บ้าน ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ทำการเกษตรได้ดี เช่น ทำนา ทำสวนผลไม้ มีถนนเพชรเกษมตัดผ่านตำบล มีถนนสายบ้านลาด-พุกาม เป็นสายหลักภายในตำบล และถนนเรียบคลองชลประทาน ทำให้การคมนาคมสะดวกในการสัญจรภายในตำบลและตำบลใกล้เคียง

ประชากรส่วนใหญ่ในบ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรีประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพเสริม รับจ้าง งานประดิษฐ์ บ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด มีเขตพื้นที่ติดต่อกับพื้นที่อื่น ทิศเหนือ ติดต่อกับ ต.ท่าเสา อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับ ต.ท่ายาง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ต.ไร่มะขาม อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี และทิศตะวันตก ติดต่อกับ ต.ท่ายาง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี ดังภาพที่ 4.2

อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 4.2 แผนที่อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

ปัจจุบันจำนวนหมู่บ้านในตำบลถ้ำรงค์ ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านท่ามะเฟือง หมู่ที่ 2 บ้านม่วงงาม หมู่ที่ 3 บ้านถ้ำรงค์ หมู่ที่ 4 บ้านไร่สะท้อน หมู่ที่ 5 บ้านดอนตะโก หมู่ที่ 6 บ้านหนองช้างตาย ดังรายละเอียด ดังนี้

หมู่ที่ 1 บ้านท่ามะเฟือง

ประวัติหมู่บ้าน

“บ้านท่ามะเฟือง” มีพื้นที่แถบนี้เป็นเขตรากลุ่มแม่น้ำ ซึ่งเป็นเขตศูนย์รวมของการติดต่อค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าการเกษตร จึงเป็นสาเหตุให้ประชาชนตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน ในบริเวณนี้ อย่างหนาแน่น ซึ่งสินค้าที่เป็นที่นิยมและเป็นสินค้าหลักของหมู่บ้านนี้คือ การขายหมากขายพลู เนื่องจากเป็นแหล่งปลูกหมากและพลูอย่างกว้างขวาง ทำให้ได้ชื่อหมู่บ้านว่า ท่าหมากเฟือง ซึ่งต่อมาเกิดการเพี้ยนของคำจึงกลายมาเป็น ท่ามะเฟือง

บ้านท่ามะเฟืองเดิมตั้งอยู่ในเขตการปกครองของตำบลตำหรุ ต่อมาในปี พ.ศ. 2522 กระทรวงมหาดไทย ได้กระจายการปกครองโดยแบ่งหมู่บ้านจากตำบลตำหรุ จำนวน 6 หมู่บ้าน เพื่อมาตั้งตำบลถ้ำรงค์ขึ้นมาใหม่ ดังนั้น บ้านท่ามะเฟืองจึงขึ้นต่อการปกครองของตำบลถ้ำรงค์ โดยเป็นหมู่ที่ 1 ระยะห่างจากอำเภอบ้านลาดประมาณ 2 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 400 ไร่ บ้านท่ามะเฟือง เป็นพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่านทางทิศตะวันตกของหมู่บ้านสภาพดินร่วนปนทราย เหมาะแก่การทำกสิกรรม โดยรวมมีการใช้พื้นที่ปลูกข้าว 250 ไร่ พื้นที่ทำไร่ 100 ไร่ และพื้นที่อาศัย 50 ไร่ มีการตั้งถิ่นฐานของชาวบ้านในลักษณะกระจุกตัว หนาแน่นในบริเวณวัดชลูป และเลียบชายท่าแม่น้ำเพชรบุรี มีจำนวนประชากรประมาณ 128 หลังคาเรือน รวมประชากรทั้งสิ้นประมาณ 425 คน แยกเป็นชาย 201 คน แยกเป็นหญิง 224 คน ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย รับราชการ ทำการเกษตร และจักสาน

กลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชน

กลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชนที่สร้างอาชีพในชุมชน ส่งเสริมการกระจายรายได้ และแก้ไขปัญหาหนี้สินให้แก่คนในชุมชน มีดังนี้

1. **กลุ่มจักสานไม้ไผ่** จัดตั้งกลุ่มขึ้น โดยมีนางหนูน้อย บัณฑิต เป็นประธานกลุ่มจักสานไม้ไผ่ มีการจัดตั้งขึ้นเพื่อสืบสานอาชีพจากคนรุ่นเก่าที่ทำกัน ต่อมาได้มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มจักสานขึ้น ทำให้ชุมชนและคนในกลุ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

2. **กลุ่มการละเล่นพื้นบ้าน เพลงพวงมาลัย กลองยาว** จัดตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2598 โดยนายมาก วิจารณ์ เป็นผู้สืบทอดการละเล่นพื้นบ้าน เพลงพวงมาลัย ตั้งแต่เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และเป็นกลุ่มการละเล่นพื้นบ้านมา มีการว่าจ้างไปแสดงตามงานต่างๆ

3. **กลุ่มแพทย์แผนไทย** จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยนางชูศรี สะอาดนัก เป็นสมาชิกของกลุ่มแพทย์แผนไทย มีการฝึกการเรียนรู้โดย กศน. บ้านลาด เป็นผู้เข้ามาให้ความรู้เข้ามาฝึกสอน จึงมีการดำเนินการต่อและมีการไปเรียนเพิ่มเติม และพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพขึ้นภายในชุมชน

4. **กลุ่มไก่นาคาย ส.อำมฤต** โดยนายสำเริง อำมฤต เป็นประธานกลุ่มมีการนำไก่นาคายเลี้ยงและนำไปชนกัน เกิดเป็นอาชีพมีรายได้จากการขายไก่นาคาย คนในชุมชนเกิดความสนใจเลี้ยงไก่นาคายเป็นอาชีพเสริมเพิ่มมากขึ้น

5. **กลุ่มเรือยาวตำบลถ้ำรงค์** จัดตั้งขึ้นโดยนายณรงค์ กันพร้อม เป็นผู้สืบทอดอาชีพ ประกอบเรือขนาด 7 ฝีพายมาจากบิดา ได้เริ่มจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อนำไปแข่งขัน ต่อได้ได้นำความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมาประกอบเรือพายขึ้นมาเอง และได้นำเรือแข่งขันในทุกๆงาน

6. **กลุ่มการขึ้นตาล** โดยนายบุญรอด กระทุ้มแก้ว เป็นผู้สืบทอดมาจากบิดา เป็นอาชีพเสริม หลังจากการว่างงานจากการทำนา เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อสืบทอดการขึ้นตาล องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ได้เข้ามาจัดโครงการ สอนขึ้นตาล ให้ผู้ที่สนใจในตำบลถ้ำรงค์

7. **กลุ่มเจาะตาล/เคี้ยวตาล** โดยนายศิริ ศิริพันธ์ เป็นผู้สืบทอดมาจากบิดามาตั้งแต่เด็ก หลังจากว่างงานจากการทำนา ชวนบ้านในชุมชนจะมีอาชีพเสริมคือการ ขึ้นตาล เจาะตาล เคี้ยวตาล

8. **กลุ่มพันธุ์ข้าว** จัดตั้งขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ.2555 โดยนายสุจิน กลิ่นสน เป็นประธานกลุ่มในการจัดตั้งเป็นแกนนำจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อเป็นรักษาพันธุ์ข้าวไว้หมุนเวียนใช้ภายในชุมชน และเป็นการช่วยให้คนในชุมชนมาพันธุ์ข้าวไว้ใช้เอง เป็นการลดต้นทุนการทำการเกษตรลงไปได้มาก

9. **กลุ่มเลี้ยงวัวชน** โดยนายชัยชาญ วาสนา เป็นผู้เริ่มจัดตั้งกลุ่ม เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนนิยมเลี้ยงวัวเป็นอาชีพเสริมจากการทำการเกษตร และนิยมนำวัวมาวิ่งลานหลังจากการว่างจากการทำนา

หมู่ 2 บ้านม่วงงาม

บ้านม่วงงามมีประวัติความเป็นมาเริ่มปรากฏเป็นหลักฐานในสมัยรัชกาลที่ 5 สาเหตุที่ได้ชื่อว่า หมู่บ้านม่วงงาม เนื่องมาจากเดิมเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเพชรบุรี จึงมีการค้าขายและกลายเป็นศูนย์กลางการค้าและแลกเปลี่ยนสินค้า โดยเฉพาะผ้าไหม โดยบ้านม่วงงามมีความสามารถในการทอผ้าม่วงได้อย่างสวยงาม จึงได้รับการขนานนามว่า บ้านม่วงงาม ในปัจจุบัน

หมู่ที่ 3 บ้านถ้ำรงค์

ประวัติหมู่บ้าน

หมู่บ้านถ้ำรงค์มีประวัติเล่าต่อกันมาจากโบราณว่ามีเจ้าเมืององค์หนึ่ง ได้ประพาสป่าและแม่น้ำบริเวณบ้านถ้ำรงค์ เมื่อถึงบริเวณภูเขาแห่งหนึ่งได้ประทับพัก เพราะทรงเหน็ดเหนื่อยจากการเสด็จ จึงรู้สึกกระหายน้ำ และได้มีหญิงชาวบ้านคนหนึ่งหาน้ำมาถวาย ในขณะที่พระองค์ทรงเสวยน้ำอยู่นั้นก็ทอดพระเนตรเห็นมีหญิงคาอยู่ในน้ำตม้นเมื่อเห็นดังนั้นจึงได้เรียกหญิงสาวคนนั้นมา เพื่อสอบถาม ถึงสาเหตุที่มีใบหญ้าคาอยู่ในน้ำ หญิงสาวก็ทูลตอบไปว่าเพราะพระองค์ทรงเหน็ดเหนื่อยพระวรกายและกระหายน้ำมาก เกรงว่าพระองค์จะริบเสวยน้ำจนทำให้เกิดอาการสำลักได้ เมื่อพระองค์ได้ทราบความข้างต้นแล้วก็รู้สึกพอพระราชหฤทัย จึงได้พระราชทานธรรมรงค์ (แหวน) ให้แก่หญิงสาวคนนั้น ณ บริเวณภูเขาลูกนั้น ต่อมาชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนั้นว่า “เขาธรรมรงค์” ต่อมาจึงเพี้ยนเป็น “เขาถ้ำรงค์”

กลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในชุมชนหมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 3

1. **กลุ่มแม่บ้านม่วงงาม** โดยมี นางสุภาพร มากรุ่ง เป็นประธานกลุ่ม จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2535 กลุ่มมีอาชีพแปรรูปผลิตภัณฑ์จากใบตาล ต้นตาล และเมล็ดตาล มีการจัดทำต้นตาลประดิษฐ์ และมีการจัดสรรกำไรให้กับสมาชิกกลุ่ม

2. **กลุ่มเคียวตาล** โดยมีนายสัมฤทธิ์ ศิรินันท์ เป็นประธานกลุ่ม ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ การมีส่วนร่วมของครัวเรือนระหว่างชุมชนของตนเอง มีการแปรรูปผลผลิตจากน้ำตาลสดให้เป็นน้ำตาลปีบ

3. **กลุ่มกลองยาว** โดยมีนายสัมฤทธิ์ ศิรินันท์ เป็นประธานกลุ่ม เป็นการอนุรักษ์ถ่ายทอดประเพณีวัฒนธรรมให้กับเด็กและเยาวชนในตำบลถ้ำรงค์ มีการแบ่งรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มคนละ 200 บาท ต่อการแสดงแต่ละครั้ง มีเงินสมทบเข้าเป็นกองทุนของกลุ่มในการซ่อมบำรุงและไว้จัดซื้อ

4. **กลุ่มยี่โถนต** โดยมีนางสมจิตร กองแก้ว เป็นประธานกลุ่มหลัก มีการต่อยอดของการเพิ่มมูลค่าสินค้าจากผลผลิตจากตาล จากการขายผลตาลอ่อน เนื้อตาล ใบตาล เมล็ดตาล และใช้ประโยชน์ของตาลเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์

5. **กลุ่มเกษตรไร่นาสวนผสม** โดยมีนายสุริยะ ชวงค์ เป็นประธานกลุ่ม จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2522 เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับไร่นาสวนผสม ชุมชนได้รับประโยชน์จากการใช้พืชผักปลอดสารพิษ

6. **กลุ่มอนุรักษ์แม่น้ำเพชร** โดยมีนายเสนาะ เปี่ยมสิน เป็นประธานกลุ่ม จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2537 เป็นกลุ่มที่มีเป้าหมายจิตอาสาในการร่วมมือกันพัฒนาแม่น้ำเพชรบุรี

7. **กลุ่มจักสานใบตาล** โดยมีนางศจี แสงทอง เป็นประธานกลุ่ม จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2535 เพื่อส่งเสริมอาชีพภายในชุมชน ใช้วัสดุที่มีในชุมชนให้เกิดประโยชน์ และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

8. **กลุ่มการเล่นประเพณีพื้นบ้าน** โดยมีนางแจ้ว ศิรินันท์ เป็นประธานกลุ่มจัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2537 เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น การเล่นผีกระดัง ผีลุ่ม และผีกลา

หมู่ที่ 4 บ้านไร่สะท้อน

ประวัติหมู่บ้าน

เมื่อในอดีตบริเวณนี้มีพื้นที่เป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ไม้นานาชนิด มีลำน้ำธรรมชาติไหลตลอดปี เป็นที่ต็มกินของสัตว์น้อยใหญ่ ต่อมาเมื่อพราณปาคนหนึ่งชื่อ “ตาทอน” ได้มาล่าสัตว์บริเวณนี้ และพบว่าทำเลที่ตั้งเหมาะสำหรับการทำมาหากิน จึงปลูกกระท่อม ถางป่า ทำนาทำไร่ ดังนั้นชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนี้ว่า “บ้านไร่ตาทอน” ต่อมาเพี้ยนเป็น “บ้านไร่สะท้อน” ซึ่งบ้านไร่สะท้อนมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรไหลผ่านในหมู่บ้านทำให้น้ำอุปโภคบริโภคตลอดปี รวมทั้งยังมีถนนตัดผ่านหมู่บ้านและอยู่ติดถนนเพชรเกษม ทำให้สะดวกแก่การเดินทางในการขนส่งสินค้าออกสู่ตลาด

บ้านไร่สะท้อนตั้งอยู่ห่างจากอำเภอบ้านลาดประมาณ 3 กิโลเมตร มีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ตัดผ่านกลางหมู่บ้าน มีพื้นที่ประมาณ 650 ไร่ โดยมีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลท่าเสา

ทิศใต้ ติดต่อกับ หมู่ที่ 6 บ้านหนองช้างตาย ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ หมู่ที่ 5 บ้านดอนตะโก ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ หมู่ที่ 2 บ้านม่วงม และ หมู่ที่ 3 บ้านถ้ำรงค์ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด

บ้านไร่สะท้อนมี 125 ครัวเรือน มีประชากรทั้งหมด 496 คน เป็นชาย 232 คน หญิง 264 คน ครอบครัวส่วนใหญ่เป็นครอบครัวเดี่ยวร้อยละ 93 และครอบครัวขยายร้อยละ 7

กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1. **ภูมิปัญญาตาลโตนด** โดยมีนายถนอม ภูเงิน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องตาล และมีความต้องการในการอนุรักษ์ต้นตาล เช่น การเพาะพันธุ์ การปลูก การเก็บผลผลิต การแปรรูป และการวางแผนตลาด เป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้ให้กับเด็กและผู้สนใจ จนกระทั่งพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้

2. **กลุ่มต้นตาลประดิษฐ์** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2548 โดยมีนางศจี แสงทอง เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 24 คน เกิดจากชาวบ้านอยากมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากงานประจำที่ทำ และต้นตาลก็ยังเป็นสัญลักษณ์ของเมืองเพชร ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ได้จัดอบรมอาชีพเสริมสอนวิธีการทำต้นตาลประดิษฐ์

3. **ตลาดนัดสีเขียว** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2556 โดยมีนายหงส์ทอง แยมยืนยง เป็นผู้ริเริ่มในการจัดตั้งตลาดนัดสีเขียวในชุมชน เพราะต้องการให้คนในชุมชนรับประทานอาหารที่ปลอดภัยและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

4. **ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยเริ่มมาจากที่รัฐบาลมีนโยบายการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง ซึ่งกำหนดไว้ว่าคนไทยจะต้องได้เรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ โดยได้มีการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ เพื่อเป็นช่องทางสำคัญในการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชนในชุมชน กศน.จึงได้มีการกำหนดนโยบายให้มี กศน.ตำบล เพื่อเป็นศูนย์กลางการประสานงานและจัดกิจกรรมเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างสังคมการเรียนรู้ให้กับประชาชนในชุมชนตลอดไป

5. **กลุ่ม อส.มส.** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยมีนายหงส์ทอง แยมยืนยง เป็นผู้ริเริ่มเนื่องมาจากกระทรวงวัฒนธรรมให้สภาวัฒนธรรมตั้งกลุ่ม อส.มส. ขึ้น เพื่อช่วยเหลือทางกรมศิลปากรอนุรักษ์โบราณสถานของท้องถิ่น ได้มีการร่วมช่วยกันดูแลโบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งอารยธรรมตั้งแต่สมัยทวารวดี สุโขทัย รัตนโกสินทร์ และเป็นประวัติศาสตร์ให้แก่คนรุ่นหลังได้รับรู้ ได้เรียนรู้สามารถถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นหลังต่อไปได้

6. **กลุ่มแม่บ้าน หมู่ที่ 4** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. โดยมีนางเอี้ยว จับใจ เป็นประธานกลุ่ม มีกระบวนการทำงานโดยเน้นกลุ่มสตรีแม่บ้าน

หมู่ที่ 5 บ้านดอนตะโก

ประวัติหมู่บ้านดอนตะโก

บ้านดอนตะโก เดิมเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ที่ 10 ของตำบลตำบ่อแล้วแยกออกเป็นหมู่ที่ 5 และหมู่ที่ 6 ของตำบลถ้ำรงค์ มีลักษณะพื้นที่เป็นพื้นที่ตอนต้นที่น้ำท่วมไม่ถึง และมีต้นตะโกขึ้นอยู่มากมาย ต่อมาได้มีคนมาจากประเทศจีนมาจับจองที่ทำกิน และสมรสกับคนในพื้นที่ เดิมบริเวณบ้านดอนตะโกเป็นพื้นที่สูงไม่สามารถทำนาได้ ซึ่งบริเวณหมู่ที่ 5 นี้ใช้เป็นพื้นที่กักขังสัตว์เลี้ยงในดอนน้ำท่วม ต่อมาภายหลังเนื่องจากพื้นที่ที่ไม่สามารถทำกินได้ โดยเฉพาะการทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชาชนในพื้นที่ พื้นที่ส่วนมากไม่สามารถกักเก็บน้ำ เพื่อใช้ในการเกษตรได้ ผู้คนนิยมไปอาศัยแถวบริเวณลุ่มต่ำ เช่น บ้านม่วงงาม บ้านท่ามะเฟือง เพื่อที่จะสามารถทำการเกษตรและทำนาได้ เนื่องจากอยู่ใกล้แม่น้ำเพชรบุรี แต่ต่อมามีน้ำท่วมบ่อยครั้งทำให้ผู้คนเริ่มขยับขยายทยอยออกมาอาศัยที่หมู่ 5 โดยเริ่มจากที่ดินที่เป็นดอนให้เป็นที่นา และสามารถทำการเกษตรต่างๆ ได้ จนทำให้ประชาชนเริ่มเข้ามาสร้างบ้านเรือนเพื่ออยู่อาศัยและประกอบอาชีพกันต่อมา

หมู่บ้านดอนตะโกได้มีการปกครองโดยมี นางเชื้อม สิ้นเสริฐ (บุตร) และ นายชุ่ม สิ้นเสริฐ (บิดา) เป็นผู้ใหญ่บ้านทั้งคู่ซึ่งมีหน้าที่ดูแลลูกบ้าน ด้วยความสงบร่มเย็นตลอดมา จนถึงปัจจุบัน พื้นที่ของหมู่ที่ 5 บ้านดอนตะโก อยู่ในการดูแล นายทุเรียน สีฟ้า เป็นกำนันตำบลถ้ำรงค์

สภาพโดยทั่วไป หมู่บ้านดอนตะโกตั้งอยู่ติดถนนเพชรเกษมระยะห่างจาก อำเภอบ้านลาด 5 กม. มีพื้นที่ประมาณ 1,320 ไร่ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก

ลักษณะภูมิประเทศ หมู่บ้านดอนตะโกในปัจจุบัน เป็นที่ราบดอนไม่มีภูเขา สภาพดินร่วนเป็นทราย เหมาะแก่การทำกสิกรรมมีคลองส่งน้ำเข้าไปในพื้นที่เกษตรอย่างทั่วถึง

ทิศเหนือ ติดต่อกับหมู่ที่ 4 บ้านไร่สะท้อน

ทิศใต้ ติดต่อกับหมู่ที่ 6 บ้านหนองช้างตาย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับหมู่ที่ 8 ตำบลไร่มะขาม อ.บ้านลาด

ทิศตะวันตก ติดต่อกับถนนเพชรเกษม

กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ทำน้ำพริกแกง) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 มิ.ย. 2548 โดยมี นางพร้อย พุ่มนุชเป็นประธานกลุ่ม ปัจจุบันมีสมาชิก 53 คน โดยมุ่งเน้นให้สมาชิกรู้จักสร้างงานและสร้างรายได้เสริม มุ่งเน้นผลิตอาหารวัสดุคุณค่าทางด้านโภชนาการ และเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร

2. กลุ่มลิเกเด็ก จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยนายรัศมี ประเสริฐพันธ์ เป็นผู้มีประสบการณ์แสดงลิเกมาก่อน จึงมีความคิดริเริ่มฝึกหัดลูกสาวของตนเองที่ยังเป็นเด็กอยู่ เพื่อสืบทอดศิลปะการแสดงของครอบครัว รวมถึงลิเกที่อยู่ในหมู่บ้านซึ่งผู้ปกครอง สนใจก็พาลูกหลานมาฝึกหัดการแสดงลิเกจนสามารถรวมเป็นคณะลิเกเด็กขึ้นชื่อว่า ก้องเพชรเกตรินทร์ เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในความสามารถของลิเกเด็กคณะนี้และยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่เด็กอีกด้วย

3. กลุ่มเลี้ยงวัว จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 โดย นายบรรพต มามาก เป็นประธานกลุ่ม เริ่มแรกมีสมาชิก 5 คน มีการดำเนินเป็นกลุ่มโดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโครงการขององค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ คือ โครงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพเลี้ยงโค บ้านดอนตะโก จำนวนเงิน

100,000 บาท เพื่อให้สมาชิกไปจัดซื้อแม่พันธุ์ มาเลี้ยงโดยกำหนดส่งตัวปีละ 2,000 เป็นเวลา 5 ปี ต่อคน

4. **กลุ่มเลี้ยงไก่ชน** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2554 โดยมีนายสมผล บัวสุวรรณ เป็นแกนนำกลุ่ม คนที่มีความชื่นชอบในการเลี้ยงไก่ชน โดยผู้ร่วมกลุ่มจะเพาะพันธุ์ไก่ชนสายพันธุ์ พม่า เวียดนาม ปาก๋อย โดยมีแนวทางเพื่อนำมาใช้ในเชิงกีฬา และอนุรักษ์สายพันธุ์ไก่ชนพื้นบ้าน

5. **กลุ่มเลี้ยงปลากัด** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2546 โดยมีนายชาติ ชุ่มจิตต์ เป็นผู้ริเริ่มเพาะพันธุ์ ปลากัดจากบิดา โดยมีความคิดว่าหมู่บ้านมีสำหรับกลางหมู่บ้านซึ่งมีสายพันธุ์ปลากัดสามพันธุ์ลูกทุ่ง ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในสำหรับกลางหมู่บ้าน และยังนำมาเพาะเป็นสายพันธุ์ใหม่ๆ ได้แก่ สายพันธุ์ มาเลเซีย สายพันธุ์ลูกหม้อ ซึ่งสายพันธุ์มาเลเซียจะเป็นสายพันธุ์ที่เข้มแข็ง กัดเก่ง สีสนสวยงาม สามารถสร้างรายได้ และเป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้การเพาะพันธุ์ปลากัดแก่เด็กและเยาวชน

6. **กลุ่มเกษตรอินทรีย์** จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2551 โดยมีนายรัชรินทร์ สมบูรณ์ ได้รับการสนับสนุนจากเกษตรอำเภอบ้านลาด มีการทดลองใช้กับที่นาข้าวของตนเองโดยใช้ปุ๋ยชีวภาพ สามารถเพิ่มผลผลิตเพิ่มขึ้นและปลอดภัย และยังผลิต จำหน่าย สร้างรายได้ ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่ผู้สนใจทั่วไป

หมู่ที่ 6 บ้านหนองช้างตาย

ประวัติหมู่บ้าน

“บ้านหนองช้างตาย” เมื่อก่อนสถานที่ของหมู่บ้านหนองช้างตายแห่งนี้เป็นสถานที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยแหล่งน้ำต่างๆ คือลำห้วย หนอง และป่าขนาดใหญ่ ทำให้มีสัตว์ป่ามากมายมาอาศัยอยู่และเข้ามาหากินบริเวณนี้รวมทั้งช้างป่า ซึ่งเป็นสัตว์ขนาดใหญ่ด้วย วันหนึ่งช้างป่าเหล่านี้ได้ลงไปกินน้ำและเล่นน้ำที่หนองน้ำและเกิดติดหล่ม กว่าจะขึ้นมาจากหนองน้ำได้ก็หมดแรง จึงมาตายอยู่บริเวณข้างหนองน้ำ เมื่อชาวบ้านมาพบก็คิดว่าช้างคงตายเพราะหนองน้ำแห่งนี้จึงเรียกบริเวณนี้ว่า “บ้านหนองช้างตาย”

บริบทเกี่ยวกับ ตาลโตนด

ตาลโตนดจัดเป็นไม้ตระกูลเก่าแก่ตระกูลหนึ่งในโลกซึ่งมีมากกว่า 4,000 ชนิด เป็นต้นไม้ที่มีอายุยืนนับเป็นร้อยปี และปลูกในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่อดีต และผลิตผลจากต้นตาลโดยเฉพาะน้ำตาลโตนดยังเป็นส่วนผสมที่สำคัญในการทำขนมหวานเมืองเพชร ซึ่งมีชื่อเสียงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี, 2557)

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

ตาลโตนดเป็นพืชตระกูลปาล์มชนิดหนึ่ง มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Borassas flabellifer* L. อยู่ในสกุล *Borassas* ชื่อสามัญ Palmyra Palm มีถิ่นกำเนิดในเอเชียตอนใต้แถบฝั่งตะวันออกของอินเดียและกระจายตัวทั่วภูมิภาคเอเชียใต้และ เอเชีย ศรีลังกา สหภาพเมียนมาร์ กัมพูชา มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย สำหรับประเทศไทยนั้น ตาลโตนดน่าจะมีการปลูกมาก่อนสมัยทวารวดี ซึ่งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่า เมื่อประมาณ พุทธศตวรรษที่ 11-16 ได้มีตราประทับรูปคนป็นต้น

ตาล แสดงว่าในสมัยนั้นได้รู้จักวิธีใช้ประโยชน์จากต้นตาลแล้ว นอกจากนี้ตัวยังถูกบันทึกเป็น ลาย
ลักษณะอักษรมาตั้งแต่สมัยโบราณ เช่น จารึกวัดแดนเมือง จารึกวัดศรีคุณเมือง จารึกวัดศรีเมือง จารึก
วัดถ้ำสุวรรณคูหา ตาลโตนดมีชื่อเรียกกันหลายชื่อด้วยกัน เช่น ตาลใหญ่ ตาลนาไทย ทาง
ภาคเหนือเรียก ปลีตาล ภาคใต้ เรียก โนด เขมร เรียก ตะนอย ซึ่งตาลโตนดสามารถนำทุกส่วนของ
ตาลโตนดมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย เพราะสามารถนำทุกส่วนของตาลโตนด ทั้งลำต้น ใบ ดอก ผล
รวมไปถึงราก ซึ่งประโยชน์ของตาลโตนด มีดังนี้

1. ประโยชน์จากต้นตาล สามารถนำต้นตาลโตนดมาปลูกเป็นไม้ประดับ เนื่องจากต้นตาลมี
ทรงพุ่มที่สวยงาม จึงนิยมใช้ปลูกไว้กลางแจ้งไว้เป็นกลุ่ม หรือเป็นแถว หรือปลูกไว้เดี่ยวๆ ปลูกตาม
ชายทะเล หรือริมถนนหนทาง ส่วนต้นตาลโตนดที่มีอายุนาน สามารถนำลำต้นมาทำเป็นเครื่องใช้
เนื่องจากลำต้นของต้นตาลมีความแข็งแรงมาก มีคุณสมบัติทนแดดทนฝนและการเสียดสีได้ดี จึงนิยม
นำมาใช้ทำไม้กระดาน หรือใช้ทำเสา สร้างบ้าน ซึ่งสามารถนำมาใช้ทำเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ และ
เฟอร์นิเจอร์สำหรับเครื่องตกแต่งบ้าน เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ไม้เท้า ด้ามร่ม สาก กรอบรูป เชิงเทียน แก้วน้ำ
หรือใช้ในงานฝีมือที่มีราคาสูง ใช้ทำเรือขุด (เรืออีโปง) หรือนำลำต้นมาตัดขุดใส่กลางออกทำเป็นท่อ
ระบายน้ำสำหรับพื้นที่ทางการเกษตร สะพาน กลอง เสา ส่วนเปลือกตาลสามารถนำมาใช้เป็น
เชื้อเพลิงหรือส่วนที่เป็นกะลา นิยมนำไปใช้ทำเป็นเชื้อเพลิง เมื่อนำไปเผาเตาเผาแล้วจะได้ถ่านสีดำที่มี
คาร์บอนสูงเป็นพิเศษ หรือนำมาใช้เป็นถ่านหรือถ่านสำหรับเก็บสิ่งของเล็กๆ

2. ประโยชน์จากใบตาลโตนด นิยมนำมาใช้เป็นงานฝีมือจากใบตาล เนื่องจากใบตาล
โดยเฉพาะใบอ่อนสามารถนำมาใช้ในการจักสาน งานฝีมือ หรือทำเป็นของใช้และของเล่นสำหรับเด็ก
โดยสานเป็นรูปสัตว์ชนิดต่างๆ ส่วนใบแก่ก็นำมาไปใช้ทำหลังคากันแดดกันฝน มุงหลังคา ทำเสื่อ สาน
ตะกร้อ ตะกร้า สานกระบี่เป่า ทำหมวก ทำลั่นปี สำหรับทำน้ำตาลแว่น ทำเชื้อเพลิง สำหรับทางตาล
หรือส่วนของก้านใบตาล สามารถลอกผิวภายนอกส่วนที่อยู่ด้านบนที่เรียกว่าหน้าตาล มาพื้นทำเป็น
เชือกสำหรับผูกหรือล่ามวัว และมีความเหนียวมากแม้จะไม่ทนทานเท่าเชือกที่ทำจากต้นปอหรือต้น
เสื่อกก็ตาม จึงเหมาะสำหรับการใช้งานที่ต้องมีการตากแดดตากฝน ส่วนทางตาลตอนโคน ที่อยู่ติดกับ
ต้นตาลนั้นจะมีอยู่ 2 แฉก มีลักษณะบางและแบน หรือที่เรียกว่า ขาตาล สามารถนำมาตัดใช้เป็น
คราดหรือไม้กวาด เพื่อใช้กวาดสิ่งของที่เป็นกอง เช่น มูลวัว ขี้เถ้า เมล็ดข้าว เป็นต้น แต่หากต่อด้าม
หรือทำเป็นกานเรียกว่ากานตาล นอกจากนี้หาตาลยังสามารถนำใช้ทำเป็นคอกสัตว์ รั้วบ้าน ใช้ทำเป็น
เชื้อเพลิง หรือใช้ในงานหัตถกรรมจักสานหรืองานฝีมือ

3. ประโยชน์จากผลตาลโตนด ส่วนลูกตาลโตนดนิยมนำมาใช้เป็นอาหาร เนื่องจากลูก
ตาลโตนดสามารถนำมารับประทานหรือใช้ทำเป็นขนมได้ได้ เนื่องจากเมื่อผลสุกแล้วจะมีกลิ่นหอม
นำมาทำเป็นลูกตาลลอยแก้ว ส่วนหัวลูกตาลอ่อน นำมาต้มให้สุกใช้รับประทานกับน้ำพริกได้ หรือ
นำมาต้มกับน้ำปลาร้าที่เรียกว่าต้มปลาร้าหัวตาล ส่วนผลลูกตาลสุกจะใช้เนื้อเยื่อสีเหลืองที่หุ้มเมล็ด
นำมาทำเป็นขนมที่เรียกว่า ขนมตาล ส่วนเมล็ดทั้งไว้จนรากอก หากทิ้งไว้พอสมควรจะมีเนื้อเยื่อข้าง
ใน สามารถนำมาเชื่อมทำเป็นขนมหรือที่เรียกว่าลูกตาลเชื่อม นอกจากนี้ยังใช้ผสมกับแป้งทำเป็นขนม
หวาน จาวตาลเชื่อม ลูกตาลลอยแก้ว เป็นต้น ผลอ่อน หน่ออ่อน สามารถนำมาใช้ประกอบอาหาร
ประเภท ผัด ต้ม แกง ได้ นอกจากนี้ยังนำเปลือกหุ้มผลอ่อนนำมาใช้ปรุงอาหารได้ทั้งคาวและหวาน
เช่น อาหารจำพวกยำ แกงเลียง ส่วนเปลือกหุ้มผลตาลจากแห้งใช้ทำเป็นเชื้อเพลิงได้ หรือจะคั้น

เฉพาะน้ำของผลแก่ใช้ปรุงเพื่อแต่งกลิ่นขนม นอกจากนี้ผลตาลแก่ยังสามารถนำมาใช้เป็นอาหารเลี้ยงสัตว์ เช่น หมู วัว ได้อีกด้วย และถ้านำเอาส่วนของหัวตาลมาปอกผิวจนออกแล้วนำมาหั่นออกเป็นชิ้นบางๆ จะได้หัวตาลอ่อน ที่นำไปใช้ปรุงเป็น “แกงคั่วหัวตาล” รวมถึงหัวตาลอ่อนยังนิยมนำไปลอยน้ำตาลใส ด้วยการตัดเฉพาะส่วนหัวลูกตาลที่ค่อนข้างอ่อนนำมาร้อยกับเส้นตอกให้เป็นพวง ประมาณพวงละ 7-10 หัว แล้วนำไปลอยน้ำตาลใสที่กำลังเคี่ยวเดือดในกระทะ เมื่อสุกแล้วจึงนำขึ้นมารับประทานได้

นอกจากนี้ ต้นตาลตัวเมียจะมี “ลูกตาล” ที่ติดกันเป็นทะลาย หากยังไม่แก่จัด จะนิยมตัดลงมาทั้งทะลายแล้วนำมาเผา เพื่อนำ “เต้าตาล” หรือ “ลอนตาล” มาใช้รับประทานเป็นผลไม้ได้ โดยให้รสหอมหวานและเนื้อนุ่มรับประทาน หรือจะนำมาแช่เย็นก่อนนำมารับประทานก็ได้ หรือจะนำไปทำเป็นขนมด้วยการต้มกับน้ำตาลทรายทำเป็น “ลอนตาลลอยแก้ว” ก็ได้ ส่วนจาวตาล นิยมนำไปเชื่อมรับประทานเป็นของหวาน ด้วยการนำมาทำเป็น “จาวตาลเชื่อม” หรือที่นิยมเรียกว่า “ลูกตาลเชื่อม” หรือจะนำจาวตาลเชื่อมน้ำตาลโตนดชุบแป้งทอดเป็นของกินเล่นที่เรียกว่า “โตนดทอด” อีกทั้งเมล็ดตาล สามารถนำมาใช้รับประทานสด หรือใช้ทำเป็นขนมเป็นของหวาน หรือนำไปใส่ในแกงส้มหรือแกงเหลือง ส่วนเมล็ดตาลสุก เมื่อนำไปล้างทำความสะอาดแล้วนำไปตากให้แห้ง จะมีลักษณะเป็นฟูฝอยสวยงามคล้ายกับขนสัตว์ จึงนิยมนำไปใช้ทำเป็นของเล่นสำหรับเด็กผู้หญิง ด้วยการใช้หวีเพื่อจัดรูปทรงได้หลายแบบคล้ายกับเป็นช่างทำผม นอกจากนี้ยังนำมาใช้เผาถ่านได้อีกด้วย

4. ประโยชน์จากดอกตาลโตนด โดยส่วนของวงตาล (ช่อดอก) นิยมนำน้ำหวานที่ได้จากการปาดและนวด นำมาใช้ทำเป็นเครื่องดื่มและน้ำตาล หรือทำเป็นน้ำตาลสด น้ำตาลเมา น้ำตาลแว่น น้ำตาลโตนด นอกจากนี้ยังมีการใช้ช่อดอกตัวผู้นำมาตากแห้งทำเป็นเชื้อเพลิง และนำมาใช้กินต่างหาก ต้นตาลทั้งเพศผู้และเพศเมียที่ยังไม่แก่เต็มที่จะให้น้ำตาลที่สามารถนำมาทำเป็นน้ำตาลก้อนและน้ำตาลปีบ

วิถีชีวิตของคนในชุมชนตำบลถ้ำรงค์ที่เกี่ยวข้องกับตาลโตนด

คนในชุมชนตำบลถ้ำรงค์ มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบพอเพียง โดยคนส่วนใหญ่ในชุมชนใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ปรับตัวดำเนินชีวิตให้เข้ากับธรรมชาติ ที่ควบคู่ไปกับวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และศาสนา ชุมชนมีวัดถ้ำรงค์เป็นวัดประจำชุมชน คนในชุมชนบ้านถ้ำรงค์ นิยมทำบุญไหว้พระ รักษาธรรมเนียมปฏิบัติและให้ความสำคัญกับศาสนามาก คนในชุมชนจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หากที่ใดต้องการความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน อย่างไรก็ตามวิถีชีวิตของคนในชุมชนมีการสร้างรายได้จากทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติ โดยเฉพาะต้นตาลที่ถูกนำมาใช้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ กลายเป็นสินค้าขึ้นชื่อของตำบล และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน

คนในชุมชนถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้ตระหนักถึงความสำคัญของตาลโตนด และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำตาลโตนด จึงมีการรวมตัวกันของคนในชุมชน เพื่อหาวิธีการที่เป็นการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด ตั้งแต่ การปลูกตาลแบบสวน การแปรรูปตาลโตนดในรูปแบบต่างๆ ซึ่งจากการรวมตัวกันของคนในชุมชน ทำให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากผลผลิตของตาลโตนดได้ อีกทั้งผลจากการทำสวนตาลโตนด ทำให้ตำบลถ้ำรงค์ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิต เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การศึกษาดูงานที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 4.3 ผลตาลโตนด

การปลูกตาลโตนด

ตาลโตนดเป็นพืชตระกูลปาล์มใบพัดชนิดหนึ่ง ชอบอากาศร้อน ชอบขึ้นในดินทรายหรือดินปนทราย และดินเหนียวแต่ในที่เปียกและ ชอบขึ้นในพื้นที่ไม่มีพืชปกคลุม และเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพค่อนข้างแห้งแล้ง ที่สำคัญการปลูกต้นตาลโตนดนั้นต้องใช้เวลายาวนานกว่าจะเก็บผลผลิตได้ ผู้ปลูกต้องมีความอดทนในการเฝ้ารอผลผลิตของต้นตาลโตนด ต้นตาลโตนดส่วนมากจะขึ้นเองตามธรรมชาติ หากนำมาเพาะจะไม่ค่อยได้ผล เพราะเมล็ดตาลจะแทงลงที่ดินลึกมากหากน้ำไม่ชุ่มฉ่ำเพียงพอจะทำให้ตาย ดังนั้นการเพาะตาลโตนดนั้นจะต้องทำในช่วงที่มีฝนตกจนดินฉ่ำลึกลงไป พันธุ์ตาลโตนดที่นิยมปลูกมี 3 พันธุ์ด้วยกันคือ

1. ตาลหม้อ เป็นตาลที่มีลำต้นแข็งแรง ซึ่งยังแบ่งออกเป็นตาลหม้อใหญ่ เป็นตาลที่ให้ผลใหญ่ ผิวดำมันแทบไม่มีสีอื่นปนเลย เวลาแก่มีรอยขีดตามแนวยาวของผล และตาลหม้อเล็ก ซึ่งมีลักษณะคล้ายตาลหม้อใหญ่ ผลมีขนาดเล็กสีดำ ซึ่งไม่เป็นที่นิยมเนื่องจากผลมีขนาดเล็กและเต้าที่ได้จะมีขนาดเล็กตามไปด้วย

2. ตาลไข่ ลำต้นแข็งแรง ลูกมีขนาดเล็กสีค่อนข้างเหลืองแบ่งออกเป็น ตาลไข่เล็ก และตาลไข่ใหญ่ ผลมีขนาดใหญ่กว่าไข่ และ 3) ตาลพันธุ์ลูกผสม ลำต้นตรงใหญ่แข็งแรง ลูกค่อนข้างใหญ่เกือบเท่าตาลพันธุ์หม้อ สีดำผสมน้ำตาล (เหลืองดำ) ตาลโตนดนั้นมีลำต้นสูงประมาณ 40 เมตร และโตวัดผ่ากลางประมาณ 60 ซม.

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันได้มีการส่งเสริมให้ปลูกตาลที่ให้ลำต้นไม่สูงมากนัก เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเก็บผลตาล ตาลโตนดสืบพันธุ์จากเมล็ดอย่างเดียว การเจริญเติบโตของตาลโตนดจะ

เป็นไปอย่างช้าๆ ลำต้นของตาลโตนดเป็นเส้นสีดำแข็งค่อนข้างมาก แต่ภายในของกลางลำต้นอ่อน ลักษณะของใบตาลเหมือนพัดขนาดใหญ่ มีก้านเป็นทางยาว 1 – 2 เมตร ขอบของก้านทั้งสองข้าง มีหนามแข็งและแหลมคม ตาลโตนดเป็นพืชที่มีดอกแบบไม่สมบูรณ์เพศ มีดอกตัวผู้และดอกตัวเมีย ต้นเพศผู้และต้นเพศเมียแยกคนละต้น ดอกอยู่บนช่อดอกที่มีกิ่งก้านแขนงช่อดอกใหญ่ยาวแทงออกจากต้น ระหว่างกาบใบโค้งงอปลายค่อนข้างแหลมคล้ายวงช้างเรียกว่าวงตาล หรือปลีตาล ผลของตาลโตนดมีขนาดใหญ่เป็นทะลาย ผลอ่อนมีสีเขียวอ่อน ผลแก่มีสีม่วงแก่ผลสุกเต็มที่มีสีม่วงแก่เกือบดำ หรือดำ ผิวเป็นมันภายในผลมีเมล็ดขนาดใหญ่แข็งประมาณ 1-4 เมล็ด ส่วนใหญ่มี 3 เมล็ด มีเปลือกหุ้มเป็นเส้นใยละเอียด เมื่อสุกจะมีสีเหลืองสด ช่อดอกของต้นผู้แตกแขนงออกเป็น 2-4 วงต่อก้านช่อ ยาววงละประมาณ 30-40 เซนติเมตร ในแต่ละวงจะมีดอกเล็กๆ และมีช่อดอกประมาณ 3-9 ช่อ ส่วนตัวเมียจะออกช่อดอกหลังตัวผู้เล็กน้อย มีประมาณ 10 กว่าช่อขนาดเล็กและช่อดอกมากกว่า ในแต่ละช่อจะมีดอกน้อยกว่าตัวผู้ ผลตาลโตนดจะให้ดอกให้ผลหลายครั้งจนกว่าจะแก่ตายไป ทั้งต้นผู้และต้นเมียจะทยอยออกช่อดอก แม้จะมีจำนวนน้อยแต่ก็สามารถเก็บร่อนน้ำตาลได้ตลอดปี ต้นตาลจะเริ่มเก็บเกี่ยวผลได้เมื่ออายุประมาณ 12-15 ปีขึ้นไป การเก็บเกี่ยวสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ ตาลโตนดมีประโยชน์มากมาย ได้แก่ ลำต้นไปทำเครื่องใช้ เครื่องเรือน การก่อสร้าง เชื้อเพลิง รากใช้เป็นยาขับปัสสาวะ และตาลขโมย ทางตาลใช้เป็นเส้นใยทำเชือก เครื่องจักสานและใช้ทำรั้วคอกสัตว์ เชื้อเพลิง ใบตาลใช้ทำเครื่องพัด จักสาน ใช้เป็นปุ๋ยพืชสด หรือเผาเป็นถ่านใช้ในแปลงนา ช่อดอกใช้ผลิตน้ำหวานนำมาทำเป็นน้ำผึ้ง น้ำตาลปึก น้ำตาลแว่น เครื่องดื่ม น้ำส้มสายชู ผลอ่อนใช้ทำอาหารคาว ผลแก่ใช้บริโภคสด เชื่อมบรรจุกระป๋อง ผลแก่ส่วนเนื้อที่มีสีเหลืองสดนำมาคั้นเอาเส้นใยออก มีกลิ่นหอมใช้ปรุงขนมหวาน เมล็ดใช้เฉพาะจาวตาลหรือใช้เป็นอาหารสัตว์ตากแห้งทำเชื้อเพลิง



ภาพที่ 4.4 การปลูกตาลโตนด

การขึ้นตาล

น้ำตาลโตนดหรือน้ำตาลสดเป็นผลผลิตหลักที่ได้จากตาล ซึ่งการได้น้ำตาลโตนดจะต้องปีนขึ้นไปบนยอดตาลซึ่งมีความสูงไม่ต่ำกว่า 10 เมตร ด้วยการนำไม้พะองไปมัดติดกับต้นตาลปีนขึ้นไปบนยอดตาลเพื่อใช้ไม้คาบนิ้วไปตามช่องของผลตาลอ่อน จะต้องนิ้วให้ได้ที่แล้ว ประมาณ 3-7 วัน ให้นำกระบอกล้างน้ำแช่ขังตาลที่นิ้วแล้วให้มันดง คนทำตาลจะต้องขึ้นไปปาดตาลทุกวัน เมื่อเห็นว่าน้ำตาลเริ่มไหลดีจึงนำกระบอกรองน้ำตาล นำไปผูกติดกับขังตาล ในช่วงเวลาบ่ายหรือเย็น แล้วทิ้งไว้จนถึงเช้ามีด คนทำตาลจึงไปเก็บกระบอกล้างน้ำตาลลงมา

การเรียนรู้วิธีการปีนตาลนี้ไม่สามารถทำผ่านสถานศึกษาหรือสถานที่ฝึกอบรม แต่จะต้องได้รับการเรียนรู้สั่งสมผ่านประสบการณ์ และปัจจุบันอาชีพนี้ไม่ค่อยมีคนทำมากนัก เนื่องจากมีความเสี่ยงกับชีวิตอีกทั้งพ่อแม่ของคนที่มีอาชีพขึ้นตาลยังเห็นว่าเป็นอาชีพที่ต้องอดทนและอันตราย จึงไม่ส่งเสริมให้บุตรหลานประกอบอาชีพนี้



ภาพที่ 4.5 การขึ้นตาล

การทำน้ำตาลโตนด

ในอดีต การทำน้ำตาลโตนดวัตถุประสงค์เพื่อบริโภคภายในครัวเรือน ถ้าเหลือก็แจกจ่ายญาติพี่น้อง โดยใช้เวลาร้าง หลังจากการทำมาแล้ว ปัจจุบันมีการทำน้ำตาลโตนดเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลโตนด โดยช่วงเวลาในการทำน้ำตาลอยู่ระหว่างเดือนมกราคม-พฤษภาคม หรือประมาณ 5 เดือน การทำน้ำตาลโตนดเริ่มจากการปาดตาลด้วยการนำไม้พะองไปมัดติดกับต้นตาล ทำการนวดตาล ซึ่งตาลโตนดจะมีทั้งตาลตัวเมียและตาลตัวผู้ ต้นตาลตัวผู้ได้น้ำตาลจากขังตาล ทำการนวดจากโคนไปหาปลาย หรือจากปลายไปหาโคน ตัดขังตาลทิ้งให้เหลือเพียงต้นละ 2 ขัง ต้นตาลตัวเมียได้น้ำตาลจากผลตาลอ่อน ส่วนต้นตาลตัวเมีย ได้น้ำตาลจากผลตาลอ่อน ใช้ไม้คาบนิ้วไปตามช่องของผลตาลอ่อน จะต้องนิ้วให้ได้ที่แล้วประมาณ 3-7 วัน ให้นำกระบอกล้างน้ำแช่ขังตาลที่นิ้วแล้วให้มันดง คนทำตาลจะต้องขึ้นไปปาดตาลทุกวัน เมื่อเห็นว่าน้ำตาลเริ่มไหลดีจึงนำกระบอกล้างน้ำตาลลงมา

มารองน้ำตาล กระบอกรองน้ำตาลต้องผ่านการรมควันให้เรียบร้อย ใส่ไม้พะยอมไว้กันกระบอก เพื่อให้ให้น้ำตาลมีรสเปรี้ยว นำไปผูกติดกับวงตาลในช่วงเวลาบ่ายหรือเย็น แล้วทิ้งไว้จนถึงเช้ามืด คนทำตาลจึงไปเก็บกระบอกน้ำตาลลงมา นำน้ำตาลที่รองมาจากปลีตาลมาเทรวมกันผ่านผ้าขาวบางลงกระทะใบบัว และทำการเคี่ยวน้ำตาลไปเรื่อยๆ จนกระทั่งเดือด ระหว่างต้มในกระทะเหล็กจะมีการใส่ใบเตยหอมเพื่อแต่งกลิ่น และใส่น้ำปูนใสเพื่อให้น้ำตาลสดมีความใสขึ้น เมื่อน้ำตาลที่ต้มเย็นลงจะทำการบรรจุขวดเพื่อส่งขายต่อไป

การทำน้ำตาลปึก

การทำน้ำตาลปึก ทำโดยการนำตาลที่รองมาจากปลีตาลมาเทรวมกันผ่านผ้าขาวบางลงกระทะใบบัว และทำการเคี่ยวน้ำตาลไปเรื่อยๆ จนกว่าน้ำตาลจะมีความข้นหนืด การเคี่ยวน้ำตาล จะใช้เวลาประมาณ 2-3 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับปริมาณของน้ำตาล สิ่งที่ต้องทำอีกอย่างคือการตักฟองที่สกปรกออกไปเรื่อยๆ จนกระทั่งน้ำตาลเกือบจะงวดดี และพองน้ำตาลขึ้นฟู มีสีเข้มขึ้นเป็นสีน้ำตาลแดง และมีความเหนียว และใช้เหล็กกระแทกน้ำตาลไปเรื่อยๆ จากนั้นยกลงจากเตา คนน้ำตาลให้เข้าเนื้อกัน และใช้ภาชนะตักน้ำตาลนำไปหยอดบนเบ้าตาลหรือใส่ปับ ตามความต้องการของตลาด ส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ภาพที่ 4.6 การทำน้ำตาลโตนด

การเฉาะตาล

ลูกตาลเมื่อแก่ขึ้นจะมีขนาดของผลตาลโตขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย เปลือกนอกสีเข้มขึ้น แต่ส่วนบนของผลตาลยังเป็นสีเขียวเป็นมันอยู่ หากตัดมาทำเต้าตาลเฉาะ จะต้องนำมาเฉาะเอาลูกตาลออกมา ในการเฉาะจะต้องอาศัยความชำนาญในการเฉาะ โดยเริ่มจากการปาดกันลูกตาล ปาดหัวลูกตาล และเฉาะเปลือกด้านข้างโดยรอบ แล้วค่อยเฉาะแบ่งลูกตาลออกเป็นพูตามตำแหน่งเต้า ตาล 1 ผลจะได้ลอนตาลประมาณ 1-4 ลอน นำไปใส่ถุงขายเป็นกิโลกรัม ราคาประมาณกิโลกรัมละ 50-70

บาท แล้วแต่ฤดู ภายในลอนตาลเมื่อปอกเปลือกออก จะเป็นเนื้อสีขาว อ่อนนุ่ม รสหวานใช้บริโภคสด หรือทำขนมประเภทของหวานรับประทานกับน้ำแข็ง ซึ่งนอกจากจะรับประทานสดๆ แล้ว ยังสามารถนำไปแปรรูปเป็นอาหารได้ด้วย



ภาพที่ 4.7 การเฉาะตาล

การยี้โตนด

การยี้โตนดเป็นการผลิตจากผลตาลโตนดมาทำเป็นขนมตาล ส่วนที่เรียกว่า ยี้โตนดนั้น จะต้องยี้เอาเนื้อตาลที่ติดอยู่ตามใยตาลออกมาก่อน โดยวิธีทำนั้นจะต้องใช้ลูกตาลที่สุกหอมแล้วมา ปอกเปลือกด้านนอกที่มีสีดำออก ใช้แต่เนื้อสีเหลือง ใส่ น้ำ นวดจนหมดเมือกของเนื้อสีน้ำตาล จากนั้น นำมากรองหยาบเพื่อที่จะเอาเศษกากตาลออก แล้วนำมาใส่ผ้าขาวบางทิ้งไว้ เพื่อที่จะทำให้น้ำแห้ง จากนั้นเอาน้ำไปเคี่ยวให้เหมือนแป้ง นำไปนึ่งทำขนมตาล กว่าจะได้เนื้อขนมตาลมาต้องใช้ลูกตาล จำนวนมาก ลูกตาลที่ใช้ทำขนมต้องเป็นตาลแก่ที่แก่จนร่วงลงมาเองเท่านั้น



ภาพที่ 4.8 การยี้โตนด

การทำจาวตาลเชื่อม

จาว หรือ จาวตาล เป็นส่วนของเนื้อของลูกตาลสุกที่ปล่อยทิ้งไว้จนแก่จัด จนเกิดเป็นกะลาแข็งเหมือนกะลามะพร้าว เมื่อเนื้อในแก่จัดก็จะมีจาวหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า จาวตาล ขึ้นภายในกะลา มีลักษณะเหมือนฟองน้ำ ที่พร้อมจะงอกออกเป็นต้นตาลต่อไป การแกะตาลเพื่อจาวตาลออก ต้องใช้ความชำนาญอย่างมากเพาะลูกตาลที่เพาะแล้วจะมีกะลาที่แข็งมาก ต้องใช้ผู้ที่มีความประสพการณ์ และชำนาญในการแกะตาล เพื่อไม่ให้จาวตาลต้องไม่มีรอยมีดหรือเสียหาย เมื่อนำไปเชื่อมจะสวยและขายได้ราคาดี การแกะตาลเริ่มด้วยการใช้มีดขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนักในการฟัน เวลาฟันต้องให้น้ำหนักมือลงพอให้กะลาเปิด จากนั้นจึงใช้มีดบางค่อยๆแกะเอาเนื้อตาลที่แก่และแข็งที่หุ้มจาวตาลออก จึงนำจาวตาลออกมาได้ ประโยชน์ของจาวตาล นิยมนำมาเชื่อมเรียกว่าจาวตาลเชื่อม บางคนเรียกว่า ลูกตาลเชื่อม เป็นการนำส่วนของจาวตาลมาเชื่อมกับน้ำตาล เป็นของหวานที่คนไทยโปรดปรานและเป็นอาหารสำหรับคนในสังคมชั้นสูงมาก่อน จาวตาลเชื่อมที่ดีเนื้อตาลต้องแน่น ไม่ละ และไม่เป็นเงา ผู้ทำจาวตาลเชื่อมจึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเป็นอย่างมากในการเชื่อมจาวตาลให้มีรสชาติอร่อย จาวตาลเชื่อมจึงเป็นของหวานที่มีราคาค่อนข้างสูงและเป็นที่ต้องการของตลาด ส่วนของเปลือกสีดำและสีขาวที่หุ้มจาวตาลนั้นแข็งมากสามารถนำไปใช้ทำเป็นพื้นหรือฝาเป็นถาดได้



ภาพที่ 4.9 จาวตาลและกะลาตาล

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน โดยนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของตาล เช่น ใบตาล ลูกตาลแก่ที่ไม่ใช้แล้ว นำมาประดิษฐ์เป็นของเล่น ของที่ระลึก หรือของฝาก



ภาพที่ 4.10 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด

ผลการศึกษาที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 และบริบททางการท่องเที่ยวของชุมชนถ้ำรงค์ การวิจัยครั้งนี้ จึงได้ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งผู้นำชุมชน กลุ่มอาชีพ ประชาชนชาวบ้าน และตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้าน ได้มีส่วนเข้ามาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมในการดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์ เนื่องด้วยชุมชนเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวจะยิ่งส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือจากชุมชน ช่วยลดความขัดแย้งด้านการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง ได้รับผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากการขายของที่ระลึก ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจในถิ่นที่อยู่และความภูมิใจในตนเอง มีความห่วงใยและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งการให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิจัยนี้ ได้ดำเนินการในหลายลักษณะ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งมิได้กำหนดให้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หากแต่คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาร่วมกัน มีการจัดแบ่งความรับผิดชอบไปตามความถนัดในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบเพื่อให้คนในชุมชนเกิดความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารร่วมกัน มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ซึ่งผู้วิจัย ตัวแทนชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปร่วมกันโดยเห็นด้วยและพร้อมให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในตำบลถ้ำรงค์ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตลาดสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ สำหรับการสนับสนุนเส้นทางท่องเที่ยวตลาดโตนด เนื่องด้วยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยให้ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้รับการพัฒนาและเป็นที่รู้จักมากขึ้น คนในชุมชนเกิดความรู้สึภาคภูมิใจในตนเองก่อให้เกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน อย่างไรก็ตามได้มีความคิดเห็นส่วนหนึ่งที่ตระหนักว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชน ตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวางแผนพัฒนา ขั้นตอนการปฏิบัติการ และขั้นตอนการสะท้อนผลการปฏิบัติการ โดยผลการศึกษาในส่วนนี้ มี 2 ส่วน คือ 1. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และ 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

เส้นทางท่องเที่ยว (Tourism Route) เป็นแนวทางการสัญจรที่กำหนดขึ้นสำหรับท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถพบเห็นหรือเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจต่างๆ ได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางที่จัดทำขึ้น ซึ่งเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยว อาจเป็นการใช้เส้นทางร่วมกับเส้นทางสัญจรปกติของคนท้องถิ่น หรืออาจเป็นการกำหนดเส้นทางขึ้นมาใหม่เฉพาะเป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยว การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวนี้สามารถพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1. การพิจารณากำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจะต้องสำรวจ สังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มที่ควรจะเป็นในการจัดเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งควรเริ่มต้นจากการพิจารณาตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ จัดลำดับความสำคัญ และความน่าสนใจ 2. การพิจารณาจากความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้าด้วยกัน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง โดยการจัดเส้นทางในลักษณะวงบรรจบ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้พบเห็นประสบการณ์ใหม่และความเพลิดเพลินไปตลอดเส้นทาง

ขั้นตอนการวางแผนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัย ผู้ประกอบการท้องถิ่น ตัวแทน เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันกำหนดแนวทางในการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน โดยได้ร่วมกันวางแผนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตลาดโตนดตำบลถ้ำรงค์สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนี้

1. การสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลถ้ำรงค์ โดยศึกษาจากเอกสารและลงพื้นที่สำรวจสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจำแนกเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเพณีธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี ความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตของชุมชน

2. การกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องด้วยสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ย่อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามความจำเป็นในการใช้งานของแต่ละพื้นที่ การจัดการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ จำเป็นต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการ เช่น การให้บริการข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ทางเดินทาง ร้านอาหาร การปรับปรุงพื้นที่ให้สะอาด เรียบร้อย การทำแผนที่ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่จุดหรือตำแหน่งต่างๆ การกำหนดเส้นทางเดินเท้าสำหรับนักท่องเที่ยว การกำหนดแนวปฏิบัติในสถานที่ดังกล่าว รวมถึงจัดสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก จุดรับส่งนักท่องเที่ยว

3. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้น จะต้องเป็นกิจกรรมที่ชุมชนมีความพร้อม ไม่สร้างความลำบากและความยุ่งยากแก่ชุมชนในการดำเนินวิถีชีวิต อีกทั้งไม่สร้างผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

4. การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นการประเมินว่าในแต่ละพื้นที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด เพื่อปริมาณนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว รวมถึงการไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวนั้นเป็นการทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสามารถในการต้อนรับนักท่องเที่ยวของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

4. การศึกษาผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการให้การศึกษาถึงความเข้าใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยว

6. การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดทำแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการด้านความรู้จะต้องสื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ของชุมชน โดยมีการดำเนินงานด้านจัดบริการให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสถานที่แห่งนั้น มีการจัดทำคู่มือแนะนำชม จัดทำป้ายสถานที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำแผ่นพับแก่นักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาและรวบรวมเส้นทางการท่องเที่ยวตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เป็นแหล่งผลิตตาลโตนดที่สำคัญของจังหวัด มีสถานที่ปลูกตาลที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านตาลโตนด รวมทั้งมีผลผลิตจากตาลโตนดและผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากประชาชนและนักท่องเที่ยว อีกทั้งชุมชนบ้านถ้ำรงค์ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการเลือกจากสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา และด้วยศักยภาพและความพร้อมในด้านต่างๆ เหล่านี้ รวมถึงการนำผลการสำรวจทรัพยากรการ

ท่องเที่ยวทางด้านที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา จุดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพความพร้อมของสถานที่เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว ปัญหา และข้อเสนอแนะของแหล่งท่องเที่ยวมาพิจารณา พบว่า ตำบลถ้ำรงค์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ถ้ำหลวงพ่อดำ วัดถ้ำรงค์ สวนตาลลุงณอม บ้านยี่ตาล กลุ่มสืบสานตาล พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นวัดม่วงงาม ผู้วิจัย ตัวแทนเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปร่วมกันว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ สวนตาลลุงณอม วัดถ้ำรงค์ ถ้ำหลวงพ่อดำ และกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ

ขั้นตอนการปฏิบัติการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตาลโตนดสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

จุดที่ 1 สวนตาลลุงณอม

“ตาลโตนด” หรือ “ต้นตาล” เป็นต้นไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของเพชรบุรี เพราะเมื่อมีการเดินทางผ่านจังหวัดเพชรบุรี จะเห็นภาพที่มีต้นตาลขึ้นอยู่เรียงรายตลอดบริเวณ 2 ข้างทาง อีกทั้งของฝากจากเมืองเพชรบุรี เป็นผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่มาจากตาลทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามปัจจุบันต้นตาลของจังหวัดเพชรบุรีมีจำนวนลดลง เนื่องจากต้นตาลนั้นเป็นต้นไม้ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน เป็นผลให้ชาวบ้านตัดต้นตาลขายเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขึ้นตาลเพื่อเก็บผลผลิตนั้นไม่มีผู้สืบทอดที่จะรับทำหน้าที่ต่อ ทำให้ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรีมีจำนวนลดน้อยลง จึงได้มีกลุ่มบุคคลหลายกลุ่มต้องการอนุรักษ์ต้นตาลไว้ให้อยู่คู่เมืองเพชรบุรี ซึ่งบุคคลหนึ่งคือ ลุงณอม ภูเงิน อดีตกำนันตำบลถ้ำรงค์ ซึ่งมีความคิดในการอนุรักษ์สวนตาลไว้ให้อยู่คู่เมืองเพชรต่อไป



ภาพที่ 4.11 สวนตาลลุงณอม ภูเงิน

ลุงณอม ภูเงิน ได้เล่าให้ฟังถึงสาเหตุที่ต้นตาลโตนดเมืองเพชรบุรีมีจำนวนที่ลดลงว่ามาจากการเปลี่ยนแปลงอาชีพของคนในชุมชน และการไม่เห็นประโยชน์และคุณค่าของต้นตาลว่า

“...สาเหตุที่ต้นตาลเมืองเพชรลดลงจากธรรมชาติว่าเป็นเพราะกลายเป็นธุรกิจซื้อขาย ความต้องการของตลาดมีมากขึ้น มีการซื้อขายต้นตาลเพื่อทำประโยชน์อย่างอื่น ประกอบกับคนที่ทำอาชีพสวนตาลเริ่มน้อยลง และที่สำคัญคือคนส่วนมากไม่ตระหนักถึงคุณค่า รวมถึงไม่มีการอนุรักษ์ต้นตาลไว้ บ้างโค่นไปขาย บ้างโค่นทิ้งเพราะคิดว่าเกะกะ ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้...”

สวนตาลลุงถนอม เป็นสวนตาลแห่งแรกและแห่งเดียวในปัจจุบัน ที่มีการปลูกเรียงกันเป็นแถว ภายในพื้นที่กว่า 10 ไร่ จำนวนกว่า 450 ต้น ตั้งอยู่ในชุมชนถ้ำรงค์ ที่ลักษณะเด่นของสวนตาลแห่งนี้ จะเต็มไปด้วยต้นตาลที่มีลำต้นอวบใหญ่แผ่กิ่งก้านใบร่มครึ้ม มีต้นตาลขนาดใหญ่ และมีการปลูกตาลแบบเป็นระเบียบเป็นแถวเรียงแบบสวนผลไม้ ขณะที่ตาลโดยทั่วไปเป็นตาลที่ขึ้นตามธรรมชาติจากการกระแสน้ำที่พัดพาผลตาลแห้งไปยังที่ต่างๆ สวนตาลเกิดขึ้นจากความคิดของลุงถนอม ภูเงิน ที่ไม่ได้คิดเพียงต้องการอนุรักษ์ต้นตาลเมืองเพชรไว้ให้อยู่คู่ลูกคู่หลานเท่านั้น แต่ยังมองไกลถึงอนาคตในการสร้างรายได้ให้ครอบครัวและชุมชน ดังคำบอกเล่าของลุงถนอม ภูเงิน เกี่ยวกับการปลูกตาลที่สามารถเป็นแหล่งรายได้ให้แก่ลูกหลานในอนาคต ว่า

“...ในสมัยก่อนการปลูกต้นตาลนับเป็นเรื่องยาก เพราะใน 100 คน มีเพียง 2 คนเท่านั้นที่คิดจะปลูกต้นตาล ส่วนมากแล้วต้นตาลที่เราเห็นขึ้นอยู่มากมายในเมืองเพชรนั้นเป็นต้นตาลที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยลูกตาลที่สุกหล่นสะสมอยู่ที่โคนต้น เมื่อถึงหน้าน้ำเมืองเพชรจะเกิดน้ำท่วมเกือบทุกปี เมื่อน้ำมาก็จะพัดพาลูกตาลเหล่านั้นกระจ่ายไปตามพื้นที่ต่างๆ และเมื่อน้ำแห้งต้นตาลก็จะเติบโตขึ้นเป็นต้นสูงต่อไป เราก็มาคิดดู พ่อแม่ของเราก็ปลูกตาลโตจนมาแต่ดั้งเดิม ก็เลยตัดสินใจว่า จะต้องปลูกตาลโตจนโตไว้สักแปลงหนึ่ง เพื่ออนุรักษ์ตาลเมืองเพชรด้วย อีกทั้งตาลโตจนมันมีอายุยืนยาว ถ้าไม่มีอะไรมันสามารถอยู่ได้ถึง 400 ปี และต้นทุเรียนเป็นศูนย์ เพราะถ้ามีตาลอยู่แล้วไม่ต้องฉีดน้ำ ไม่ต้องให้ปุ๋ย ไม่ต้องฉีดยาเค็ม ลูกก็เลยตัดสินใจปลูกตาลในเนื้อที่ 10 ไร่ ไร่หนึ่งมันปลูกได้ 40 ต้น ลูกก็เลยตัดสินใจปลูกตาล ลงมือปลูกเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2535 ตอนนั้นตาลลุงก็มีอายุ 23 ปี เท่ากับลุงได้วางพื้นฐานให้กับลูกหลาน เชื่อว่าลูกหลานเรามิงานทำแน่ๆ มันเป็นเหมือนที่พระเจ้าอยู่หัวทรงบอกว่า มันเป็นภูมิคุ้มกันให้วงศ์ตระกูล...”

คุณลุงถนอม ภูเงิน ได้เล่าให้ฟังถึงวิธีการปลูกตาลตามวิธีการที่ลุงได้จากการเรียนรู้และการสั่งสมประสบการณ์ว่า

“...ต้องนำเมล็ดตาลโตดอย่างน้อย 15 วัน หลังจากนั้นนำขึ้นมากลบด้วยฟางต่ออีก 15 วัน เมล็ดตาลจะเริ่มงอก วิธีการปลูกต้องทิ้งช่วงห่างกันประมาณ 2 ไร่ เป็นอย่างน้อย ขุดหลุมลึกเพียงเล็กน้อยวางเมล็ดตาลที่งอกท่ามุม 45 องศากับพื้น กลบด้านบนด้วยดิน 12-15 เซนติเมตร...”

นอกจากนี้คุณลุงถนอม ภูเงิน เล่าให้ฟังถึงแนวความคิดการปลูกตาลในลักษณะของสวนตาลที่มีการปลูกในระยะที่ห่างเท่าๆ กัน เรียงกันเป็นแถวเป็นแนวเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการดูแลรักษาและการเก็บผลผลิตว่า

“...ปลูกต้นตาลเรียงกันแบบนี้ เพราะลุงคิดว่ามันดูแลง่าย อีกทั้งลุงจะเอาไม้ไผ่มาทำเป็นสะพานเชื่อมต้นตาลระหว่างต้นแต่ละต้นเป็นเหมือนทางเดินลอยฟ้า ตอนไปปาดตาลก็เดินง่าย ๆ ข้ามไปอีกต้นหนึ่งเลย จะได้ไม่ต้องปีน ขึ้น ๆ ลง ๆ ตอนนี้ไม้พะยอมที่สำหรับใช้ปีนขึ้นไปบนยอดตาลก็ไม่ค่อยจะมีแล้วด้วย หายาก...”

ไม้พะยอมเป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับการปีนขึ้นต้นตาล ไม้พะยอมเป็นไม้ไผ่ที่ลำต้นยาวมีกิ่งสาขาออกมา เมื่อนำมารีดกิ่งออกเหลือเพียงสัน โดยชาวบ้านที่เก็บตาลและน้ำตาลจะนำมาวางพียงกับต้นตาลเปรียบเป็นบันไดที่นำขึ้นสู่ยอดตาล อีกทั้งคุณลุงถนอม ภูเงิน ยังได้กล่าวถึงความลำบากในการประกอบอาชีพปลูกตาลว่า จะต้องใช้ความอดทนตั้งแต่การปลูก การเก็บผลผลิต และการแปรรูปผลผลิตว่า

“...ลุงเห็นว่า ต้นตาลโตในเมืองเพชรฯ ค่อย ๆ ลดลง ไม่ค่อยมีใครปลูกกันแล้ว เด็ก ๆ รุ่นใหม่ก็ไม่ค่อยมีใครอยากทำอาชีพขายน้ำตาลปึกหรือน้ำตาลสดขายเท่าไรมันลำบาก การทำตาลนั้นต้องขยันทุกๆ เข้ามีด ต้องปีนไม้ขึ้นไปบนยอดตาล ใช้มีดปาดตาล เอากระบอกไม้ไผ่รอง กว่าจะได้น้ำตาลสดแต่ละหยดต้องใช้ความอดทนอย่างมาก รวมทั้งการทำน้ำตาลปึกก็เช่นกัน ต้องใช้เวลานานและเหน็ดเหนื่อย ต้องทนอยู่หน้าเตาร้อนๆเป็นเวลานานเช่นกัน กว่าที่จะได้น้ำตาลปึกมา ...”

คุณลุงถนอม ภูเงิน ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ของตาลโตนดว่าสามารถนำมาใช้ได้แทบทุกส่วนของต้นตาล ไม่ว่าจะเป็นราก กาบใบ ก้าน ลำต้น ผลตาล และส่วนอื่นๆ ตั้งแต่การทำขนม อาหาร ยา รักษาโรค อุปกรณ์ภายในบ้าน จนถึงที่อยู่อาศัย

“...ประโยชน์ของตาลมันมีมากมาย เล่า 3 วันไม่จบ เช่น รากของมัน เอามาต้มใช้แก้ตานขโมย กาบใบเอามาทุบๆ เอาใบกาบมาสานเป็นหมวก กระเป๋า ก้านใบตาลที่ยังไม่ให้ผลมันจะเหนียวแข็งแรง เค้กก็จะเอามาทำเฟอร์นิเจอร์ ทำโต๊ะ เก้าอี้ ใบตาลอ่อนๆ ก็เอามาสานทำโน้นทำนี่อยากสานอะไรก็ได้แล้วแต่ออกแบบ ส่วนใบแก่เอามาแช่น้ำแล้วเย็บเป็นตับจากเอามาทำเป็นหลังคากันแดดกันฝนเป็นที่อยู่อาศัย แล้วน้ำตาลนี้มันดีทุกต้น ไม่ว่าจะเป็นตัวผู้ตัวเมีย แต่จะเอามาทำได้ดีหรือเปล่านั้นแล้วแต่สูตรใครสูตรมัน และถ้าทำดีๆ มันก็สามารถให้น้ำตาลเราได้เยอะประมาณ 7-8 ลิตรต่อวัน ส่วนลูกตาล ถ้าลูกอ่อนเอามาแกงหัวตาล เอามาถัสดส่งตลาด ถ้าลูกตาลแก่ สุก เอามียีทำขนมตาล เอามาถัสดที่เหลือไปแช่น้ำกันมอด เอาไปทำตาลงอกเป็นจาวตาล เอาไปทำจาวตาลเชื่อมเป็นขนมหวานได้ ส่วนไม้ตาล คนปลูกไม่ได้ใช้หรอก เพราะตายก่อน ตาลอายุมากๆ 100-200 ปี ตัดเป็นไม้ตาลเอามาปลูกบ้านได้คุ้มกว่าไม้สักมาก...”



ภาพที่ 4.12 การเพาะตาล

จากตาลต้นแรกในสวนของลุงณอม ภูเงิน ที่ได้ลงดินเมื่อ 12 สิงหาคม 2534 จนถึงวันนี้ 20 กว่าปี สวนตาลแห่งนี้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็น "สวนตาลที่ใหญ่ที่สุดในโลก" และคุณลุงณอม ภูเงิน ได้รับการยกย่องให้เป็น "ครูภูมิปัญญาเกษตรกรรม ด้านการปลูกตาล" ได้รับพระราชทานปริญญา ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาเกษตรศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



ภาพที่ 4.13 แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด

ปัจจุบันสวนตาลที่นี่เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนด้านภูมิปัญญาตาลโตนด และเป็นกลุ่มอนุรักษ์ และสืบสานตาลโตนด และสามารถเรียนรู้วิธีการทำตาลของชาวบ้านได้ บริเวณกลางสวนตาลที่ ล้อมรอบด้วยต้นตาลสูงรอบด้าน มีศาลาเรียนรู้ที่สร้างแบบง่ายๆ หลังคามุงหญ้า มีเก้าอี้เรียงราย สำหรับผู้คนที่สนใจมารับการบรรยายความรู้เกี่ยวกับตาล รอบๆ ข้างศาลาจะมีป้าย นิทรรศการข้อมูลเกี่ยวกับการเคี้ยวตาล การปลูกตาล ให้ศึกษาเรียนรู้ และมีการฝึกอบรมสำหรับผู้ ที่ต้องการสร้างรายได้หรือหาอาชีพเสริม ไม่ว่าจะเป็นการทำน้ำตาล รวมไปถึงงานหัตถกรรมจากต้นตาล เช่น การทำไม้กวาด การสานหมวก การทำตุ๊กตา เป็นต้น สวนตาลแห่งนี้เป็นเหมือนศูนย์การเรียนรู้

ตาลโตนดที่สำคัญด้วย ผู้ที่สนใจเรียนรู้หลายคณะที่ต้องการมาศึกษาดูงาน ประกอบด้วย ประชาชนที่สนใจ นักเรียน นักศึกษา รวมถึงเกษตรกรต่างๆ โดยคุณฉนวน ภูเงินได้ต้อนรับคณะ หรือกลุ่มต่างๆ ที่มีดูงานด้วยตัวเอง โดยคุณฉนวน ภูเงิน ได้เล่าให้ฟังถึงการให้สวนตาลที่นี่เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน ด้านภูมิปัญญตาลโตนด และเป็นกลุ่มอนุรักษ์และสืบสานตาลโตนด ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในสวนตาลแห่งนี้ ทำให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อนหลัง ได้ชมธรรมชาติ และได้สร้างสัมพันธ์กับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ๆ



ภาพที่ 4.14 ข้อมูลการเรียนรู้เกี่ยวกับตาลโตนด

แหล่งท่องเที่ยวสวนตาลของคุณฉนวน ภูเงิน เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญตาลโตนดแห่งหนึ่งของ จังหวัดเพชรบุรี ได้กำหนดฐานการเรียนรู้ออกเป็นฐานต่างๆ ได้แก่ ฐานการทำน้ำตาล ฐานการเคี้ยวตาล ฐานการทำขนมตาล ซึ่งในแต่ละฐานจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีการทำตาลดังนี้

ฐานที่ 1 กิจกรรมการทำขนมตาล

ขนมตาล เป็นของกินที่ทำมาจากจากเนื้อตาล หรือเนื้อสีเหลืองที่อยู่ด้านในเปลือกของลูกตาล มีลักษณะเป็นใยแบบเดียวกันกับใยมะพร้าว โดยต้องนำลูกตาลที่สุกมาปอกเปลือกสีดำออกให้เห็นเนื้อ

ตาลสีเหลือง ให้น้ำเนื้อตาลมาอยู่กับน้ำเพื่อให้แยกออกจากใย แล้วใส่ถุงผ้าค้ำคั้น เพื่อให้เหลือแต่เนื้อแห้งๆ เนียนๆ แล้วจึงค่อยนำเนื้อตาลนั้นนำมาทำขนมต่างๆ ได้ ในการทำขนมตาลต้องผสมเนื้อตาลเข้าด้วยกันกับหัวกะทิ แป้งข้าวเจ้า และน้ำตาลโตนด แล้วรอให้ส่วนผสม “ขึ้น” ซึ่งหมายถึงให้เนื้อตาลหมักกับแป้งจนมีฟองอากาศขึ้นมา และหากต้องการให้กระบวนการของส่วนผสมขึ้นเร็ว จะนำส่วนผสมขนมขึ้นไปตากแดดอ่อนๆ เพื่อเร่งกระบวนการหมัก ซึ่งการทำเช่นนี้เป็นภูมิปัญญาที่คนทำขนมตาลได้สืบทอดกันมา เมื่อมีฟองอากาศขึ้นตามผิวส่วนผสมขนมคล้ายแกงกะทิบูด ให้นำส่วนผสมดังกล่าวตักใส่กระทงใบตาล แล้วนึ่งไฟแรงในลังถึงจนเหลืองสุกจะได้ขนมทาน บางแห่งนิยมโรยหน้าขนมตาลด้วยมะพร้าวขูด บางแห่งก็ไม่นิยม ซึ่งคุณชิน อ่วมพ่วง ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำขนมตาล ได้เล่าให้ฟังถึงการทำขนมตาลที่เป็นฐานการเรียนรู้ในสวนตาลของลุงณอมว่า

“...ส่วนผสมของขนมตาล ก็มี น้ำตาลทราย แป้งข้าวเจ้า เนื้อตาล และกะทิ มีเท่านี้ เราจะเอาใบตองมาเย็บเป็นกระทง เอาส่วนผสมมาผสมกัน แล้วเอาไปหยอดในกระทง หลังจากนั้นก็เอาไปนึ่ง ต้องตั้งไฟให้น้ำเดือด ทิ้งไว้ประมาณ 15 นาที ก็จะได้ขนมตาลแท้ๆ...”



ภาพที่ 4.15 การทำขนมตาล

ฐานที่ 2 กิจกรรมการทำน้ำตาลโตนด

การทำน้ำตาลโตนดของชาวเมืองเพชรบุรีจะอยู่ระหว่างเดือนมกราคม-พฤษภาคม ซึ่งต้นตาลโตนดทั้งตัวเมียและตัวผู้สามารถให้น้ำตาลโตนดได้ โดยจะต้องมีอายุตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป โดยจะต้องมีการνωดช่อดอกก่อนที่จะทำการปาดดอกตาล เพื่อให้ดอกตาลและวงตาลคายน้ำออกมา โดยต้องใช้เวลานานวดประมาณ 5 วัน จากนั้นนำกระบอไม้ไผ่ใส่น้ำแช่วงตาลที่νωดแล้วอีกสัก 2 วัน จึงเริ่มปาดปลายของวงตาลออกวันละน้อย จนกว่าจะมีน้ำไหลออก คนทำน้ำตาลจะป็นเอากระบอไม้ไผ่ไม้พะยอมเพื่อป้องกันการเน่าเสียไปรองน้ำตาลในตอนบ่าย และเก็บกระบอไม้ไผ่ที่เต็มไปด้วยน้ำตาลในรุ่งเช้าของวันถัดไป น้ำตาลที่เก็บได้เรียกว่า น้ำตาลสด ซึ่งคุณอำนาจ ภูเงิน ได้เล่าให้ฟังถึงการทำน้ำตาลโตนดว่า

“...การทำน้ำตาลโตนด เริ่มจากการนำน้ำตาลที่ร่อนมาจากปลีตาลมาเทรวมกันผ่านผ้าขาวบางลงกระทะใบบัว เวลารองน้ำตาลจากต้นตาลจะใช้กระบอกล้างไม้ใส่สุกแบบโบราณ ใส่เกล็ดไม้พะยอมลงไปเล็กน้อยเพื่อกันบูด แล้วนำไปแขวนไว้บนต้นไม้ และทำตามกรรมวิธีแบบบ้านๆ ในการทำความสะอาดกระบอกล้างไม้ด้วยการนำไปล้างและนำไปและรมควันเพื่อฆ่าเชื้อทำให้ไม่สะอาดน้ำตาลสามารถบูด หลังจากนั้น คือการเคี่ยวน้ำตาลไปเรื่อยๆ จนกระทั่งงวดและสามารถนำมาพอกอากาศได้ ความหวานของน้ำตาลแต่ละกระทะ ก็จะขึ้นอยู่กับความหวานที่ได้รับความนิยมของน้ำตาล เพราะตาลแต่ละต้นผลิตน้ำตาลที่มีความหวานไม่เท่ากัน การเคี่ยวน้ำตาลของที่นี่ เราจะทำบนเตาดินที่ก่อขึ้นเอง เตาที่สามารถตั้งกระทะได้ครั้งละสองกระทะ ด้านล่างคือที่สูมไฟ ซึ่งก็ใช้เชื้อเพลิงจากกิ่งไม้ใบหญ้าในสวนเราแห้งๆ มันมีเยอะ และไม่ต้องไปหาซื้อที่ไหน ด้านข้างของกระทะ ก็คือปล้องควั่นที่เจาะไว้ด้านบนของที่สูมไฟ ที่นำกระบอกล้างไม้มารมควัน เพื่อให้สะอาด พร้อมสำหรับนำขึ้นไปรองน้ำตาลครั้งต่อไป เวลาเคี่ยว ก็ต้องให้ไฟสม่ำเสมอ...”



ภาพที่ 4.16 การรมควันในกระบอกล้างไม้สำหรับใส่น้ำตาลสด

ฐานที่ 3 กิจกรรมการเคี่ยวน้ำตาล

การเคี่ยวน้ำตาลเป็นขั้นตอนหนึ่งในการทำน้ำตาลโตนด ซึ่งเมื่อได้น้ำตาลสดมาแล้ว จะนำมาเทรวมในกระทะใบบัวขนาดใหญ่ที่ตั้งบนเตาตาล ติดไฟเพื่อเคี่ยวน้ำตาลจนน้ำตาลเดือด รอให้ฟองน้ำตาลเริ่มงวดแห้ง ใช้เวลาเคี่ยวนาน 2-3 ชั่วโมง ยกกระทะลงมาวางบนพื้น กวนด้วยพายเล็กๆ ตักใส่ภาชนะเบา รอให้เย็นจะได้น้ำตาลปึก ซึ่งคุณอำนาจ ภูเงิน ได้เล่าให้ฟังถึงการทำน้ำตาลโตนดว่า

“...เมื่อได้น้ำตาลมาแล้ว จะเอาน้ำตาลมาแปรรูป โดยการเคี่ยว จะเอาน้ำตาลที่ได้มารองเพื่อเอาเศษขี้ปนเปื้อนออก เอากระบอกล้างที่ร่อนใส่น้ำตาลไปล้างให้สะอาด แล้วเอาไปรมควันฆ่าเชื้อ เราจะจุดไฟเคี่ยว ต้องให้ได้ไฟมาตรฐาน หมายความว่าไฟที่จุดต้องสม่ำเสมอ สิ่งที่ต้องทำคือ การตักฟองที่สกปรกออกไปเรื่อยๆ จนกระทั่งน้ำตาลเกือบจะงวดดี และฟองน้ำตาลเริ่มจะสะอาดแต่มีสีเข้มขึ้นใช้เวลาประมาณชั่วโมงครึ่ง น้ำตาลที่เคี่ยวได้ที่แล้ว จะถูกยกลงมาจากเตา แล้วพอกอากาศ เป็นการใช้ไม้พายที่เหลาจากไม้พะกา เพราะมีน้ำหนัก

เบา มาคนแบบปาดๆ ให้เนืื่อน้ำตาลถูกอากาศให้มากที่สุด เพื่อให้เนืื่อน้ำตาลอยู่ตัว จับตัวกัน ใส่ภาชนะ หรือเอาไปหยอดบนผ้า ปล่อยให้แห้งก็จะได้น้ำตาลปึก...”

จากการที่ตาลโตนดได้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจประจำจังหวัด และยังเป็นแรงกระตุ้นทำให้ชุมชนบ้านถ้ำรงค์ หันมาประกอบอาชีพทำตาลเป็นอาชีพหลักกันจำนวนมาก ส่งผลให้ชุมชนแห่งนี้ได้รับการขนานนามว่าเป็น “หมู่บ้านตาลโตนด” เป็นศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องตาลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อชมวิถีแห่งตาล ชมกิจกรรม การเล่นเกี่ยวกับตาลหลากหลายรูปแบบ ดังคำกล่าวของคุณสุทธิ อบรัมย์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ ที่กล่าวถึงตำบลถ้ำรงค์ ว่า

“...ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เกี่ยวกับเกษตรกรรม ความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ซึ่งแหล่งที่ขึ้นชื่อของตำบลถ้ำรงค์คือ ตาลโตนด ซึ่งในส่วนของการบริหารส่วนตำบลมีนโยบายส่งเสริม โดยจัดกลุ่มอาชีพ ที่เกี่ยวกับการทำตาลโตนด ทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับตาล ส่งเสริมให้เกิดการสร้างรายได้กลุ่มต่างๆ เราอยากให้คนรุ่นใหม่ได้มาสืบทอดเกี่ยวกับความเป็นไทยอย่างนี้ มีการอนุรักษ์ต้นตาล ให้ต้นตาลคู่กับตำบลถ้ำรงค์...”

กิจกรรมเหล่านี้เป็นการส่งเสริมให้ชุมชน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน รวมทั้งการส่งออกไปยังต่างประเทศในอนาคต เนื่องจากขณะนี้มีความต้องการเมล็ดตาลอ่อนจากตลาดต่างประเทศ ที่นำไปใช้แทนเงาะกระป๋องหรือลำไยกระป๋องได้อีกด้วย การท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ในสวนตาล ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสการใช้ชีวิตและภูมิปัญญาของท้องถิ่นมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ไปพร้อมๆ กับเจ้าของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยกิจกรรมต่างๆ เช่น การชมสวนตาล การทำน้ำตาลโตนด การทำขนมตาล เป็น ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนถ้ำรงค์ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยว ทั้งประชาชนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา และโดยเฉพาะผู้สูงอายุได้เกิดความประทับใจ รวมถึงได้รับความรู้ ประสบการณ์ และสัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชน รวมถึงตระหนักถึงความสำคัญของตาลโตนด เกิดจิตสำนึกถึงคุณค่าและประโยชน์ของตาลโตนด เกิดความหวงแหนและการอนุรักษ์ตาลโตนดให้อยู่กับสังคมและวิถีชีวิตของคนเมืองเพชรบุรี และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

จุดที่ 2 วัดถ้ำรงค์

เมื่อออกจากสวนตาลของลุงนอม ภูเงิน ลัดเลาะผ่านลำห้วย ผ่านชุมชนในหมู่บ้าน ซึ่งบ้านต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านนี้ มีจุดเด่นอยู่ที่ไร่ โดยทุกหลังคาเรือนปลูกต้นไม้เป็นรั้วบ้าน มีทั้งไม้ใบ และไม้ดอก สวยงามแตกต่างกันไป และทุกหลังจะดูแลรั้วของตัวเองให้เป็นระเบียบสวยงามอยู่ตลอดเวลา บ้านบางหลังยังคงอนุรักษ์บ้านเรือนไทยเอาไว้ด้วย เมื่อรณาทิพย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ เลาะลัดออกมายังถนนหมู่บ้านผ่านสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ ซึ่งตรงข้ามเป็นสถานที่ตั้งของโรงเรียนวัดถ้ำรงค์ และด้านข้างเป็นสถานที่ตั้งของวัดถ้ำรงค์ ซึ่งเป็นวัดที่คนในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ให้ความศรัทธากันมาก รวมถึงคนนอกพื้นที่ด้วย

วัดถ้ำรงค์เป็นวัดที่อยู่ในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี โดยมีประวัติความเป็นมาประวัติที่ไม่ค่อยชัดเจนนัก ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนว่าวัดนี้ก่อสร้างแต่เมื่อใด แม้แต่เจ้าอาวาสคนแรกที่มาพบวัดถ้ำรงค์ ซึ่งมีโบสถ์วิหารพร้อมอยู่แล้ว ภายในวัดจะมีพระพุทธรูปปางชนิดต่างๆ ที่มีมาตั้งแต่สมัยอดีต ซึ่งสิ่งที่ทำให้วัดถ้ำรงค์ได้รับความศรัทธาเลื่อมใสจากคนทั้งในและนอกพื้นที่ คือ หลวงพ่อเทพ เนื่องด้วยเป็นพระที่ปฏิบัติธรรมจนสามารถมีญาณวิเศษมองเห็น รู้เห็นเหตุการณ์ทั้งในอดีตก็ได้ ปัจจุบันก็ได้ ทั้งยังมีความสามารถในการทำนายทายทัก ดูกฤกษ์ยามในการประกอบพิธีการงานต่างๆ จึงมีลูกศิษย์ลูกหามากมาย นอกจากนี้โบสถ์วัดถ้ำรงค์ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะ เพราะเป็นโบสถ์ที่มีมุขยื่นออกมาด้านข้าง เพียงด้านเดียว ลวดลายปูนปั้นของโบสถ์ เป็นฝีมือที่ปราณีตมากๆ สมฝีมือช่างเมืองเพชรหนึ่งในช่างสิบหมู่ของไทย ส่วนภายในบริเวณวัดจะมีต้นไม้ขนาดใหญ่ร่มรื่นนาขนิด โดยเฉพาะต้นไทรที่มีขนาดใหญ่สองต้นที่ยังมีความสมบูรณ์อยู่จนถึงปัจจุบัน รวมไปถึงมีโบสถ์ที่มีความเก่าแก่ที่สมบูรณ์สวยงาม มีการบริหารจัดการวัดเพื่อให้วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นสถานที่ที่นำศรัทธา จึงทำให้วัดนี้มีความสมบูรณ์ในเรื่องของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้บริเวณวัดยังมีสินค้าของชาวบ้านที่นำมาวางขาย ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นของระลึกให้นักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.17 วัดถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

บริเวณฝั่งตรงข้ามของวัดถ้ำรงค์ หรือบริเวณใกล้ภูเขาถ้ำรงค์นั้น จะเห็นปากถ้ำเล็กๆ ถ้ำหนึ่งคุณไพโรจน์ เปียผ่อง พนักงานประสานงานชนบท องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ ได้กล่าวถึงคำขวัญประจำตำบลถ้ำรงค์ ว่า “...ถ้ำเขารังค์รูปช้าง ยางนาใหญ่ แม่น้ำเพชรใส หลวงพ่อเทพเลื่องลือไกล พระดำใหญ่คู่ตำบล...” ซึ่งเป็นศักยภาพการท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังที่คุณไพโรจน์ เปียผ่อง ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำขวัญของตำบลถ้ำรงค์ว่า

“...ที่ตำบลถ้ำรงค์มีคำขวัญอย่างนี้ เพราะที่ถ้ำรงค์นี้มีลักษณะเด่นๆ ประกอบด้วย 1.ภูเขา มีถึง 5 ลูก 2.แม่น้ำเพชรไหลผ่าน 3. มีลำห้วยต่างๆ ทำให้ตำบลค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ 4. มีป่าไม้เป็นป่าสงวนติดกับชุมชน 5. มีแหล่งอารยธรรมดั้งเดิม 6. ป้ายางแดงที่ในหลวงทรงให้

อนุรักษ์ไว้ และ 7. มีถ้ำรงค์ ด้วยศักยภาพเหล่านี้ทำให้ชุมชนถ้ำรงค์ได้รับเลือกจาก นักวิชาการให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2544...”

หน้าปากถ้ำเล็กๆ แห่งนี้ ที่ปากประตูถ้ำสร้างตะแกรงไว้สำหรับกันลิงและสุนัขที่เข้ามาในถ้ำ และอาจจะสร้างความเสียหายให้กับพระพุทธรูปและสิ่งของที่อยู่ในถ้ำได้ จุดเด่นของถ้ำแห่งนี้เป็นที่ประดิษฐานของ “หลวงพ่อดำ” พระพุทธรูปปั้นปางห้ามญาติ เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นที่อยู่นบนผนังถ้ำ เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่สมัยทวารวดี อายุราวๆ 700 ปี เป็นพระพุทธรูปที่ชาวถ้ำรงค์นับถือมาช้านาน ปูนที่ปั้นเป็นองค์พระทาด้วยหมาก หรือผสมเพื่อเป็นการประสานของปูนในสมัยนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปติดกับผนังถ้ำทำให้องค์พระไม่ชำรุดแตกหักเสียหาย หลวงพ่อดำนับเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่มืองมายาวนานมาก ในอดีตพื้นถ้ำยังคงเป็นพื้นหินตามธรรมชาติ มีรูปร่างกลม จนดูเหมือนเป็นถ้ำที่มีห้วกะโหลกเคลื่อนกลาอยู่ตามพื้น จนเมื่อได้รับการบูรณะเพื่อให้ประชาชนเข้ามากราบไหว้ได้สะดวกมากขึ้นและลดความน่ากลัวลง จึงได้ทำการเทพื้นให้เรียบ พระพุทธรูปองค์อื่นๆ ในถ้ำล้วนแต่เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่ บางองค์มีเพียงเศียร บางองค์ไม่มีเศียร ชาวบ้านช่วยกันบูรณะขึ้นมาใหม่แล้วลงสีใหม่ จนดูเหมือนว่าเป็นพระที่สร้างขึ้นในช่วงหลังๆ



ภาพที่ 4.18 หลวงพ่อดำ และพระพุทธรูปภายในถ้ำ

จุดที่ 3 บ้านยี่โตนด

บ้านยี่โตนด บ้านลูกตาลทอง กองแก้ว เป็นกลุ่มชาวบ้านที่ทำขนมตาล ส่วนที่เรียกว่ายี่โตนด นั้นเนื่องจาก การทำขนมตาลต้องนำเอาลูกตาลมาปอกเปลือกเอาส่วนสีเหลืองๆ มายีกับน้ำ ยีเอาเนื้อออกมาละลายในน้ำแล้วเอาไปกรอง จากนั้นเอาน้ำไปเคี่ยวให้เหมือนแป้งนำไปนึ่งทำขนมตาล กว่าจะได้เนื้อขนมตาลมาต้องใช้ลูกตาลจำนวนมาก ลูกตาลที่ใช้ทำขนมต้องเป็นตาลแก่ที่แก่จนร่วงลงมาจากต้นนั้น คุณป้าสมจิตร กรองแก้ว ได้เล่าให้ฟังถึงการนำลูกตาลสุกมาแปรรูปเป็นส่วนผสมในการทำขนมตาลว่า

“...ขนมตาล เป็นส่วนที่ทำจากเนื้อตาลสุกที่ได้จากการยี้มีลักษณะเหลวๆ แล้วนำไปห่อผ้าดิบตากให้สะเด็ดน้ำ เสร็จแล้วก็นำไปเล้ากับแป้งและน้ำเล็กน้อย ก็นวดไปเรื่อยๆ นวดให้เข้ากัน นำไปผึ่งแดดประมาณ 2-3 ชั่วโมง.ขนมตาลที่ได้จะฟูขึ้นโดยไม่ต้องใส่ผงฟู ตักใส่กระทงหรือถ้วยนำไปนึ่งก็ได้ขนมตาลที่มีกลิ่นหอมเนื้อตาล ...การนำเนื้อตาลสุกมายี้เพื่อให้ได้ของเหลวที่ได้จากตาลสุก เรียกว่า ถูกนำไปยี้ หรือที่เรียกว่า ยีโตนด คนทำอาชีพเกี่ยวกับการยี้ตาลนิยมทำกัน...”

เมื่อได้ขนมตาลแล้วจะนำขนมตาลที่ได้ไปจำหน่าย และส่วนหนึ่งนำมาใช้เป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

“...โดยส่งขายไปทำขนมตาลที่ตลาดบ้านลาด โดยทำเป็นแพ็คเกจ 1 กิโลกรัมบ้าง 10-20 กิโลกรัมบ้าง บ้างก็มีถึง 50 กิโลกรัมไปเลยก็มี เค้าก็จะมาสั่ง บางทีเราก็กินเก็บเอาไว้ เค้าก็สามารถขายได้ทันทีเลย...”



ภาพที่ 4.19 การยี้ตาล และการผ่าจาวตาล

การสาธิตการยี้ตาล คุณสมจิตร กรองแก้ว จะเล่าให้ฟังถึงการนำลูกตาลสุกมาใช้เป็นวัตถุดิบ ซึ่งในการยี้ตาลนี้จะต้องใช้ลูกตาลสุกเท่านั้น รวมถึงในกิจกรรมนี้ นักท่องเที่ยวสามารถทดลองยี้ตาลด้วยตัวนักท่องเที่ยวเองได้ ผลผลิตที่ได้จากการยี้ตาลครั้งนี้ คุณสมจิตร กรองแก้ว จะยี้ตาลเพื่อนำไปแพ็คเกจ ซึ่งจะขายเป็นกิโลกรัม ในราคากิโลกรัมละ 20-40 บาท จากต้นทุนลูกตาล 2 บาท ส่วนเหลือจากการยี้ตาล "เปลือก" คุณสมจิตร กรองแก้ว จะนำไปเป็นอาหารของวัว นอกจากนี้ ส่วนที่เหลือจากการยี้ตาลจะเรียกว่า ไยตาล ซึ่งในส่วนของไยตาลนี้ คุณสมจิตร กรองแก้ว จะนำแยกส่วนส่งขายนำไปทำเป็นฉนวนกันความร้อนที่กิโลกรัมละ 50 บาท โดยปัจจุบันได้รับความช่วยเหลือจากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ นำไยดังกล่าวไปวิจัยและสร้างสรรค์ต่อยอดนำไปปั่นทำเป็นด้าย แล้วนำมาทอได้ผ้าจากไยตาล ที่สามารถนำมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กระเป๋าผ้าไยตาล ในทุกๆ วัน ที่บ้านคุณสมจิตร กรองแก้ว จะรับลูกตาลสุกไม่น้อยกว่า 100-300

กิโลกรัมเพื่อนำมายีตาล ส่วนที่เหลือจากการยียก็จะถูกนำมาแยกย่อยชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อนำไปต่อยอดสร้างรายได้ นอกจากนี้ยังมีส่วนของเม็ดตาลที่เป็นส่วนเหลือจากการยีตาล สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อีก โดยนำเม็ดตาลไปแช่น้ำทิ้งไว้ 1-2 เดือน รอรากงอกเพื่อสร้างเนื้อจาวข้างในแล้วตัดรากทิ้ง ทิ้งไว้อีก 1 เดือนจึงจะนำไปเฉาะขายจาวตาล ราคาขายอยู่ที่กิโลละ 2 บาทหรือร้อยละ 25 บาท ซึ่งแต่ละวัน คุณสมจิตร กรองแก้วได้เล่าให้ฟังถึงประโยชน์ของตาลจากอาชีพที่ทำอยู่ว่า

“...ลูกตาลที่ยีแล้ว เราก็จะตัดขนตาลสีเหลืองออก เอาขนตาลไปตากแห้ง ซึ่งมันสามารถเอาไปผลิตเป็นเส้นไหมใยตาลโดนดได้ เอาไปทำเป็นกระเป๋า เป็นหมวกได้ หลังจากยีตาลเสร็จ เราได้ใย ก็จะได้ใยเอาไว้นขาย เราไม่สามารถเอามาทำกระเป๋าเองได้ จะมีทางราชภัฏมสธ. ที่เค้ามาสั่งและรับซื้อเรา ส่วนลูกตาลก็จะนำไปเพาะ โดยเอาไปแช่น้ำไว้ 1 เดือน ตาลก็จะงอก แล้วก็ตัดรากมันออก ตากวางไว้อีก 1 เดือน ถ้าเราเอามาผ่าออกจะได้จาวตาลที่เอามาเชื่อม เอาไปทำอาหารได้...”



ภาพที่ 4.20 ใยตาลแห้งและผลิตภัณฑ์จากใยตาล

จุดที่ 4 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ

การเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวตำบลถ้ำรงค์ จุดที่ 4 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ซึ่งเป็นบ้านทรงไทยหลังใหญ่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้แห่งหนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.21 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร

สถานที่ทำการของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ อยู่ที่บ้านเรือนไทย เรือนไทยหลังนี้เป็นสถานที่รวมกลุ่มของผู้ที่มีความรักในงานสานใบตาล ที่ได้ร่วมกันนำส่วนต่างๆ ของตาล ทั้งใบตาล และกะลาตาล และส่วนต่างๆ ที่เป็นวัสดุเหลือใช้จากธรรมชาติ มาสร้างสรรค์ให้เป็นผลงานทำมือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายธรรมชาติ คิดค้นการประดิษฐ์ของใหม่ๆ ที่ใช้ชิ้นส่วนที่มาจากต้นตาล ประดิษฐ์จากกะลาตาลทำเป็นนกกระสา เต่า หนู ควาย และสัตว์อื่นๆ ตามจินตนาการของผู้สร้างสรรค์ผลงานที่สามารถนำมาเป็นของตกแต่งบ้านที่สวยงามได้ อีกทั้งมีการนำใบตาลมาร้อยเรียง จักสานให้ออกมาเป็นรูปร่างต่างๆ เหมาะสำหรับการพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์จากลูกตาลและใบตาล

กะลาต้นตาลเป็นส่วนที่เหลือจากลูกตาลโดนดที่เหลือใช้ จากการนำเนื้อลูกตาลไปทำขนมในรูปแบบต่างๆ แล้ว กะลาต้นตาลยังเป็นวัสดุเหลือใช้ที่ยังไม่ได้มีการนำมาใช้ประโยชน์ ดังที่ ลุงพุด

นามมัน สมาชิกของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ได้คิดประดิษฐ์ของใช้ที่ทำมาจากกะลาต้นตาลและวัสดุเหลือใช้ สามารถนำมาสร้างรายได้ให้กับตนเอง โดยการนำลูกตาลโตนดและวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์ดัดแปลงเป็นสิ่งของ ทั้งตุ๊กตาลูกตาล กระปุกออมสิน โคมไฟ และสิ่งของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึกในรูปแบบต่างๆ ซึ่งลุงพุด นามมัน ได้เล่าให้ฟังถึงที่มาของการนำวัสดุเหลือใช้เหล่านี้นามาสร้างสรรค์ผลงานที่นำมาซึ่งรายได้เสริมให้ว่า

“...แรงบันดาลใจนี้เกิดจากตุ๊กตานกกระยางคู่ ทำจากเมล็ดพืชจากต่างประเทศที่มีคนนำเป็นแบบทำให้ลูกเกิดความคิดที่จะสร้างงานเช่นนี้ผ่านลูกตาลโตนดที่ถูกทิ้งขว้าง นำมาต่อยอด...”

ลุงพุด นามมัน จะนำเม็ดตาลไปล้างด้วยน้ำยาล้างจานหรือผงซักฟอก ทั้งขัดทั้งถูเป็นเวลานานเพื่อฆ่าตัวมอดแล้วนำไปผึ่งแดดให้แห้ง โดยบางเม็ดตากเป็นปีจึงจะใช้ได้ จากนั้นก็นำไปขัดไปเจาะ อด กรอ ประกอบเข้ากับสีฝุ่น ดินสอพอง กาว ขี้เลื่อย ผงยิปซัม ตกแต่งตามแบบที่จินตนาการ โดยส่วนใหญ่ลุงพุด นามมัน จะสร้างสรรค์งานออกมาในลักษณะสัตว์ประเภทต่างๆ เช่น เต่า นก หนู ลิง ชะนี ช้าง ตุ๊กแก จิ้งเหลน อีกทั้งนำมาทำเป็นกระดิ่ง โมบายสารพัด โดยราคาที่จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ที่ตัวละ 30-80-200 บาท ซึ่งลุงพุด นามมัน ได้เล่าให้ฟังถึงการทำลูกตาลประดิษฐ์ที่ได้คิดสร้างสรรค์ขึ้นจากจินตนาการ และประสบการณ์ของคุณลุงในการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละชิ้นว่า

“...การทำของเราเป็นครูสอนเรา หากผิดพลาดก็แก้ไข ถ้าอยู่เฉยๆ ไม่ทำอะไร ก็ไม่รู้...”

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากลูกตาลประดิษฐ์ของลุงพุด นามมัน แต่จะวางขายอยู่ในบ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาเรียนรู้กิจกรรมการประดิษฐ์จากกะลาต้นตาล และการออกร้านขายตามงานพระนครคีรี หรืองานวัฒนธรรมประจำปี รวมถึงงานต่างๆ ที่ทางหน่วยงานของภาครัฐจัดต่อมาเพื่อให้ไปออกงานเผยแพร่การทำลูกตาลประดิษฐ์ ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งฝีมือที่เกิดจากจินตนาการ ทำให้มีลูกค้าที่ชื่นชอบในสินค้าธรรมชาติทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ ได้สั่งซื้อสินค้าจากลุงพุด นามมัน จำนวนมากทั้งที่นำไปเป็นของฝาก และนำไปจำหน่ายต่อ ซึ่งในบางช่วงเวลาต้องเร่งมือผลิตกันข้ามวันข้ามคืนไม่มีหยุดพัก ทำให้ล้มป่วยจนไม่สามารถโหมงานหนักได้เช่นเดิม ปัจจุบัน ลุงพุด อาจจะมีเรี่ยวแรงการทำงานจะลดน้อยลง เนื่องจากอายุที่เพิ่มมากขึ้น งานสร้างสรรค์ที่ผลิตออกมาจากคุณลุงพุดยังคงถูกใจนักท่องเที่ยว ทำให้ปัจจุบันยังคงมีคนมาซื้อที่บ้าน มาสั่งทำอย่างต่อเนื่อง

“...เขามาสั่งลูกทำเป็นต้นทาง แล้วเขาก็นำไปตกแต่ง ต่อยอดเอาไปขายต่อ เขาก็จะขายได้ราคาเพิ่มขึ้นอีก...”

นอกจากการทำตุ๊กตาจากลูกตาลแล้ว คุณป้าเพื่อนใจคุณลุงก็ยังนำใบตาลมาสานเป็น กระบุง ตะกร้าใบน้อย เป็นพัด เป็นสัตว์ต่างๆ ทั้งนก ปลา ปู กุ้ง เต่า วันละ 4-5 ตัว วางขายเป็นเครื่องแกงหาที่ทำเงินได้ ถึงเวลานี้แม้คุณลุงและคุณป้าจะอายุ 75 ปีแล้ว คุณลุงก็ยังยืนยันที่จะสร้างสรรค์งาน

ตุ๊กตาจากเม็ดตาลต่อไป และตั้งใจที่จะถ่ายทอดวิชาเหล่านี้ให้เด็กรุ่นใหม่ได้เรียนรู้เป็นวิชาติดตัวต่อไป ซึ่งปัจจุบันมีการร่วมมือของชุมชน จัดกิจกรรมการประดิษฐ์จากกะลาต้นตาลให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาและสืบทอดให้แก่ลูกหลาน อีกทั้งวัดถุดิบต่าง ๆ มีมากมายอยู่ในชุมชน ทำให้เกิดรายได้กับคนในชุมชนเพิ่มขึ้น และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่คนในชุมชนและนอกชุมชน

สรุปเส้นทางการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้ดังภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.23 เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

2. การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

จากการศึกษาข้อมูลของการผลิตภัณฑจากใบตาลของคนในชุมชนตำบลบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีการนำใบตาลมาทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำมาใช้ประโยชน์ประกอบงานด้านเกษตรกรรม และเป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังมีการนำมาประดิษฐ์เป็นของเล่นสำหรับเด็ก เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้านรวมถึงของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้น การสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑจากใบตาล จึงอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาผลิตภัณฑที่ก่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันเป็นสำคัญ มีลักษณะของความเป็นธรรมชาติ และมีอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น มีคุณภาพ สร้างคุณค่า และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการผลิตภัณฑจากใบตาลมาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการในท้องถิ่น ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ ซึ่งการดำเนินงานคณะผู้วิจัยได้เชิญผู้นำชุมชน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ ปราชญ์ชาวบ้านซึ่งมีความรู้ด้านหัตถกรรม

จากตาลและผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ทำการผลิตภัณฑจากใบตาลจากชุมชน มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม สืบสานใบตาลในชุมชน และร่วมกันจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การผลิตหัตถกรรมจากตาลบ้านม่วงงาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากตาล และเป็นสถานที่ถ่ายทอดภูมิปัญญาหัตถกรรมจาก ใบตาล มาร่วมระดมความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบตาล โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงของศักยภาพของชุมชน ความสอดคล้องกับสภาพการณ์จริงในปัจจุบัน ซึ่งการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใบตาลโดยอาศัยแนวคิดที่ประกอบด้วย การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับ ความต้องการของตลาด ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์ มีการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ได้เพื่อนำผลการประเมินมาใช้เป็นแนวทางใน การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก ใบตาลเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี เป็นการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมา ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ตกทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ซึ่งปัจจุบันภูมิปัญญา ท้องถื่นดังกล่าวได้มีการนำมาคิด วิเคราะห์ พัฒนาเพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมและยังได้มีการประดิษฐ์ คิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์จากใบตาลให้มีความแปลกใหม่ ทันยุคทันสมัย โดยมีการพัฒนาคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์จากใบตาลอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นทั้งของชำร่วย ของฝาก และ เครื่องประดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน และยังเป็นการตอบสนองความ ต้องการของผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพไม่ว่าจะเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม เพื่อเป็นการสร้าง รายได้ให้กับตนเองและครอบครัว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่ม (Innovated Product) ซึ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกที่ยังไม่มีมาก่อนในตลาด หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Modified Product) เป็นผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจที่มีการปรับปรุงให้มีคุณสมบัติดีขึ้น และการ ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too Product) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจที่เลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงหลักเกณฑ์ต่างๆ ได้แก่

- 1) หน้าที่ของการนำไปใช้ เพราะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีหน้าที่ใช้สอยแตกต่างกัน ต้อง ออกแบบการใช้งานให้เหมาะสมและถูกต้อง
- 2) การประหยัด เป็นการพิจารณาวัสดุและเงินทุนที่จะนำมาลงทุนที่เน้นความประหยัด ต้นทุนต่ำ
- 3) ความทนทาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงความทนทานและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้น เป็นการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต ต้องมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและความคงทน
- 4) โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจะต้องทราบถึงลักษณะและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความเหมาะสม
- 5) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และลักษณะเด่น เฉพาะผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะต้องมีจุดเด่น จุดดีของแต่ละสิ่งอย่างเด่นชัด

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในงานวิจัยนี้ เป็นการ พัฒนาในลักษณะของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ให้มีรูปแบบที่สวยงามโดยเน้นถึงความประหยัด

โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ตามความเหมาะสมและความสามารถของผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอซึ่งวิธีเบื้องต้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ การต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ หรือที่มีจุดเด่นอยู่แล้ว มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นมากขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ลูกค้า เนื่องด้วยลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการ รวมถึงมีความคาดหวังต่อสินค้าที่จะได้รับเพิ่มมากขึ้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาศัยแนวคิดของการเสนอความคิดสร้างสรรค์ และความใหม่ของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น เช่น ด้านการใช้ประโยชน์ ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุในการผลิต ด้านขนาด ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นควรมีการนำเสนอที่มา (Story) ของผลิตภัณฑ์หรือให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเล่าเรื่องได้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงเรื่องราวต่างๆ เช่น ต้นกำเนิด ความคิดในการออกแบบ รวมถึงการผลิตที่จำหน่ายสู่ตลาด ควรมีความเหมาะสมในฤดูกาลหรือความจำเป็น ความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ มีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือราคาที่เหมาะสม

ขั้นตอนการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

1. การศึกษาความเป็นมาในการผลิตภัณฑจากใบตาล ด้วยวิถีชีวิตของชาวมุขชนถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรีที่ยังต้องทำงานหารายได้ เพื่อใช้จ่ายในการดำรงชีวิต อาชีพหนึ่งที่คนในชุมชนได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ การนำผลผลิตจากตาลมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์จากตาล เช่น ต้นตาล ใบตาล ลูกตาลมาใช้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ กลายเป็นสินค้าขึ้นชื่อของตำบล เป็นที่น่ายินดีของคนในชุมชนและชุมชนอื่นๆ รวมทั้งนักเรียน นักศึกษา บุคคลทั่วไป โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ที่ได้มาท่องเที่ยวและศึกษาหาความรู้กันมากมาย นอกจากนี้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑจากใบตาลยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใบตาลให้กลายเป็นสินค้า ของใช้ ของฝาก และของที่ระลึกสำหรับผู้มาเยือน ชุมชน ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนด้วย รวมถึงการที่คนในชุมชนถ้ำรงค์เห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์การทำผลิตภัณฑจากตาล จึงได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มสืบสานตาล เพื่อสอนวิถีชีวิตให้เด็กๆ ได้ทดลองทำฝึกการทำอาชีพตั้งแต่เด็ก สอนการใช้ชีวิตอย่างพอเพียงให้เด็กๆ ได้เรียนรู้จากธรรมชาติ การมีน้ำใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะทำให้เด็กเป็นคนดีและมีน้ำใจต่อไปในอนาคต

ในอดีตชุมชนในชนบทได้ใช้ความรู้และความสามารถในการดำรงชีพ ซึ่งการคิดประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ขึ้นมา เพื่อสนองความจำเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยอาศัยแรงงานในครอบครัวและแรงงานของตนเอง อีกทั้งมีการดัดแปลงวัตถุดิบที่มีอยู่ในธรรมชาติใกล้ตัว เพื่อให้มีรูปร่างประโยชน์ใช้สอยได้เหมาะสม ดังเช่น การทำของเล่นให้บุตรหลาน เนื่องด้วยในสมัยโบราณเด็กๆ ในชนบท ครอบครัวมีรายได้ไม่มากนักที่จะนำเงินมาซื้อของเล่นให้บุตรหลาน จึงได้นำใบตาลที่มีอยู่พื้นที่มาสานเป็นของเล่นให้แก่บุตรหลาน เช่น นาฬิกาข้อมือแหวน ตะกร้อ ตัวสัตว์ต่างๆ ที่มีล้อไว้สำหรับลากเล่น หรือใช้ใบตาลมาสานเป็นตะกร้าเล็กๆ หาบขนาดเล็กใส่ของเล่น หรือสานเป็นกระเป๋าสีหนึ่งสือให้แก่ลูกหลาน สีหนึ่งสือไปโรงเรียน และถ่ายทอดวิธีการจักสานเครื่องมือเครื่องใช้เหล่านั้นให้แก่ลูกหลาน ซึ่งได้รับภูมิปัญญาเหล่านั้นมาจากการปฏิบัติและการฝึกหัดจนถึงในปัจจุบัน จากการที่

ได้รับถ่ายทอดมามานำมาทำภาชนะและประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ จากใบตาลซึ่งเป็นวัสดุที่มีอยู่ในพื้นที่ด้วย ในครั้งแรก ทำเพียงง่ายๆ ไม้แฉกเตี้ยๆ แฉกคนรู้จัก หรือไม้ประดับงานบุญประเพณีตามวัดและให้แก่ผู้ที่สนใจจะนำไปตกแต่งบ้านเรือน รวมถึงเมื่อมีผู้พบเห็นจึงได้มีบุคคลที่สนใจหลายคนได้มาติดต่อ เพื่อจะให้จัดทำเป็นของตกแต่งในงานพิธี ที่เป็นรูปแบบเฉพาะที่ต้องประดิษฐ์และคิดค้นให้เหมาะสมกับงานนั้นเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย อีกทั้งได้มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับรูปแบบของการผลิตเพื่อการจำหน่าย ดังนั้นจากจุดเริ่มต้นของการสร้างงานหัตถกรรม เมื่อมีการผลิตซ้ำๆ กันจนเกิดความชำนาญ มีการใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นตามเหมาะสมกับบริบทในพื้นที่และความก้าวหน้าของยุคสมัย ซึ่งได้สั่งสมความรู้และถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นจากรุ่นสู่รุ่น เป็นพื้นฐานความรู้ของชาวบ้านเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่กับสังคมมาอย่างยาวนาน เป็นการดำรงชีวิตที่เกี่ยวพันกับธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ทั้งในเรื่องของอาชีพ ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งก่อสร้าง เครื่องใช้ เครื่องมือต่างๆ ไปตามแต่ละท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้อย่างมีคุณค่า มีการผสมผสานการเรียนรู้จากแหล่งที่มาของความรู้ที่หลากหลาย ก่อให้เกิดรากฐานของการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อการพึ่งพาอาศัยระหว่างกัน เป็นการผสมผสานความรู้ใหม่บนฐานของความรู้เดิม ส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจ และคุณค่าต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ผลิตภัณฑ์จากใบตาลถือเป็นงานหัตถกรรมประเภทหนึ่ง หมายถึง เครื่องมือเครื่องใช้ที่สร้างขึ้นด้วยมือเป็นหลัก ใช้เป็นสิ่งที่สนองความเชื่อถือทางด้านประเพณี ศาสนา เช่น เป็นเครื่องบูชา ใช้เพื่อความสวยงามสนองความสุขทางจิตใจและเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เกิดจากฝีมือช่างเพียงคนเดียวหรือมากกว่าหนึ่งคน นำวัตถุดิบตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน การพัฒนารูปแบบงานหัตถกรรมจะเป็นไปตามการพัฒนาฝีมือของผู้ทำที่สั่งสมประสบการณ์ และสืบทอดความรู้ ความชำนาญ มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทักษะ ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะ พัฒนาระบบการผลิตหัตถกรรมให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตลอดจนการปรุงแต่งความงามของศิลปะในงานหัตถกรรมเพื่อสนองความต้องการทางจิตใจ และคตินิยมความเชื่อ รวมทั้งประโยชน์ใช้สอยให้สอดคล้องกัน งานหัตถกรรมจึงกลายเป็นศูนย์รวมของสหวิทยาการต่างๆ ที่มีคุณค่าทางศิลปะ วิทยาศาสตร์ สังคม ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ สืบทอดเป็นมรดกของคนในชาติในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์จากใบตาลที่ได้รับการสร้างสรรค์งานมาหลายรูปแบบนั้น ได้กลายเป็นสินค้าที่จำหน่ายให้นักท่องเที่ยวในฐานะเป็นที่ระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยี่ยมชม โดยในปัจจุบันวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ใบตาลที่ทำขึ้นนั้นเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นั่นคือเป็นงานที่ทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของบุคคลจากภายนอกที่ได้มาเยือนชุมชน มีโรงงานที่ทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตนเองในการดำรงชีพประจำวันในหมู่บ้านอย่างที่เคยเป็นมาแต่ก่อน

ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงชาวบ้านที่สนใจร่วมกันจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การผลิตหัตถกรรมจากตาลบ้านม่วงงาม ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เป็นกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 33 หมู่ 2 ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี มี นางศจี แสงทองเป็นประธานกลุ่ม ก่อนที่นางศจีและเพื่อนบ้านจะรวมตัว

กันตั้งเป็นกลุ่มขึ้นนั้น ซึ่งสมาชิกของกลุ่มมีอาชีพประจำทำอยู่ เช่น ทำนา ทำไร่ เช่นเดียวกับครอบครัวอื่นๆ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล มีสมาชิกจำนวน 18 คน (ดังรายชื่อในภาคผนวก ข)

สมาชิกกลุ่มได้ร่วมกันเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาการจักสาน มาจากบรรพบุรุษ ประสพการณ์ และถ่ายทอดภูมิปัญญาให้แก่สมาชิกในกลุ่มผ่านการเรียนรู้แบบตัวต่อตัว เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ ความโดดเด่นของภูมิปัญญาจักสานอยู่ที่สมาชิกของกลุ่ม มีการเรียนรู้และร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสรรหาวัตถุดิบที่ได้คุณภาพ ตั้งแต่คัดใบตาล ตัดใบตาล คัดแยก และพัฒนารูปแบบและลวดลายของผลิตภัณฑ์เอง ทำให้งานจักสานทุกชิ้นออกมาด้วยความ ประณีตและสวยงาม ดังคำบอกเล่าของคุณศจี แสงทอง เกี่ยวกับการใช้ใบตาลให้เป็นประโยชน์ ว่า

“...ในที่นี้เป็นจุดสำคัญของการทำผลิตภัณฑ์ สมัยก่อนรุ่นปู่ ย่า ตา ยาย สานเป็นกระทงใส่ ขนมหาล สานกระเป๋ใส่หนังสือไปโรงเรียน สานเป็นของใช้และสานเป็นตัวสัตว์ให้ ลูกหลานได้เป็นของเล่นและได้สืบทอดมาจนถึงทุกวันนี้ อีกทั้งงานประดิษฐ์จากตาลไม่ว่า จะเป็นใบตาล ลูกตาล ลำต้น ล้วนแต่มีคุณค่า เพราะทุกอย่างเกิดขึ้นจากภูมิปัญญา ชาวบ้าน บ่งบอกถึงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในตำบลถ้ำรงค์...”

คุณดวงกมล ดนตรี สมาชิกของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากใบตาล ยังได้เล่าให้ฟังถึงการ ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากตาลตามความต้องการของผู้ซื้อและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ว่า

“...ปัจจุบันกลุ่มเราจึงได้คิดค้นกัน ดัดแปลงจากสิ่งแวดล้อมใกล้ตัวและวัสดุธรรมชาติที่หา ได้ในท้องถิ่นมาเป็นสานใบตาลให้เป็นโคมไฟ ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ใบตาล และจัดเป็นช่อ ดอกไม้ เป็นแจกันดอกไม้ เป็นของขวัญในพิธีและโอกาสต่างๆ ไว้ประดับบ้านเรือน ตาม สถานที่ต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์จากกลุ่มยังได้ผลิตตามความต้องการของลูกค้า เช่น ลูกค้าย อยากรู้ได้พวงมาลัยที่ทำจากใบตาล เราก็พยายามคิดและประดิษฐ์ร่วมกัน หรืออย่าง ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ลูกค้าอยากให้เราปรับเปลี่ยนหรือขนาด เราก็ทำได้...”

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล นอกจากจะมีสิ่งของเครื่องใช้ที่สร้างสรรค์มา จากการจักสานใบตาลแล้ว ยังมีการนำผลลูกตาลแก่ หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่ากะลาตาลมาดัดแปลง ให้เกิดประโยชน์ในการใช้สอย ด้วยการนำมาทำเป็นโมบายลูกตาล ซึ่งได้ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อไว้ขายเป็น ของที่ระลึกแก่ผู้สนใจ และนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะของโมบายลูกตาลจะประกอบด้วย ลูกตาลเศษไม้ สักสองอันและใบตาลนำมาร้อยเข้ากับสายเอ็น ห้อยไว้ข้างหน้าต่างทำให้เกิดเสียงเวลาลมพัด เสียงดัง เหมือนกระดิ่ง หรือกระพรวน นอกจากนี้ยังได้นำกะลาตาลมาประดิษฐ์เป็นของใช้ เช่น ที่ทับกระดาษ รูปสัตว์ต่างๆ ที่ใส่เครื่องเขียนรูปแบบต่างๆ

ขั้นตอนการปฏิบัติการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้ อายุ

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากใบตาล ในการผลิตผลิตภัณฑ์จัก สานใบตาม กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2556) ได้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่

ครอบคลุมเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ถักสานหรือประดิษฐ์ขึ้นจากไບตาลเป็นวัสดุหลัก ซึ่งมีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

ไບตาล หมายถึง ไบของต้นตาล ซึ่งเป็นไม้ยืนต้นในตระกูลปาล์ม ลำต้นเดี่ยว มีใบสีเขียว ขอบใบจักลึกครึ่งใบ รูปทรงคล้ายพัด นำไบมาถักสานเป็นผลิตภัณฑ์ได้ โดยนำไບตาลที่มีอายุและขนาดเหมาะสมมาตากให้แห้งโดยใช้ความร้อนจากแสงแดด กรีดหรือเลียด เป็นเส้นตามขนาดที่ต้องการ อาจอบด้วยกำมะถัน หรือผ่านชั้นตอนเพื่อป้องกันรา และอาจฟอกสีหรือย้อมสี แล้วรีดให้เรียบตรง

ผลิตภัณฑ์จักสานไບตาล หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถักสานหรือประดิษฐ์ขึ้นจากไບตาลเป็นวัสดุหลัก อาจประกอบด้วยวัสดุอื่น เช่น ไม้ ผ้า เพื่อให้เกิดความแข็งแรง เรียบร้อย และสวยงาม และอาจเคลือบสีหรือเคลือบเงา นิยมนำมาทำเป็นของใช้ เช่น หมวก กระเป๋า ตะกร้า พัด คุณลักษณะที่ต้องการ ประกอบด้วย

ลักษณะทั่วไป ต้องมีรูปทรงสวยงาม ประณีต เรียบร้อย ไม่บิดเบี้ยว และต้องไม่มีราปรากฏให้เห็นเด่นชัดตลอดชิ้นงาน

เส้นไບตาล ต้องเรียบตรง มีขนาดสม่ำเสมอ เหนียว ไม่แห้งกรอบ แตก ฉีกขาดปราศจากร่องรอยการเจาะกัดกินของแมลง

การถักสาน ต้องมีช่องไฟสม่ำเสมอ เรียบร้อย เส้นไม่บิด หัก ขาด หรือแตก

ลวดลาย ต้องประณีต สวยงาม สม่ำเสมอ ถูกต้องตามลักษณะลาย และต้องไม่เห็นรอยต่อตลอดชิ้นงานอย่างเด่นชัด

สี ต้องสม่ำเสมอ ยกเว้นกรณีที่มีการย้อมไล่ระดับสี หรือสลับสีในชิ้นงานเดียวกัน สีต้องไม่ตก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือ

การเก็บริม ต้องประณีต เรียบร้อย

การตัดเย็บหรือการขึ้นรูปทรง ต้องประณีต เรียบร้อย สวยงาม

การประกอบด้วยวัสดุอื่น ต้องประณีต สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน

การเคลือบเงา ต้องเรียบ สม่ำเสมอ ไม่หลุดลอก เป็นเม็ด หรือหนาเกินไป จนทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความงามตามธรรมชาติ

การใช้งาน ต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

การบรรจุ หากมีการหุ้มห่อหรือบรรจุ ให้หุ้มห่อหรือบรรจุผลิตภัณฑ์จักสานไບตาลด้วยวัสดุหรือภาชนะ ที่สะอาดแห้ง เรียบร้อย และสามารถป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์จักสานไບตาลได้

เครื่องหมายและฉลาก ที่ฉลากหรือภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์จักสานไບตาลทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน ประกอบด้วย

ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ เช่น หมวกไບตาล กระเป๋าไບตาล ตะกร้าสานไບตาล พัดไບตาล ขนาดหรือมิติ เดือน ปีที่ทำ ข้อแนะนำในการใช้และการดูแลรักษา ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้งหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น



ภาพที่ 4.24 ผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบทอดตาลเมืองเพชรฯ

ด้วยเหตุนี้ เมื่อผลิตภัณฑ์จากใบตาลเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและนอกชุมชนกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากใบตาล จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากใบตาลอย่างหลากหลายตามความต้องการของตลาด โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น และสืบทอดประสบการณ์ที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีตจนเกิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น โม่บาย พัด กระเป๋าลือ ก่องใส่พืช เป็นต้น และทุกขั้นตอนกระบวนการจักสานทำด้วยฝีมือของคนในชุมชนซึ่งรวมกลุ่มกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ผนวกกับภูมิปัญญาในการคิดค้นอุปกรณ์ที่ใช้ในการจักสานเป็นเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีระดับชาวบ้าน เช่น มีด เข็ม ด้าย แต่มีอุปกรณ์บางชิ้นที่เป็นภูมิปัญญาการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้เฉพาะตัวที่ต้องประดิษฐ์ขึ้นมาใช้เอง ได้แก่ พิมพ์วัดขนาดและตัดใบตาล เพื่อช่วยในการประหยัดเวลา เพื่อให้งานจักสานทุกชิ้นออกมาด้วยความประณีตและสวยงาม รวมถึงความยินดีถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือน



ภาพที่ 4.25 ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์จากตาล

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบตาลเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น คณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการท้องถิ่นร่วมกันพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบตาลแต่ละประเภท ซึ่งระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ร่วมพัฒนาได้เปิดรับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของบุคคลและกลุ่มต่างๆ ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและได้นำข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้ในแต่ละลักษณะมาปรับเปลี่ยนและปรับปรุงเพื่อให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบตาลนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน เน้นความเป็นธรรมชาติ และเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านลวดลาย ให้มีลักษณะที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มีความชอบ และรสนิยมที่แตกต่างกัน เช่น แจกันดอกไม้ การพัฒนาสร้างสรรค์ชิ้นใหม่ ให้มีลักษณะที่มีความเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และของกลุ่ม เช่น พวงมาลัยใบตาล การพัฒนาบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ที่ดีย่อมมาจากการออกแบบที่ดีด้วย

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีการคิดและสร้างสรรค์ โดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (พิชญ จงสถิตยวัฒนา, 2548) ประกอบด้วย

ขั้นที่ 1 การสร้างความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Idea Generation) เป็นวิธีการค้นหาความคิดที่เป็นไปได้และมองเห็นลู่ทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น กระบวนการเสาะแสวงหาความคิดใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น โดย

ขั้นที่ 2 การกลั่นกรองและประเมินความคิด (Idea Screening) เป็นการพิจารณาเลือกความคิดที่สร้างขึ้นจากขั้นที่ 1 นำมาพิจารณาว่าความคิดใดจะเป็นความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุด โดย

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวความคิดและการทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นและการสร้างความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดกับผู้บริโภค รวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์ โดย

ขั้นที่ 4 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย โดย

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการประมาณความต้องการของตลาดหรือยอดขาย การประมาณต้นทุนและกำไรที่จะเกิดขึ้นจากแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ โดย

ขั้นที่ 6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการสร้างสินค้าขึ้นมาจำลองแบบ โดย

ขั้นที่ 7 การทดสอบตลาด (Market Testing) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของตลาดเป้าหมาย เพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ ที่นำมาแก้ไขปรับปรุง โดย

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ดีควรมีลักษณะที่ประกอบด้วย 1. ความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่างๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบ 2. มีที่มา ผลิตภัณฑ์ที่สมควรระบุหรือบอกที่มา หรือสามารถเล่าเรื่องได้ ทั้งต้นกำเนิด ความคิดในการออกแบบ หรือเป้าหมายที่ทำการผลิต 3. ระยะเวลาเหมาะสมหรือเป็นไปตามความจำเป็น ตามฤดูกาลของความต้องการใช้ในช่วงเวลาต่างๆ 4. ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค 5. มีข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภค

ได้รับทราบและเข้าใจ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลและความเข้าใจของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ด้วย 6. ควรเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งไม่เป็นที่ทำให้เกิดความเสียหาย หรือขัดต่อขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย และ 7. มีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับระยะเวลา มีความแข็งแรง คงทน เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือราคาของผู้ซื้อได้ง่ายไป

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบตาล ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
3. การพัฒนาด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
4. การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.26 ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ

การพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์

กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ได้มีกระบวนการปรับขนาดของการสานใบตาลเพื่อให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

1. การสานใบตาลจากรูปแบบของกระเช้าลูกทุเรียนแบบดั้งเดิม ให้มีขนาดใหญ่ประมาณผลทุเรียนจริง เพื่อนำมาใส่หลอดไฟ รวบปลายแกนตาลส่วนที่เหลือจากใบตาลที่ใช้สานมารวมผูกมัดให้แน่นเป็นก้านเหมือนส่วนก้านของผลทุเรียนและตกแต่งให้สวยงาม ปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เป็นโคมไฟขนาดใหญ่ สามารถนำมาใช้งานและประดับตกแต่งให้เกิดความสวยงาม

2. การสานใบตาลจากรูปแบบของกระเช้าลูกทุเรียนแบบดั้งเดิม ให้มีขนาดเล็กลงเล็กน้อย แต่ให้มีความแน่นของส่วนหนามมากขึ้น แล้วนำถุงผ้าโปร่งที่บรรจุเครื่องหอมต่างๆ เช่น พิมเสน การบูร บุษบา ใส่ลงในกระเช้าลูกทุเรียนมัดและพันด้วยใบไม้ประดิษฐ์สำเร็จรูปใช้แขวน วางตามสถานที่ต่างๆ ใช้เป็นเครื่องหอมสำหรับดับกลิ่นและเพิ่มความหอมและความสวยงามตามธรรมชาติ สามารถใช้เป็นเครื่องประดับและตกแต่งสถานที่ได้ด้วย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ อธิบายว่า

“...ข้างในลูกตะกร้อก็ใส่การบูรไว้ เวลาใส่ไว้ในรถก็จะหอม...แต่ถ้าสานไปแล้ว เสียบไม่ได้ คือ สานอยู่แล้วเอาการบูรใส่แล้วปิดเลย แต่ถ้าทำเป็นลูกทุเรียนเล็กๆ ก็ใส่ได้ตรงก้านก็เอา การบูรใส่...”

จากผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์นั้นสามารถนำมาใช้เป็นของที่ระลึก ของชำร่วย ซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อการปรับเปลี่ยนด้านประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4.27



ภาพที่ 4.27 การพัฒนาด้านขนาดผลิตภัณฑ์

การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการท้องถิ่นกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ได้มีการพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. การพัฒนาการสานใบตาลรูปแบบของพวงมาลัย เนื่องด้วยสมาชิกกลุ่มฯ มีความเห็นว่า พวงมาลัยที่ประดิษฐ์ขึ้นจากดอกไม้สดนั้นมีความไม่คงทน มีระยะเวลาการใช้งานสั้น และพวงมาลัยอีกรูปแบบหนึ่งประดิษฐ์ขึ้นจากดอกไม้พลาสติก ซึ่งแม้จะมีความคงทนแต่ขาดความเป็นธรรมชาติ ดังนั้นทางกลุ่มจึงได้คิดประดิษฐ์พวงมาลัยจากใบตาลเพื่อให้มีคุณสมบัติที่คงทน ทำจากวัสดุที่เป็นธรรมชาติ โดยดัดแปลงวิธีการถักสานตะขาบจากการใช้มือในการตัดใบตาลมาเป็นการพัฒนา

เครื่องมือ ทำให้ใบตาลมีขนาดยาวสม่ำเสมอตลอดทั้งเส้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ เล่าให้ฟังว่า

“...อย่างพวกนี้คือใช้มืออย่างเดียว เดียวนี้ก็พัฒนามา ถ้าเป็นใบนี้ อาจจะมีที่จับใบตาล เป็นไม้สี่เหลี่ยม ไม้ขวางอันหนึ่ง แล้วใช้ในคัตเตอร์ตัด ใช้ใบตาลใส่ แล้วดึงมันก็จะเท่ากัน เป็นเครื่องทุ้มแรง สมัยก่อนใช้กรรไกร ที่ละข้อทีละ 2 เส้น บางทีก็เล็กใหญ่ไม่เท่ากันแล้ว มันก็ช้า เดียวนี้เราใช้ที่จับใบตาลมันก็จะเสมอกัน อยากได้อันเล็ก เราก็กดให้เล็ก อยากได้เส้นใหญ่เราก็กดให้ใหญ่ ก็เป็นเครื่องทุ้นแรงอย่างหนึ่ง...”

เมื่อได้ความยาวและขนาดตามที่ต้องการจึงนำมาผูกมัดรวมเข้าเป็นพวง ประดับและตกแต่งด้วยดอกไม้ใบตาลอื่นๆ เช่น ตกแต่งให้มีอุบะด้วยดอกจำปาที่ทำมาจากใบตาล โดยให้มีลักษณะคล้ายพวงมาลัยจริง ซึ่งพวงมาลัยที่ทางกลุ่มได้ประดิษฐ์ขึ้นมานั้น มีทั้งพวงมาลัยแบบยาวและแบบสั้น สำหรับพวงมาลัยแบบยาว ผู้วิจัยเสนอให้สมาชิกกลุ่มได้มีการสานใบตาลรูปทรงตะกร้อใช้เป็นตัวคั่น ที่สามารถใส่ถุงผ้าโปร่งบรรจุเครื่องหอมจากพืชมงคล การบูรหรืออบแห้งลงไป เพื่อช่วยดับกลิ่นและเพิ่มความหอมตามธรรมชาติให้แก่ผู้ใช้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบและมีความคงทน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใบตาลที่เรียกว่า ขมุก ซึ่งใช้เป็นภาชนะที่สานขึ้นสำหรับใส่สิ่งของเครื่องใช้ขนาดเล็ก มีรูปทรงเป็นทรงกลม มีฐานที่ยกเป็นมุมแหลม 6 มุม เป็นฐานเพื่อให้สามารถตั้งได้อย่างมั่นคง มีฝาที่จิกสานยกมุม 6 เหลี่ยมใช้สำหรับปิดไม่ให้สิ่งของเครื่องใช้ร่วงหล่น ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกของกลุ่มฯ ได้ปรับขนาดของขมุกให้มีขนาดใหญ่และขนาดเล็ก รวมถึงเพิ่มสีสันให้กับขมุกเพื่อให้เกิดความสวยงามมากขึ้น

ซึ่งผลของการพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ดังภาพที่ 4.28 และภาพที่ 4.29



ภาพที่ 4.28 การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ แบบที่ 1



ภาพที่ 4.29 การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ แบบที่ 2

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรูปลักษณ์เฉพาะ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ผู้ประกอบการกลุ่มสี่สานตาลเมืองเพชรฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใบตาลเป็นดอกไม้ประดิษฐ์ขึ้นมา มีรูปแบบดอกไม้สวยงามแปลกตา และมีลักษณะอื่น อีกทั้งปัจจุบันดอกไม้ประดิษฐ์จากใบตาลยังเป็นที่นิยมของลูกค้า เนื่องด้วยดอกไม้ประดิษฐ์จากใบตาลสามารถดัดแปลงเป็นรูปทรงและรูปแบบต่างๆ ได้ง่าย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มสี่สานตาลเมืองเพชรฯ เล่าให้ฟังว่า

“...การสานม้วนขด อะไรมันจะง่ายกว่า แต่ถ้าทำดอกไม้เราต้องมาตากให้แห้งตัดกลีบ เดียวนี้ก็พัฒนามาจากสี่ธรรมชาติ มาเป็นย้อมสีตัดกลีบ ตากให้แห้งแล้วตัดกลีบ แล้วก็เอามาย้อมสี...”

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบตาลยังสามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้ ซึ่งทางกลุ่มสี่สานตาลเมืองเพชรฯ ได้นำดอกไม้ประดิษฐ์มาจัดเป็นช่อดอกไม้รวมกับดอกไม้ลักษณะอื่นมาจัดวางใส่แจกันให้สวยงาม จัดเป็นช่อดอกไม้เป็นช่อระบาย ช่อบูเก๋ หรือนำไปติดเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น นำมาดอกไม้ใบตาลที่ย้อมสีมาประดิษฐ์บนหมวกตามจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และตามความประสงค์ของลูกค้าใช้ในโอกาสพิเศษต่างๆ หรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยในด้านอื่นให้เหมาะสม มีการนำดอกไม้ใบตาลมาจัดรวมเป็นพวงหรีดตามความต้องการของผู้บริโภค ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มสี่สานตาลเมืองเพชรฯ เล่าให้ฟังว่า

“...ตอนแรกจะเป็นกลุ่มปั้นแป้งข้าวเหนียวกับกาว ขยับมาเป็นดอกไม้สดอบแห้ง...จักสาน ใบตาลคือ ตอนแรกทุกคนปั้นเป็นตัวสัตว์เป็นอะไร สานแจกไปออกงาน งาน สสส.เขาจัดงานไร้งี้ ก็สานไปอย่างนั้นสานไม่เคยได้ตั้งค์ เอาไปแจกๆ กัน ตอนหลังก็มาเป็นดอกไม้ เปลี่ยนแบบมาจากตัวสัตว์ ปู ปลา กุ้ง ก็มาเป็นดอกไม้ ดอกเดียวสีธรรมชาติที่ใส่แจกัน ใหญ่ๆ ใส่กันจาก อันสูงๆ ตอนหลังก็มาเป็นดอกไม้ดอกเล็กดอกใหญ่ แล้วใส่แจกันจัดเป็น ช่อ ก็เป็นโคมไฟที่ทำจากไม้ไผ่ แล้วเอาดอกไม้ใบตาลไปประดับโคมไฟ...”

ซึ่งผลการจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ใหม่ ดังภาพที่ 4.30



ภาพที่ 4.30 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยการใช้สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อรักษา คุณภาพและป้องกันสินค้าจากความเสียหายจากการขนส่ง รวมถึงส่งเสริมทางด้านตลาดดึงดูดความ สนใจ ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ สร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ใบตาลเป็นสินค้าหัตถกรรมชนิดหนึ่งที่ทำด้วยมือและใช้

เครื่องมือแบบง่ายๆ ในการผลิต ซึ่งผลิตภัณฑ์บางรูปแบบมีความยุ่งยากในการเก็บรักษา และการขนส่ง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรนี้ไม่ได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไว้

การบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายจะใช้รูปแบบง่ายๆ คือใส่ถุงพลาสติกให้ลูกค้า อาจทำให้ผลิตภัณฑ์อาจชำรุดเสียหายและไม่เกิดความสวยงาม อีกทั้งไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของกลุ่มเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่มาร่วมกันประกอบการผลิตในการสร้างผลิตภัณฑ์จากใบตาลขึ้นซึ่งมีเงินทุนไม่มากนัก ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงต้องการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ใบตาลแต่ละประเภทที่บรรจุภายใน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ เล่าให้ฟังว่า

“...ก็จะให้เขามีกล่องใส่ไป อยากได้กล่องใส่ทรงสามเหลี่ยม คือแจกันมีน้ำหนัก พอมีน้ำหนักปุ๊บ บรรจุภัณฑ์ก็ใช้แข็งแรงหน่อย ก็ต้องเป็นกระดาสลูกฟูก แล้วกระดาสลูกฟูกถ้าขึ้นรูปเป็นกล่องราคาค่อนข้างสูง อันนี้ที่ไปทำแล้วกระดาสลูกฟูกที่ขึ้นเป็นกล่องหกเหลี่ยม บางอย่างแจกันดอกไม้ลูกค้าซื้อไปแล้ว มันจะใช้ตอนที่เขาถือไปถึงบ้าน แล้วก็ทิ้ง แล้วคือขนาดใหญ่ ตัวกล่องขนาดใหญ่ ต้นทุนมันจะสูง มันก็จะไปบวกในราคาของก็จะทำให้ราคาของยิ่งสูง ดอกไม้ สามสี่ร้อย ไปบวกกล่องอีก มันก็ต้องขายอีก มันก็ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น บางครั้งบรรจุภัณฑ์ก็ไม่จำเป็น...”

ดังนั้น การพัฒนาเพื่อการปรับเปลี่ยนด้านบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยร่วมกับผู้ผลิตกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ได้ร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของกลุ่มสืบสานใบตาล ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใส่สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ บรรจุภัณฑ์สำหรับพวงมาลัยข้อมือ และบรรจุภัณฑ์สำหรับแจกันดอกไม้ ซึ่งผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มได้ประชุมและตกลงร่วมกันดำเนินงานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การออกแบบตราสินค้า และการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ตราสินค้า (Brand) เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากการพัฒนาตราสินค้าประกอบด้วย การออกแบบชื่อตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงด้วยตัวอักษร และสัญลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม และจดจำง่าย ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร ออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม โดยคำนึงถึงชื่อและสัญลักษณ์ที่สามารถใช้เป็นตัวแทนของกลุ่ม มีความเป็นอัตลักษณ์บ่งบอกถึงวัตถุดิบและแหล่งผลิต ซึ่งผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันสมาชิกของกลุ่ม ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับตราสินค้าของผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ดังนี้

1. ชื่อตรา “อำ-รงค์-ตาล” แสดงถึง การอนุรักษ์ รักษาผลิตภัณฑ์จากใบตาล ซึ่งทางกลุ่มได้อนุรักษ์ไว้ในการนำใบตาลมาจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ดังภาพที่ 4.31



ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างตราสินค้าของกลุ่มสีบสานตาลเมืองเพชรฯ

ผู้วิจัยร่วมกับประธานและเลขานุการกลุ่มสีบสานตาลเมืองเพชรฯ ออกแบบตราสินค้าของกลุ่มสีบสานตาลเมืองเพชรฯ จำนวน 5 แบบ นำร่างรูปแบบไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร่างรูปแบบ โดยภายหลังการปรับปรุงได้ลดจำนวนร่างรูปแบบเหลือเพียง 3 รูปแบบ แล้วนำรูปแบบที่ปรับปรุงแล้วไปให้สมาชิกกลุ่มสีบสานตาลเมืองเพชรลงความเห็นว่าจะใช้รูปแบบใดเป็นตราสินค้าของกลุ่ม โดยผลการเลือกรูปแบบโดยสมาชิกกลุ่มได้เลือกตราสินค้านี้ดังภาพที่ 4.32 ถึงภาพที่ 4.33



ภาพที่ 4.32 พวงมาลัยจากใบตาล และแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.33 สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

นอกจากนี้ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ ได้ร่วมกันสร้างสรรค์ความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับสินค้าและบริการ โดยการสร้างเรื่องเล่า (Story) ธำรงค์-ตาล ของผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกจากใบตาลของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร เพื่อให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสามารถสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว และสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังภาพที่ 4.34



ภาพที่ 4.34 เรื่องเล่า อำเภอ-ตาล

การสะท้อนผลการปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

1. การประเมินผลการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ

การสะท้อนผลการปฏิบัติการ โดยการประเมินผลความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวและประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ ในพื้นที่ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว รวมทั้งกลุ่มที่ได้เข้ามาศึกษาดูงานในเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ สวนตาลลุงถนอม วัดถ้ำรงค์ ถ้ำหลวงพ่อดำและกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ จำนวน 144 คน ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยว ทำงานในเส้นทางท่องเที่ยว และทดลองใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=144)		
ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	53	36.8
หญิง	91	63.2
2. อายุ		
41 -50 ปี	14	9.7
51- 55 ปี	38	26.4
56 ปี ขึ้นไป	92	63.9
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	61	42.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	21	14.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	13	9.0
อนุปริญญา/ปวส.	9	6.2
ปริญญาตรี	40	27.8
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	42	29.2
10,001-15,000 บาท	47	32.6
15,001-20,000 บาท	21	14.6
20,001 บาทขึ้นไป	34	23.6
รวม	144	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 เป็นเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมามีอายุระหว่าง 51-55 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ระดับมัธยมศึกษา

ตอนต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

1.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว แบ่งตามองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ได้ผลการวิเคราะห์โดยรวม ดังตารางที่ 4.4 ถึงตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.4 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวม

องค์ประกอบของเส้นทางท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	4.39	0.68
2. ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว	4.41	0.72
3. ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	4.29	0.71
4. ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.38	0.63
โดยรวม	4.37	0.16

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.68) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.58) และศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.71)

ตารางที่ 4.5 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

(n=144)

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.16	0.60
2. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ	4.51	0.35
3. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.29	0.50
4. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว	4.42	0.30
5. การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ	4.40	0.28
6. การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว	4.60	0.28
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.36	0.46
8. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.24	0.53
9. การส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.49	0.36
โดยรวม	4.39	0.68

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.35) รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.36) การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.30) การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.28) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.36) การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.50) การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.53) และโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

(n=144)

ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.47	0.38
2. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค	4.40	0.42
3. ความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว	4.33	0.47
4. ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว	4.49	0.36
5. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดของพื้นที่	4.40	0.42
6. การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.38	0.44
7. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว	4.40	0.42
โดยรวม	4.41	0.72

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.36) รองลงมาคือ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.38) ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.42) การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.42) การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.42) การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.44) และความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.47)

ตารางที่ 4.7 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว	4.49	0.36
2. การให้บริการมัคคุเทศก์ หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว	4.31	0.49
3. ร้านขายของใช้ ของฝาก และของที่ระลึก	4.69	0.22
4. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.78	0.16
5. การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	4.27	0.52
6. การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว	4.27	0.52
7. การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว	4.00	0.71
8. การให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้	4.07	0.05
9. การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ	4.00	0.71
โดยรวม	4.29	0.71

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.16) รองลงมาคือ ร้านขายของใช้ ของฝาก และของที่ระลึก ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.22) การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.36) การให้บริการมัคคุเทศก์ หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.49) การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.52) การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.52) การให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.05) การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.71) และการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ความรู้เฉพาะ	4.47	0.38
2. ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.38	0.44
3. สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.40	0.42
4. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท	4.71	0.20
5. การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ	3.91	0.77
6. ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	4.31	0.49
7. การเรียนรู้วิถีชีวิต/การร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนหรือผู้ประกอบการ	4.40	0.28
โดยรวม	4.38	0.63

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.20) รองลงมาคือ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ความรู้เฉพาะ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.38) สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.42) การเรียนรู้วิถีชีวิต/การร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนหรือผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.28) ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.44) ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.49) และการได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

1.3 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งตามองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.9 ถึงตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม

(n=144)

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์	3.88	0.47
2. ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	3.55	0.58
3. ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.09	0.47
4. ด้านบรรจุภัณฑ์	3.96	0.43
โดยรวม	3.87	0.32

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.43) ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.88$, S.D. = 0.47) และด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.55$, S.D. = 0.58)

ตารางที่ 4.10 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์

(n=144)

ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก	3.97	0.70
2. ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน	3.76	0.73
3. ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่พกพาได้สะดวก	3.73	0.84
4. ผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้ตามความต้องการของผู้ซื้อ	4.06	0.72
โดยรวม	3.88	0.47

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้ตามความต้องการของผู้ซื้อ ($\bar{X}=4.06$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก ($\bar{X}=3.97$, S.D. = 0.70) ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X}=3.76$, S.D. = 0.73) และผลิตภัณฑ์มีขนาดที่พกพาได้สะดวก ($\bar{X}=3.73$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน
อรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

(n=144)

ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ผลิตภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.99	0.79
2. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการสะสม	3.10	1.03
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการให้เป็นของที่ระลึก	3.47	0.80
4. ผลิตภัณฑ์มีความหมายทางการท่องเที่ยว	3.64	0.78
โดยรวม	3.55	0.58

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ผลิตภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.99$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความหมายทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.64$, S.D. = 0.78) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการให้เป็นของที่ระลึก ($\bar{X}=3.47$, S.D. = 0.80) และผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการสะสม ($\bar{X}=3.10$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน
รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

(n=144)

ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย	3.98	0.85
2. ผลิตภัณฑ์มีความประณีต	3.99	0.72
3. ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่เป็นจุดเด่นของชุมชน	4.14	0.75
4. ผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	4.25	0.63
โดยรวม	4.09	0.47

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X}=4.25$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่เป็นจุดเด่นของชุมชน ($\bar{X}=4.14$, S.D. = 0.75) ผลิตภัณฑ์มีความประณีต ($\bar{X}=3.99$, S.D. = 0.72) และผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย ($\bar{X}=3.98$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้าน
บรรจุภัณฑ์

ด้านบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. บรรจุภัณฑ์สื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.74
2. บรรจุภัณฑ์สร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	3.94	0.78
3. บรรจุภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.67
4. บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.70	0.88
โดยรวม	3.96	0.43

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านบรรจุภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ บรรจุภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.26$, S.D. = 0.67) รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์สื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.74) บรรจุภัณฑ์สร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.94$, S.D. = 0.78) และบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

2. การสะท้อนผลการปฏิบัติการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

ภายหลังจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กับกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชรฯ จังหวัดเพชรบุรีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ และคนในชุมชน ตำบลถ้ำรงค์ ได้มีการสะท้อนผลการปฏิบัติการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ และทำให้ทราบผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและสินค้าที่ระลึกจากใบตาล โดยการปรับขนาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงวัสดุที่ใช้ในการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ และการใช้เรื่องเล่าในการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชนมีรายได้ สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิมนำมาพัฒนาทั้งด้านขนาด วัสดุประโยชน์ รูปลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยนำทรัพยากรท้องถิ่น อัตลักษณ์ชุมชน

และภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มุ่งนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสอดคล้องกับศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เสนอว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ เป็นทุนในการพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อนำไปสู่นวัตกรรมโดยเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีและวัฒนธรรมสำเร็จเป็นสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางจิตใจ

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการนำวัสดุในท้องถิ่นมาใช้ต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุน สอดคล้องกับการประกอบการของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่การลดรายจ่าย เท่ากับการเพิ่มรายได้และเพิ่มทุนในระดับชุมชน ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการจัดการของผู้ประกอบการท้องถิ่น

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผู้ประกอบการท้องถิ่น

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่น มีความรู้ความชำนาญในด้านงานจักสานที่ได้รับการฝึกฝน และถ่ายทอดมาจากผู้รู้และผู้ชำนาญ สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างสินค้าที่ระลึกที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

2. ผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรนำทุนชุมชนเป็นฐานของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

3. ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและของที่ระลึก ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งสิ่งของเครื่องใช้ และของที่ระลึก อีกทั้งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างอาชีพเสริมให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นจากการให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งการผลิตสินค้าและบริการ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้คนในชุมชนเห็นถึงความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ที่ประกอบสร้างเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และยังสามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ผ่านการเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านที่มีความผูกพันกับภูมิปัญญาตาลโตนด มีความรู้ความสามารถและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้ในด้านต่างๆ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ได้เรียนรู้และร่วมทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อเป็นการถ่ายทอดและเรียนรู้การสร้างสรรค
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ จากการที่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อเครือข่ายการท่องเที่ยว

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้ร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการผลิตสินค้าที่มีปัจจัยการผลิตหลักมาจากธรรมชาติ ซึ่งมีแหล่งที่มาจากท้องถิ่นชุมชน
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ให้ความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน นอกเหนือจากร้านค้าในชุมชนยังมีการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าของจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างทั่วถึง
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ สามารถร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งด้านความรู้ เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ปัญหาและอุปสรรคจากภายในชุมชน

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่นอาจไม่เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรของชุมชน ว่าเป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมักจะใช้วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้วเพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุน และไม่กล้าที่จะใช้ทรัพยากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างสรรค์ไม่ซ้ำกับที่จำหน่ายอยู่เดิม
2. ผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง ประกอบกับการขาดกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้การรับรู้ทางด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้อย และไม่ดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมและดูงานของกลุ่ม
3. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการท้องถิ่นยังขาดอัตลักษณ์ ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นจึงสามารถจำหน่ายได้เฉพาะในพื้นที่เป็นหลักเท่านั้น และไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควร

ปัญหาและอุปสรรคจากภายนอกชุมชน

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีคู่แข่งในการจำนวนมากเพราะการทำผลิตภัณฑ์จักสาน ส่วนใหญ่มีรูปแบบคล้ายคลึงกัน เช่น ใช้วัสดุจากไม้ไผ่ ใบตาล ใบลาน เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ตระหนักถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการท้องถิ่นแต่ละกลุ่ม
2. นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวไทย อาจยังไม่เห็นความสำคัญและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในฐานะที่เป็นสิ่งที่สะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นมา ไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควร

ตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

จากการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสรุปผลโครงการเพื่อถ่ายทอดความสำเร็จในการนำรูปแบบไปใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น และพัฒนาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งหมด 50 คน ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่น

1.1 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการระดมความคิดกัน โดยอาจเริ่มจากการเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น แต่นำมาต่อยอดและใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนตนเอง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนอาจเริ่มผลิตสินค้าโดยการเลียนแบบ แต่อยากให้ศึกษา แล้วนำไปต่อยอด เอาความรู้ที่ได้มาผนวกกับความรู้เดิม...”

1.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากวัตถุดิบ รูปแบบ วิธีการผลิต และควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุของชุมชน เพื่อมิให้ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์สูงเกินไป ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...ผลิตภัณฑ์ของชุมชนต้องแตกต่าง ไม่ซ้ำกับสินค้าที่มีในท้องตลาด สร้างความแตกต่างโดยการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง วัสดุ โครงสร้าง รูปลักษณ์ แต่ไม่ควรลงทุนในบรรจุภัณฑ์จนต้นทุนเพิ่มเป็นเท่าตัว อาจจะเลือกใช้วัสดุในพื้นที่เป็นบรรจุภัณฑ์ มีแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ ออกแบบให้สวยงามเหมาะกับลูกค้า มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นที่บอกลูกค้าได้ ขายได้ และผลิตได้จริง...”

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านหนึ่ง ที่เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุว่าควรมีทั้งความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ผสานวัสดุจากท้องถิ่นเข้ากับ

วัสดุอื่นให้เหมาะสม นำวัสดุที่เหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

“...การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องให้สอดคล้องทั้งความงามและประโยชน์ใช้สอย การเลือกใช้ วัสดุดิบ และวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผสมผสานร่วมกับท้องถิ่นใกล้เคียง หรือร่วมกับสิ่งที่มี อยู่ทั่วไปในท้องตลาด โดยราคาต้นทุนไม่สูง เป็นการทำให้สิ่งที่มีมูลค่า หรือมูลค่าน้อย จนน่ามองข้าม ให้กลายมาเป็นของที่มีคุณค่า แนวคิดด้านการให้คุณค่ากับสิ่งที่มีอยู่ใกล้ตัว คือ หากผู้ประกอบการสามารถมองเห็นว่าสิ่งที่มีอยู่นั้นมีประโยชน์ เช่น วัสดุดิบ ภูมิ ปัญญา ย่อมทำให้เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เกิดจากในชุมชนและมี ลักษณะเฉพาะตนโดยแท้จริง...”

1.3 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรนำวัตถุดิบหลักที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และควรเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุ

“...การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน หรือท้องถิ่น ทั้งวัตถุดิบ เทคโนโลยี ความสามารถหรือภูมิปัญญา หาจุดเด่นจุดด้อยของสิ่ง เหล่านั้น เพื่อการใช้ประโยชน์จากจุดเด่น รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ความเป็นอยู่และสภาพเศรษฐกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็นแนวทางในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการออกแบบ...”

1.4 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ เพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม เกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง ก็จะริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ๆ สร้างสรรค์นวัตกรรม จะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นที่ยอมรับ...”

นอกจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนยัง ต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาเครือข่ายการผลิตและเครือข่ายการตลาด เพื่อให้การผลิต ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทำให้บรรลุเป้าหมาย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ชุมชนต้องเกิดจากการ เรียนรู้ของผู้ประกอบการ การจัดเวทีชาวบ้านเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้ตัวอย่างจากภายนอก...”

1.5 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ คุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก ท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในท้องถิ่นไม่มีปัญหา แต่เมื่อออกมาจำหน่ายภายนอกจะมีปัญหา เช่น อย. บรรจุภัณฑ์ การผลิตต้องมีมาตรฐาน สิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องรู้ แล้วสร้างเป็นแผนให้ได้ ต้องพัฒนาตนเอง รู้จักต่อยอดภูมิปัญญา...”

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับการเดิน ห้องพักชั้นเดียว หรือห้องพักในโรงแรมที่มีลิฟท์ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดการตระหนักถึงนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมามากขึ้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งอธิบายว่า

“...ผู้ที่บริการต้องจำแนกด้วยว่าเราบริการใคร เพราะผู้ที่รับบริการต้องการไม่เหมือนกัน และในเรื่องของความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในญี่ปุ่นเราไปเที่ยวสะดวก เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ในไทยเราไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุ แหล่งท่องเที่ยวไม่เอื้อต่อผู้สูงอายุและคนพิการ กิจกรรมเรามีอะไรที่จะเหมาะกับผู้สูงอายุ มีแต่กิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียวและก็ในเรื่องความปลอดภัย

เช่นเดียวกับผู้ประกอบการท่านหนึ่ง ที่เสนอการยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้สูงอายุที่ต้องการการเอาใจใส่เป็นพิเศษ ทั้งด้านการให้บริการ ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถรองรับกับนักท่องเที่ยวคุณภาพ และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่น

“...ผู้ประกอบการต้องมุ่งในเรื่องยกระดับมาตรฐานการบริการ ยิ่งเฉพาะผู้สูงอายุต้องการเอาใจใส่ และคนที่บริการเขาต้องมีมากขึ้นระดับหนึ่ง คุณภาพการบริการต้องมากขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกต้องปรับปรุง เรื่องสังคมผู้สูงอายุ เวลามีกการแข่งขันเขาจะมีกลุ่มของเขา มีการต้อนรับ ตรงนี้ก็เป็นสิ่งที่ดี ถ้าร่วมกันต้อนรับสร้างความประทับใจให้เขา...”

2.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น การออกกำลังกายตอนเช้า การทำสมาธิ ห้องอบซาวน่า เพื่อจูงใจในการท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้ อาจจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้แก่ผู้สูงอายุในลักษณะของกิจกรรมทางธรรมชาติ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และสามารถเดินทางได้โดยสะดวก เช่น การท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

2.3 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ เช่น รวบรวมในห้องพักและห้องน้ำ สุขาภัณฑ์ ทางเดิน รถเข็น ที่อาจต้องมีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรและระบบสาธารณูปโภค แต่จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเชิงคุณภาพได้อีกทางหนึ่ง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งเสนอว่า

“...จำเป็นอย่างมากคือเรื่องของความสะดวก เชิงคุณภาพที่เราต้องการ คือ 1.ความปลอดภัย อันนี้เคยไปเที่ยวทัวร์กับต่างประเทศและเอาแม่ไปด้วย ปรากฏว่าทัวร์ที่เราไปด้วยจะมีทีมที่ของเค้าที่คอยดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะแต่ราคาก็จะแพงกว่าคนอื่น แต่เราก็จะรู้สึกว่ามีความปลอดภัย อันนี้คือเรื่องของความปลอดภัยและบริการต้องทำด้วยความจริงใจ คนแก่ก็ชื่นใจ และผู้ให้บริการต้องมีมากพอต่อผู้สูงอายุ ห้องน้ำก็จำเป็น...”

2.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ทั้งการเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต เพื่อสร้างความรู้ ความประทับใจให้นักท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“ถ้าเราพูดว่าแหล่งท่องเที่ยวควรมีคุณค่าอย่างไร ทั้งคนไทยและต่างประเทศก็อยากรู้ว่ามันอะไรมันสะท้อนของแหล่งท่องเที่ยว เหมือนไปญี่ปุ่น เราไปฟังเค้าบรรยาย ไปฟังเค้านำเสนอข้อมูล ต่างชาติมาเมืองไทยไปวัด ก็อยากรู้ว่าวัดนี้มีความเป็นมาอย่างไร เพราะฉะนั้นประวัติความเป็นมาถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่เราสร้างกลไกให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความรู้ เช่นคนที่ไปเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ถ้าเค้าไปด้วยใจเค้าก็อยากจะรู้ และต้องมีการส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม...”

2.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อการพักผ่อน ได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุของไทยที่สนใจการท่องเที่ยวที่มีการแสดงทางวัฒนธรรม การชมโบราณสถาน การไปไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การชมวิถีชีวิต และการได้กินอาหารพื้นเมือง และการซื้อสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง โดยอาจจัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองในสถานที่พัก และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกพื้นเมืองผ่านร้านขายของที่ระลึก และช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

2.6 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ ทั้งทักษะการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ และทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร เพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยร่วมมือกับสถานศึกษาหรือหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...สถานที่ประกอบการบางแห่งมีพนักงานต้อนรับที่มีความสามารถเรื่องภาษาอยู่แล้ว แต่ผู้ประกอบการรายย่อยโดยการสื่อสารต่างประเทศไม่ค่อยคล่องหรือไม่ได้เลย สื่อสารโดยถือป้าย ภาษามือ นามบัตร ตอนนี้นักท่องเที่ยวยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามา สถานประกอบการไหนต้องการพัฒนาเขาก็อบรมตามสถานประกอบการของเขา...”

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานระดับปฏิบัติ

3.1 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานงานกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวไทย ที่อาจจะมีรายได้ไม่มากนักภายหลังจากเกษียณอายุหรือไม่ได้ทำงาน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...กลุ่มผู้สูงอายุ 65 ขึ้นไปถึง 75 ปี ก็จะเที่ยวกับกลุ่ม เช่น อบต.พาไป อบจ.ให้เงินพาไป ประชานก็ต้องสนิทกับอบจ.หน่อย พออายุ 75 ปีขึ้นไปก็จะท่องเที่ยวกับครอบครัวเพราะต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด...”

3.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับผู้สูงอายุ เช่น ราวจับในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขึ้นบันไดที่มีความสูงที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ทางลาดสำหรับรถเข็น ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ ป้ายเตือนเกี่ยวกับความปลอดภัย ป้ายเตือนเกี่ยวกับปริมาณแร่ธาตุในบ่อน้ำพุร้อนและระยะเวลาที่เหมาะสมในการแช่น้ำ

“...แหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุยังน้อยมาก เพราะฉะนั้น ราวจับทางเดินทางลาดที่จะขึ้นรถขึ้นไปได้ก็สำคัญ คนหนุ่มเที่ยวได้คนแก่ก็ต้องเที่ยวได้ แล้วก็ลูกหลานพาเที่ยวก็จะเยอะกว่า ถ้ากรู๊ปทัวร์ก็บริการต้องแล้วแต่ว่าท้องถิ่นแหล่งบริการเรายังขาดตรงนี้พอสมควร เพราะว่าผู้สูงอายุไป เค้าก็อยากได้ความสะดวก ตรงนี้เรื่องที่ยากจะเสนอไว้ก็คือเรื่องของสถานที่ที่ต้องเอื้อต่อผู้สูงอายุ ถ้าเอื้อต่อผู้สูงอายุทุกคนก็จะสะดวกสบาย และความปลอดภัย...”

เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านหนึ่ง ที่เสนอว่าองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ท่องเที่ยวให้อำนวยความสะดวก ในการปรับปรุง ซ่อมบำรุงสภาพแวดล้อมและเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ปลอดภัย และเกิดประโยชน์สูงสุดในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

3.3 กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาความต้องการและบริบทของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการสร้างความมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

“...ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนมักจะผลิตสินค้าตามที่มีหน่วยงานมาอบรมหรือสอน ซึ่งไม่ใช่ภูมิปัญญาเดิม หน่วยงานภายนอกมักเข้าไปสอนให้ความรู้ในการผลิตโดยไม่ได้เอาชุมชนเป็นที่ตั้ง ว่าชุมชนมีวัตถุดิบอะไร...”

3.4 กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัดควรส่งเสริมการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักอธิบายว่า

“...เมื่อผลิตแล้วจำหน่ายไม่ได้เพราะผิดกฎหมาย หน่วยงานรัฐชอบไปทำบรรจุภัณฑ์ไม่มองตัวผลิตภัณฑ์ ทำบรรจุภัณฑ์ที่เกินความจำเป็น ภาครัฐที่เข้ามาช่วยต้องเข้าใจอย่างถ่องแท้ ต้องทำให้ตรงจุด ชอบพาไปดูงานไม่ได้สร้างปัญญา ผลิตแล้วไม่รู้จะไปขายยังงั้น ไม่รู้จักตลาด...”

3.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ผู้ประกอบการที่พักต้องจัดเตรียมที่จอดรถที่เดินไม่ไกล ผู้ให้บริการรถนำเที่ยวต้องจัดเตรียมประเภทของรถสามารถที่ขึ้นลงได้สะดวก ออกแบบที่นั่งให้เหมาะสมกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้สูงอายุ มีอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการช่วยเหลือผู้สูงอายุเมื่อเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ ร้านค้าต้องจัดเตรียมของที่ระลึกที่เป็นประโยชน์แก่ผู้สูงอายุ ร้านอาหารจะต้องจัดเตรียมอาหารที่ดีต่อสุขภาพ สถานบริการน้ำมันจะต้องจัดเตรียมห้องสุขาที่สะดวกและสะอาด รถนำเที่ยวและพาหนะในท้องถิ่นเพื่อการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวควรมีสภาพใหม่ โดยต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...ถ้ามาเป็นกรุ๊ปก็มีบริษัททัวร์ดูแลเค้าจะถามเลยว่าผู้สูงอายุที่เดินไม่ได้หรือต้องใช้ไม้เท้าอยู่เค้ามีสิทธิ์อำนวยความสะดวกมั๊ย เกือบทุกโรงแรมมีการเตรียมพร้อมเพียงแต่ว่าการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เรายังเสนอให้ดูแลตั้งแต่พนักงานต้อนรับ เค้าจะบอกต่อลูกหลานของเค้าว่าโรงแรมที่เค้าพักเป็นอย่างไร บริษัททัวร์ที่เค้าใช้มีที่ไหนบ้าง ดูจนกระทั่งรถบัส และห้องน้ำ ถ้าเป็นปั๊ม ปตท.ปั๊มใหญ่หน่อยก็จะมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุหรือปั๊มบางจากที่ทันสมัย ส่วนด้านอาหารผู้ประกอบการท่องเที่ยวก็จะบอกเลยว่าต้องการอาหารประเภทไหน แม้กระทั่งที่จอดรถเราก็กินเตรียมให้...”

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น ควรจัดการสภาพแวดล้อม การให้บริการ และการดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว และลดปัญหาอาชญากรรมแก่นักท่องเที่ยว

3.6 สถาบันการศึกษาทั้งระดับสถาบันอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา ควรประสานงานในการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับชุมชน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

“...การเข้าร่วมกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้เกิดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในที่นี้หมายถึงการอาศัยให้กลุ่มผู้มีความรู้มาช่วยในการให้คำแนะนำถึงข้อบกพร่องที่ปรากฏให้เห็นในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนได้เห็นช่องว่างที่เกิดขึ้นว่าอะไรยังขาดยังเกิน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์...”

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านหนึ่งเสนอว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้วิทยากรทั้งจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก ร่วมมือกันคิดและ

ทดลองเพื่อให้คนในชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานภายนอกตลอดเวลา

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้าไปสนับสนุนไปให้วิธีคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งกรมส่งเสริมการเกษตร สาธารณสุข อุตสาหกรรม การศึกษานอกโรงเรียน อบรมเป็นกลุ่มๆ เชิญวิทยากรจากที่ต่างๆ มาให้ความรู้ สอนวิธีคิด หาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ทำตัวอย่างให้เห็น ทดลองทำ ช่วยกันคิด ให้ชาวบ้านช่วยคิดด้วยว่าจุดไหนที่ควรพัฒนา เจ้าหน้าที่หรือนักพัฒนาควรมีความเข้าใจ มีความเป็นครูในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ มีวัสดุอะไรในท้องถิ่น ทำบรรจุภัณฑ์อย่างไรให้มันดูดี ความรู้จากการอบรมแล้วนำมาต่อยอด ผสมกับข้อมูลเดิมๆ ที่ชาวบ้านมีอยู่ ปรับปรุงพัฒนาอย่างไรให้ได้สิ่งใหม่...”

3.7 สถาบันการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมทั้งสถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรร่วมกันพัฒนาเยาวชนในชุมชนและผู้นำเที่ยวท้องถิ่นที่เป็นผู้สูงอายุให้สามารถทำหน้าที่บุคลากรทางการท่องเที่ยว เช่น ผู้นำเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและเป็นการพัฒนาทักษะการให้บริการการท่องเที่ยวแก่ผู้สูงอายุ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งเสนอว่า

“...แหล่งท่องเที่ยวจะมีคนที่สูงอายุเค้าก็มีกำลังอยู่ ให้มันเป็นแบบมีไกด์เป็นคนในท้องถิ่นออกมาดูแล การพูดจากับผู้สูงอายุ ในญี่ปุ่นยังมีออกมาสวัสดิ์ โค้งคำนับ ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้สูงอายุของเราเค้าอยู่แต่ในบ้านยังอยู่ในชุมชน ถ้าออกมาก็จะมีบทบาท และเรื่องของผู้สูงอายุในท้องถิ่นออกมาทำงานจะได้มีความหมายมีคุณค่าต่อตนเองและมีส่วนร่วมในท้องถิ่น...”

4. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานระดับนโยบาย

4.1 หน่วยงานระดับยุทธศาสตร์ ควรนำยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 มาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมไทยควบคู่กับการเสริมสร้างขีดความสามารถ ยุทธศาสตร์การสร้างความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร และยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บนฐานของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยต้องให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดการเพิ่มมูลค่ากับบุคลากรในหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่กำหนดแผนปฏิบัติการ หรือโครงการต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่การปฏิบัติได้ตรงตามเจตนารมณ์ของนโยบาย และควรพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากล่างขึ้นบน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

4.2 หน่วยงานระดับนโยบาย ควรกำหนดนโยบายสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมทั้งเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้เกิดการส่งเสริมเกื้อกูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...การเพิ่มมูลค่าอาจไม่จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เสมอไป อาจเป็นการเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อลดรายจ่ายหรือขายเพื่อเกื้อกูลกัน การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ร่วมกันทำงาน ถ้าประธานไม่อยู่ก็ต้องเดินต่อได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มต้องอาศัยนักวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สร้างทีมงาน มีนักคิด นักทำไปเป็นที่ปรึกษา ไปช่วยกันดู ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ...”

เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านหนึ่ง ที่เสนอเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ จะต้องประสานกันตั้งแต่หน่วยงานระดับนโยบาย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานศึกษา ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชน ต้องเข้ามาร่วมมือกัน

“...แนวทางการพัฒนาต้องให้สอดคล้อง ตอบรับกัน ท้องถิ่นสำคัญเรื่องงบประมาณ สิ่งที่จะพัฒนาใหญ่ๆจังหวัดต้องลงไปอยู่แล้ว สิ่งที่ทำให้ยั่งยืนต่อไปคือท้องถิ่นช่วยกันพัฒนาไว้ให้เข้มแข็งถึงจะรักษาอยู่ได้ จังหวัดต้องพูดคุยยุทธศาสตร์เรื่องนี้ให้ชัดเจน ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยว แผนพัฒนาจึงได้ออกมาสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ อบจ. อบต. เทศบาลทำอะไร ต้องชัดเจนตั้งแต่ยุทธศาสตร์ใหญ่จนย่อยลงมา แผนรองรับ ต้องมีบทบาทที่ชัดเจนต่อเนื่องไป แผนระยะยาวด้วย ตอนนี้โรงเรียนประถม มัธยมที่อยู่ในพื้นที่จริงๆ ต้องมีส่วนเข้ามา เช่น มัคคุเทศก์น้อย...”

นอกจากนี้ หน่วยงานระดับนโยบาย เช่น กรมพลศึกษา ควรพัฒนามาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้มีการบริการในระดับสากล สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...มาตรฐานการบริการยังอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานแต่ยังไม่ใช่ว่าระดับที่ดีมาก การบริการยังคิดว่าต้องปรับปรุงเพื่อยกระดับมาตรฐาน เพราะทุกวันนี้พวกเราฐานะการสำนักงานการท่องเที่ยวสิ่งที่พวกเรากำลังพยายามทำให้มากคือการยกระดับการบริการ เช่น การอบรม การให้ความรู้ เผยแพร่ การกระตุ้นให้เขามีแรงจูงใจที่ดีเพราะกำลังเข้าสู่ยุค AEC ที่ผ่านมามีการประชุมสำหรับนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองกาญจนบุรี เรามองว่านักท่องเที่ยวมาเยอะแต่ไม่ได้อยู่ในระดับ แปลกจึงเลยคนมาเยอะแต่จำนวนเงินไม่ top ไม่เหมือนกับหัวหิน ดังนั้นการท่องเที่ยวและกีฬาคิดว่าจะอย่างไรให้การท่องเที่ยวเรามีคุณภาพ...”

4.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างเฉพาะเจาะจง เนื่องจากผู้สูงอายุบางกลุ่มอาจมีความต้องการพิเศษจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...ถ้าเป็นเรื่องของกลยุทธ์เราจะทำอะไรต่อดี เพราะฉะนั้นคนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวแพ็คเกจทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ เราไม่เคยมี มัคคุเทศก์หรือผู้ประกอบการจะมีในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุ จะดูแลผู้สูงอายุยังไง ซึ่ง

ผู้สูงอายุก็ต้องการการดูแลที่พิเศษกว่าคนทั่วไป ในเรื่องของการดูแลผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ความต้องการในเรื่องเรื่องต่างๆ เช่น โรงแรมหรือรีสอร์ทอยากจะพักชั้นล่างเพราะสะดวกต่อการเคลื่อนไหว ไม่ชอบพักที่สูงๆ...”

เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านที่เสนอว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจัดทำแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยเน้นการสื่อสารการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ และสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ตรงจุด

“...ตอนนี้ทางกระทรวงการท่องเที่ยว ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นมา โดยที่แผนการท่องเที่ยวฉบับนี้ก็มีที่เฉพาะเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สูงอายุเอาไว้ด้วย กรู๊ปทัวร์กลุ่มแรกเข้ามาแล้วเป็นครั้งแรก และจะทำยังที่กรู๊ปอีกกลุ่มจะเข้ามาเป็นครั้งที่สอง กลุ่มนักท่องเที่ยวเราจะมีรูปแบบในการคิด เรื่องการประชาสัมพันธ์จากตัวงานที่ทำมา เรา ก็มีแนวคิดว่าจะสื่อสารให้ตรงกลุ่มผู้สูงอายุ...”

4.4 หน่วยงานระดับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรประสานความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุบรรลุเป้าหมายสูงสุด ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สังกัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา มีทีมงาน ในเรื่องการพัฒนาการตลาดอย่างชัดเจน ถ้าหากจะให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลสูงสุด จะให้ทำอยู่หน่วยงานเดียวคงไม่สำเร็จ เพราะฉะนั้นต้องการบูรณาการร่วมกันทำร่วมกัน คิดไปพร้อมกันจึงจะประสบความสำเร็จแต่ก็เป็นความหวังของเราทุกคนที่จะทำให้มันเกิดให้ได้...”

นอกจากนี้ ควรมีการประสานงานทุกฝ่ายตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงหน่วยงานระดับปฏิบัติ ที่จะเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เข้ากับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีหน่วยงานเจ้าภาพในการประสานการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

“ควรมีหน่วยงานกลางที่จัดทางวัฒนธรรมมา เช่น คุยกับ ผบ.ททท. ว่าปีหน้ามีการท่องเที่ยววิถีไทย ตอนนี้หลายหน่วยงานลงพื้นที่ฟื้นฟู ชุมชนต่างๆ เรากำลังมองว่าศักยภาพชุมชนไหนที่น่าสนใจแล้วจัดกิจกรรมขึ้นมา เช่น ผู้สูงอายุอยากทำการนวด สปา...”

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ในลักษณะที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้พร้อมกัน ทั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้สูงอายุได้บำบัด รักษา ฟื้นฟู และเรียนรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรม ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...สถานพยาบาลก็ต้องเข้าไปถึงสถานที่ต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว ผู้สูงอายุจะมองว่าคนที่อายุขนาดนี้แล้ว จะมีคนช่วยเค้าได้มากขนาดไหน แล้วการทำกิจกรรมสอดคล้องเราสามารถทำได้หลายหลายรูปแบบ อย่างทางราชบุรีเราอาจจะเอาภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ในการทำกิจกรรมเวิร์คชอปต่างๆ เพื่อที่จะให้ผู้สูงอายุและคนทั่วไปสามารถร่วมกิจกรรมกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน ชาวกะเหรี่ยงชาวมอญมาผนวกกันเป็นกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว...”

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรพัฒนามาตรฐานบริการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยว ร้านอาหาร รถนำเที่ยว โดยอาจนำพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะเพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้สูงอายุ มาประยุกต์ใช้ในการจัดทำมาตรฐาน และกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุให้ชัดเจนมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ รวมทั้งการออกกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานด้านความสะอาดปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำมาใช้ปฏิบัติ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอว่า

“...ส่วนของมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยวจะขอแบ่งเป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่รัฐดูแล สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกชนดูแล ในส่วนของภาครัฐเราจะดำเนินการอย่างไรให้สอดคล้องกันไปได้บ้าง ส่วนภาคเอกชนเองเค้าก็ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ และต้องคิดว่าสำคัญแล้วและมีปริมาณมากขนาดไหน เค้าต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม...”

เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลหลักอีกท่านที่เสนอว่าหน่วยงานด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ควรกำหนดนโยบายและแผนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง และให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

“...ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ด้านผู้สูงอายุแต่ละจังหวัดยังไม่ชัดเจน ตอนนี้อยู่จัดทั่วไป ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุให้มากขึ้น เริ่มจากส่วนรัฐก่อน ผู้ประกอบการก็จะตื่นตัวแล้ว ส่วนท้องถิ่นช่วยเข้าไปดูแล กระตุ้น...”

4.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และศูนย์ความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (TCDC) ควรสนับสนุนการพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้แก่ชุมชน โดยการจัดกระบวนการเรียนรู้ในหลายหลายรูปแบบให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น ให้มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การผลิต การแปรรูปอาหาร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาดและการส่งเสริมการตลาดอย่างครบวงจร รวมทั้งประสานงานการสร้างเครือข่ายกับนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องให้สามารถติดตามความก้าวหน้าของผู้ประกอบการท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด

จากแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการ
ท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก สามารถนำมาสรุปเป็นภาพที่ 4.35



ภาพที่ 4.35 สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของ ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก มีเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก และแนวทางการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เลือกอย่างเจาะจง คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 34 คน ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากกลุ่มสืบสาน ตาลเมืองเพชรฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน จำนวน 18 คน และขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก โดยการประชุมวิพากษ์และแสดงความคิดเห็น เพื่อกำหนดแนวทางร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการสรุปเชิงอุปนัย ได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

1.1 สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

จุดแข็งที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. แหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะดั้งเดิม
2. มีระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีความพร้อม
3. ชุมชนมีศักยภาพสูงพอที่จะจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นของชุมชนได้หลายแห่ง
4. จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอยู่ในแนวเส้นทางและพื้นที่ระเบียงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น
5. การจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอย่างเป็นระบบ
6. การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ทำให้มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการสนับสนุนด้านการอนุรักษ์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม
2. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือ ในการจัดการสิ่งปลูกสร้าง ที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม
3. ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
4. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายชี้ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ยังไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด
5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังขาดความหลากหลาย
6. ภาครัฐยังขาดความเข้าใจด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านการตลาดการท่องเที่ยว อีกทั้งภาครัฐก็ยังไม่มีการประสานแผน และความร่วมมือทางการตลาดร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

โอกาสที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. สามารถเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศ ในกลุ่มอาเซียน
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคอาเซียน
3. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการบริการ และความปลอดภัย เพื่อเข้าสู่ระบบสากลในภูมิภาคตะวันตก
4. การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่ง ช่วยกระตุ้นการลงทุนในภูมิภาคตะวันตก
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้รับความสนใจไปพร้อมกัน
6. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก จึงทำให้มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดได้ดีขึ้น

อุปสรรคที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลาง ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. การพัฒนาที่ขาดการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
3. ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

4. การเร่งการดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ขาดความกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด
5. ความไม่ชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่ ทั้งในระดับนโยบายรัฐบาลและระดับผู้บริหารในพื้นที่ ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง
6. ยังไม่มีนโยบายและแนวทางจากหน่วยงานภาครัฐ ในการกำหนดเป้าหมายและส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่ชัดเจน

1.2 ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. ศักยภาพการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการพัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว
- การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์มาจากศักยภาพของชุมชน ทั้งความรู้ วัตถุดิบ วัสดุ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อหาจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน
- การใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้ เพื่อการต่อยอดและพัฒนาศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
- การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ในชุมชนด้วย ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยว
- การใช้วัสดุ วัตถุดิบ บุคลากร ทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อการสร้างงานและสร้างรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยว และการจำหน่ายวัตถุดิบ สินค้าพื้นเมือง เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อความหมายของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยประสานงาน กับผู้ผลิตสินค้าจากภายนอก เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน และลดต้นทุนของผู้ประกอบการ

2. ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

- การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุ และเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว
- การจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพทั้งหมด
- การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ศักยภาพการให้บริการการท่องเที่ยว

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นมาตรฐานรับรอง โดยมีหน่วยงานด้านสถานศึกษาในการพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุด้วยความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และมีใจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการเป็นพิเศษ

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

4. ศักยภาพการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- การวางแผนการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การวางแผนการสื่อสารการตลาดอย่างเชิงบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มีหลากหลายรูปแบบ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ และสามารถบริหารจัดการกับความต้องการการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

1.3 เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. ด้านการเรียนรู้ ประกอบด้วย

- 1) การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- 2) การเรียนรู้ในการปฏิบัติงานร่วมกัน
- 3) การเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในครอบครัว กลุ่ม และเครือข่ายชุมชน

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างที่มีการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

- 1) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัย
- 2) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว โดยมีเครือข่ายความร่วมมือและกลยุทธ์การจัดการร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ประกอบด้วย

1) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนทั้งด้านความรู้ บุคลากร การตลาด และงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2) การสนับสนุนงบประมาณในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จากหน่วยงานภายนอก

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย

เครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความร่วมมือกัน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

2.1 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย

จุดที่ 1 สวนตาลลงถนอม เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด ประกอบด้วย ฐานการทำน้ำตาล ฐานการเคี่ยวตาล ฐานการทำขนมตาล

จุดที่ 2 วัดถ้ำรงค์ เป็นแหล่งเรียนรู้กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม

จุดที่ 3 บ้านยี่โตนด เป็นแหล่งเรียนรู้การแปรรูปผลผลิตจากตาลโตนด

จุดที่ 4 กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร เป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก

2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ผลการประเมินความเหมาะสมของศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.68) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.58) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.71)

ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.43) ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.47) และด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.58)

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สามารถสะท้อนผลดีจากการปฏิบัติ ดังนี้

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่น มีความรู้ความชำนาญในด้านการงานจักสานที่ได้รับการฝึกฝน และถ่ายทอดมาจากผู้รู้และผู้ชำนาญ สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างสินค้าที่ระลึกที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน
2. ผู้ประกอบการท้องถิ่น ควบนำทุนชุมชนเป็นฐานของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
3. ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและของที่ระลึก ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งสิ่งของเครื่องใช้ และของที่ระลึก อีกทั้งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างอาชีพเสริมให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นจากการ ให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งการผลิตสินค้าและบริการ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้คนในชุมชนเห็นถึงความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ที่ประกอบสร้างเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และยังสามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ผ่านการเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านที่มีความผูกพันกับภูมิปัญญาตาลโตนด มีความรู้ความสามารถและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้ในด้านต่างๆ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ได้เรียนรู้และร่วมทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อเป็นการถ่ายทอดและเรียนรู้การสร้างสรรค
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ จากการที่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อเครือข่ายการท่องเที่ยว

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้ร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการผลิตสินค้าที่มีปัจจัยการผลิตหลักมาจากธรรมชาติ ซึ่งมีแหล่งที่มาจากท้องถิ่นชุมชน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ให้ความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน นอกเหนือจากร้านค้าในชุมชนยังมีการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าของจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างทั่วถึง

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ สามารถร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งด้านความรู้ เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ปัญหาและอุปสรรคจากภายในชุมชน

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่นอาจไม่เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรของชุมชน ว่าเป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมักจะใช้วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้วเพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุน และไม่กล้าที่จะใช้ทรัพยากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างสรรค์ไม่ซ้ำกับที่จำหน่ายอยู่เดิม

2. ผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเอง ประกอบกับการขาดกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้การรับรู้ทางด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้อย และไม่ดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมและดูงานของกลุ่ม

3. ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการท้องถิ่นยังขาดอัตลักษณ์ ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นจึงสามารถจำหน่ายได้เฉพาะในพื้นที่เป็นหลักเท่านั้น และไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควร

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

1. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.1 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนตนเอง

1.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากวัตถุดิบ รูปแบบ วิธีการผลิต และควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุของชุมชน

1.3 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรนำวัตถุดิบหลักที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และควรเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

1.4 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ เพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาเครือข่ายการผลิตและเครือข่ายการตลาด

1.5 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้คุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

- 2.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- 2.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ
- 2.3 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ
- 2.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ทั้งการเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต
- 2.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย
- 2.6 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ ทั้งทักษะการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ และทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานระดับปฏิบัติ

- 3.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานงานกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ
- 3.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- 3.2 กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาความต้องการและบริบทของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการสร้างความมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3.3 กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัดควรส่งเสริมพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
- 3.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยว สำหรับผู้สูงอายุ ประสานงานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 3.5 สถาบันการศึกษา ควรประสานงานในการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับชุมชน ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- 3.6 สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรร่วมกันพัฒนาเยาวชนในชุมชนและผู้นำเที่ยวท้องถิ่นที่เป็นผู้สูงอายุให้สามารถทำหน้าที่บุคลากรทางการท่องเที่ยว

4. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานระดับนโยบาย

- 4.1 หน่วยงานระดับนโยบาย ควรกำหนดนโยบายสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว วางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- 4.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างเฉพาะเจาะจง

4.3 หน่วยงานระดับนโยบายที่ดูแลการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรประสานความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงหน่วยงานระดับปฏิบัติ

4.4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ในลักษณะที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวได้พร้อมกันและหลากหลายรูปแบบ

4.5 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรพัฒนามาตรฐานบริการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผลการวิจัย

จากศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการพัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว 2) มีการสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์มาจากศักยภาพของชุมชน ทั้งความรู้ วัตถุดิบ วัสดุ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อหาจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน 3) ใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้ เพื่อการต่อยอดและพัฒนาศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 4) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว 5) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในชุมชน และ 6) ใช้วัสดุ วัตถุดิบ บุคลากรทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อการสร้างงานและสร้างรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยว และการจำหน่ายวัตถุดิบ สินค้าพื้นเมือง เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อความหมายของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ 7) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยประสานงาน กับผู้ผลิตสินค้าจากภายนอก เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน และลดต้นทุนของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับเกสร สว่างพนาพันธ์ (2555) ที่ศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตาลโตนด: กรณีศึกษาชุมชนตลาดโตนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ที่ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ที่มาจากวิถีชีวิตประจำวันเกี่ยวกับภูมิปัญญาของชุมชน ทำให้มีการอนุรักษ์สืบทอดจากคนในชุมชนและสามารถสร้างอัตลักษณ์ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิต ที่ก่อให้เกิดรายได้ และสร้างกระแสการอนุรักษ์และหวงแหนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ได้ ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย เช่นเดียวกับ บำเพ็ญ เมืองมูล (2551) ที่ศึกษากระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ควรพัฒนาการเรียนรู้ของผู้นำกรรมการและสมาชิกในการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีเส้นทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้

ผู้สูงอายุที่เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นศักยภาพที่จำเป็นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

2. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุ และเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว 2) การจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพทั้งหมด 3) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ศิริจรรยา ประพตกิจ (2553) ที่ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับอำนวยพร ไหญ่ยิ่ง และเกษราพร ทิราวงศ์ (2553) ที่ศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนมลาบรี จังหวัดแพร่ พบว่า ชุมชนมลาบรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ วิถีวัฒนธรรม มลาบรี อาชีพการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษามลาบรี งานหัตถกรรม และพื้นที่ป่าธรรมชาติ ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นกิจกรรมและการสื่อความหมายได้ ด้วยเหตุนี้ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ จะทำให้ได้รับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะสมกับวัย และได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว

3. การให้บริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นมาตรฐานรับรอง โดยมีหน่วยงานด้านสถานศึกษาในการพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ 2) การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุด้วยความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และมีใจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการเป็นพิเศษ 3) การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย สอดคล้องกับ อารยา อินทชสาร (2554) ที่ศึกษาการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงบริการการท่องเที่ยว และกฤษฎา โชติช่วง (2555) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การบริการการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในทิศทางเดียวกัน โดยบริการการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์มากที่สุด และสอดคล้องกับลอร์ด และคณะ (Lord, et. al., 2012) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุทวีปอเมริกาเหนือ พบว่า ผู้สูงอายุเหล่านั้นมีความต้องการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดีเอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุ ให้มีความคล่องตัวในการท่องเที่ยว และมีข้อเสนอแนะว่าการสร้างสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จึงเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการปรับตัวของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ด้วยเหตุนี้ การจัดบริการ

การท่องเที่ยวให้แก่ผู้สูงอายุ จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้สูงอายุที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

4. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การวางแผนการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2) การวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 3) การวางแผนการสื่อสารการตลาดอย่างเชิงบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มีหลากหลายรูปแบบและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 4) การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ และสามารถบริหารจัดการกับความต้องการการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ นพพร จันทรนาชู และคณะ (2557) ศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน เสนอยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี ด้วยการไว้น้ำใจและสร้างพันธมิตร ได้แก่ 3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและของที่ระลึก 3.3 กลยุทธ์การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก ด้วยเหตุนี้ การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงเป็นศักยภาพที่จำเป็นในการสื่อสารข้อมูลทางการตลาดการท่องเที่ยว ทั้งเส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงเส้นทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

1. ด้านการเรียนรู้ ประกอบด้วย 1) การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ในครอบครัว จากการประกอบอาชีพของคนในครอบครัวและมีการถ่ายทอดผ่านการฝึกฝนและการลงมือทำตาม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มและเครือข่ายภายในชุมชน 2) การเรียนรู้สามารถทำได้ร่วมกันในชุมชนจากการวางแผน การปฏิบัติร่วมกัน เป็นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติที่แต่ละบุคคลเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้มีการเชื่อมโยงต่อทางความคิดและแสวงหาความรู้ใหม่ 3) การเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องขยายพื้นที่ของการเรียนรู้ในคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ และเผยแพร่ความรู้ของการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว สอดคล้องกับบำเพ็ญ เมืองมูล (2551) ที่ศึกษากระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมืองจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) วิธีคิดความรู้และทักษะของผู้นำกลุ่ม 2) โอกาสผู้นำกลุ่มที่ได้ไปเห็น เรียนรู้ และทดลองชิมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่น ทำให้เกิดความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) การตัดสินใจของผู้นำกลุ่มในการทดลอง

ทำผลิตภัณฑ์ใหม่ 4) การร่วมคิด ร่วมหาร้อยอย่างต่อเนื่องของกรรมการและสมาชิกกลุ่ม และ 5) การบริหารจัดการกลุ่ม และสอดคล้องกับรัฐมนตรี พงศ์วิโรทธิ์ธร และภาคภูมิ ภักดีวิภาส (2558) ที่เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ต้องสร้างความชำนาญของคนในองค์กร ถ่ายทอดพัฒนาทักษะในการทำงานแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก และมีการเรียนรู้การบริหารจัดการ เพื่อกำหนดราคาและการบริหารภายในองค์กรชุมชน ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ต้องมีการเรียนรู้ภายในกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทำให้มีกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

2. **ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่สร้างโดยภาคเอกชน และที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ และเป็นสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ อำนาจพร ไญ้อยิ่ง และเกษราพร ทิราวงศ์ (2553) ที่ศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนมลาบรี จังหวัดแพร่ พบว่า เงื่อนไขด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนมลาบรีมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ วิถีวัฒนธรรมมลาบรี อาชีพการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษามลาบรี งานหัตถกรรม และพื้นที่ป่าธรรมชาติ เช่นเดียวกับเกสร สว่างพนาพันธ์ (2555) ที่ศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตาลโตนด: กรณีศึกษาชุมชนตลาดโตนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดโตนด บ้านถ้ำรงค์ ด้วยเหตุนี้ ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรที่สร้างขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์ที่มาจากฐานของชุมชน และสามารถจัดการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างสมดุล

3. **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** ประกอบด้วย 1) สิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้การนำนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามาร่วมจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว 2) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวจำเป็น ต้องทำให้รูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ ที่ต้องมีกลยุทธ์การจัดการร่วมกันเพื่อให้การขับเคลื่อนการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ นพพร จันทรนาชู และคณะ (2557) ศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายรูปแบบ กลยุทธ์การพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลยุทธ์การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม

เช่นเดียวกับทศพล เดชะ (2553) ที่ศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง พบว่าแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง คือ 1) พัฒนาการบริหารจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 2) พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศสมาชิกให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยมีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและได้รับบริการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ปลอดภัย สามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ แหล่งวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมองเห็นช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และกิจกรรมการท่องเที่ยว และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาจะช่วยทั้งด้านความรู้ บุคลากร การประชาสัมพันธ์ การตลาด รวมถึงงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก สามารถช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับบำเพ็ญ เมืองมูล (2551) ที่ศึกษากระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยภายนอกกลุ่มที่เอื้อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดลำพูน และ 2) การสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองง่า และสอดคล้องกับบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ และพงศ์พันธุ์ ศรีทราทิพย์ (2551) ที่ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอโขงเจียม จังหวัดหนองคาย พบว่า แนวทางการพัฒนาที่สมาชิกเลือกใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ได้แก่ การศึกษาดูงาน และการเชิญวิทยากรมาอบรมความรู้และสาธิตเทคนิควิธีการผลิต ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกษตรจังหวัด กรมการพัฒนาชุมชน และสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย เครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกัน และอำนวยความสะดวกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับเกสร สว่างพนาพันธ์ (2555) ที่ศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลาดโดนด: กรณีศึกษาชุมชนตลาดโดนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตที่ก่อให้เกิดรายได้ และก่อให้เกิดกระแสของการอนุรักษ์และหวงแหนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ได้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคน คือสมาชิกในชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และจะต้อง

ส่งเสริมให้มีการมีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวภายในชุมชน และชุมชนท่องเที่ยวภายนอก เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับสุชาติ รสิทวรรณ (2551) ที่ศึกษาการพัฒนาการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าการจัดเวทีประชาคมให้คณะกรรมการเครือข่ายและตัวแทนของเครือข่ายได้เรียนรู้ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ส่งผลให้คณะกรรมการเครือข่ายมีความตระหนักและรับผิดชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ เป็นการเริ่มต้นของการพึ่งตนเอง อีกทั้งประสบการณ์จากการวิจัยและพัฒนานี้ ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติกิจกรรมการพัฒนาผู้ที่มีหน้าที่ และ ความรับผิดชอบ สามารถนำไปพัฒนาเครือข่ายหรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และ สอดคล้องกับนพพร จันทรนำชู และคณะ (2557) ที่ศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตาม แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน พบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อ รองรับประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี ได้แก่ กลยุทธ์การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ทั้งระดับจังหวัดและระดับกลุ่ม กลยุทธ์การจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด และกลยุทธ์การปรับปรุงเส้นทางเพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง และยุทธศาสตร์การ พัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ ได้แก่ กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกลุ่มประชาคมอาเซียนโดยมีแนวทางการพัฒนา กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และกลยุทธ์การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงผู้ประกอบการ ท้องถิ่น เข้ากับเครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดไปยังนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทั้งการสื่อสารทางตรง การประชาสัมพันธ์ การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพื่อให้มีการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมี คุณภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่าเงื่อนไขความสำเร็จการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับ ผู้สูงอายุ โดยสามารถนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. **ด้านการเรียนรู้** ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในครอบครัว การประกอบอาชีพของครอบครัว และมีการถ่ายทอด ผ่านการฝึกฝนและการลงมือทำตาม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มและ เครือข่ายภายในชุมชน ทำให้มีการเชื่อมโยงความคิดและแสวงหาความรู้ใหม่ และการเรียนรู้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเครือข่ายการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ทั้งการ เรียนรู้และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน การเรียนรู้ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชน การเรียนรู้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมใน การวางแผนและปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่สร้างโดยภาคเอกชนและที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ และเป็นสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ทรัพยากรที่เป็นวัฒนธรรม ประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้าง โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว และการเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและเกิดประโยชน์แก่ชุมชน

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิจัยพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทำให้การนำนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามาร่วมจัดการกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวจำเป็น และต้องทำให้รูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือที่ต้องมีกลยุทธ์การจัดการร่วมกัน เพื่อให้การขับเคลื่อนการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งด้านที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมถึงสินค้าที่ระลึก เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถทำให้มีการจ้างงาน การกระจายรายได้แก่คนในชุมชน

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมองเห็นช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยว และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาจะช่วยทั้งด้านความรู้ บุคลากร การประชาสัมพันธ์ การตลาด รวมถึงงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก สามารถช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงควรมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้ความร่วมมือในด้านความรู้ งบประมาณ บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกัน และอำนวยความสะดวกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีการประสานงานกับเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านปัจจัย

การผลิต ด้านกระบวนการผลิต และด้านการตลาด เพื่อร่วมกันพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อนำ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ มาจัดทำเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ และร่วมดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้พัฒนาขึ้น
2. ควรมีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวต้นแบบให้คนในชุมชนสามารถนำไปปรับใช้และปฏิบัติได้จริงกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตนเอง
3. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งสามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว พัฒนาสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยว พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
4. ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด เครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด และเครือข่ายการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค โดยอาศัยกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นสื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน

บรรณานุกรม

- กฤษฎา โชติช่วง. (2555). “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช.” งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2558). **รายงานการท่องเที่ยว ปี 2557**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **รายงานการวิจัยการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลส่วนที่ 1**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- เกศรา สุกเพชร และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2555). “การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ อย่างมีส่วนร่วม สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกรณีศึกษา พื้นที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะและชุมชนรอบ จังหวัดลำปาง.” รายงานสืบเนื่องจากการประชุมพะเยาวิจัย (กลุ่มการวิจัยท่องเที่ยวยั่งยืน) พะเยาวิจัยครั้งที่ 1 12-13 มกราคม 2555.
- เกสร สว่างพนาพันธ์. (2555). “ศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตาลโตนด: กรณีศึกษาชุมชนตาลโตนด ตำบลลำรางค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จริญญา ณพิกุล และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2554). “การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย”. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชนัญญา สิ้นขึ้น และชวพจน์ ศุภสาร. (2551). รายงานการวิจัย เรื่อง ตัวชี้วัดความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP): กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- ชวัลนุช อุทัย. (2552). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556 จาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ชำนาญ อุคำ. (2552). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2553, มิถุนายน). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า. **วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช**. 5 (1), 81-114.

- ซีดาร์ ไรลลี่. (2553). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โอกาสและอุปสรรคสำหรับประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2554. จาก <http://www.creativethailand.org/th/resource/report.php>
- ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ. (2541). **หลักการพัฒนาชุมชน**. ขอนแก่น: ภาควิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทศพล เดชะ. (2553). “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2547). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นพพร จันทรรักษ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และเดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์. (2557). “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน.” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 34(4) (ตุลาคม-ธันวาคม): 1-15.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). **การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2550). **กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2551). **รายงานการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ โดยใช้ตัวแบบโดมอนต์: ศึกษากรณีกลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม**. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ปานฉัตร อินทร์คง. (2557). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า.” *วารสารวิชาการราชภัฏธนบุรี*. 2(1): 20-41.
- บำเพ็ญ เมืองมูล. (2551). “กระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน.” การค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ และพงศ์พันธุ์ ศรีธาทิพย์. (2551). **รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอโขงเจียม จังหวัดหนองคาย**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตาย**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- พจนา สอนศรี. (2546). **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2548). **การบริหารการตลาด: การวิเคราะห์ กลยุทธ์และการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ. (2553). **รายงานการวิจัยระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). **การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส. 2558. “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านแม่ปูกา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.” **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 35, 2: 44-58.
- ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). **การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.
- วรรณ วรชวานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริจรรยา ประพตกิจ. (2553). “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.” **ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศุภวุฒิ สายเชื้อ. (2552). “ประเทศไทยกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.” ใน **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2556). **ข้อมูลประชากรในประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยมหิดล: สถาบันวิจัยประชากรสังคม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555). **ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **รายงานเบื้องต้นสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557**. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุชาติ รสสุวรรณ. (2551). “การพัฒนาการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรี.” **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี**.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: พี.เอ.สียิ่ง.

- องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์. (2557). รายงานข้อมูลพื้นฐานตำบลถ้ำรงค์. เพชรบุรี: องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์.
- อำนวยพร ไผ่อยู่ยง และเกษราพร ทิราวงศ์. (2553). รายงานการวิจัย เรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนมลาบรี จังหวัดแพร่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2552). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Beckman, K., Beckman, S., and Silverberg, K. 1999. "Investigation into the Psychographics of Senior Nature-Based Travelers." **Tourism Recreation Research**. 24, 1: 13-22.
- Best, J. & Kahn, J.V. (1998). **Research in education**. 6 th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). **Principle of Tourism**. 4 th ed. Auckland: Longman Pual, Ltd.
- Creative Industries Task Force. (2001). **The Creative Industries Mapping**. London: UK Department of Culture, Media and Sport.
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An Introductory Text**. 2nd ed. Sydney: Hodder Education.
- Engle, J.F. Blackwell R.D. & Miniard P.W. (2006). **Consumer Behaviors**. 10th ed. Chicago: The Dryden Press.
- Goossens, C. (2000). "Tourism Information and Pleasure Motivation." **Annals of Tourism Research**. 27(2): 301-321.
- Greenberg. V. E. (1999). **Children of a Certain Age: Adults and Their Aging Parents**. Maryland: Lexington Books.
- Hassan, S. (2000). "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry." **Journal of Travel Research**. 38(3). February: 239-245.
- Holloway, C.J. (1983). **The Business of Tourism**. UK: Macdonald & Evans, Limited.
- Howkins, J. (2001). **About the creative economy: How people make money from ideas**. London: Penguin Books.
- Jamie E.L. S., Darren M. S., Newbold K. B. (2009). "Transport mobility benefits and quality of life: A time-use perspective of elderly Canadians." **Transport Policy**. Volume 16, Issue 1.: 1-11.
- Kotler, P. (2006). **Marketing Management**. 12th ed. Upper Saddle River.

- Koutoulaas, D. (2004). "Understanding the Tourist Product." **Interim symposium of the Research Committee on International Tourism (RC 50) of the International Sociological Association (ISA) on the topic: "Understanding Tourism- Theoretical Advances** 14-16 May 2004, University of the Aegean, Mytilini, Greece.
- Krejcie R. V. and Morgan. D.W. (1970). "Determining sample size for research activities" **Education and Psychological Measurement.** : 608.
- Lamb, C.W., Hair J.F. & McDaniel, C. (2000). **Marketing.** 5th ed. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Lord, S., Després, C., and Ramadier, T. (2012). "When Mobility Makes Sense: A Qualitative and Longitudinal Study of the Daily Mobility of the Elderly" **Journal of Environmental Psychology.** 31, 1: 52–61.
- McIntosh R.W. & Goeldner, C.R. (1986). **Tourism: Principles, practices, philosophies.** 5th edition. New York: Wiley.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R. (1995). **Tourism, Principles, Practice, Philosophies.** Toronto: John Wiley and Sons, Inc.
- Middleton, V.C. (1994). **Marketing in Travel and Tourism.** London: Routledge.
- Mill R.C., (1990). **Tourism: The international business.** New York: Prentice: Hall International, Inc.
- Mill R.C. & Morrison, A.M. (1995). **The Tourism System: An Introductory Text.** 3rd ed. Iowa: Kendall.
- Murphy, P.E. (2000). **Tourism: A Community Approach.** New York: Methuen.
- Pearce D., Markandya, A. & Barbier, E.B. (1998). **Blueprint for a Green Economy.** London: Earthscan.
- Pond, K. (1993). **The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding.** New York: Van Nostrand Reinhold.
- Rita, P. (2000). "Tourism in the European Union." **International Journal of Contemporary Hospitality Management.** 12: 434 – 436.
- Rui, Liu, & Wei, Tang. (2013). **Tourism Tribune.** Shi Shaohur.
- UNCTAD. (2008). **Creative Economy Report 2008.** United Nations: New York.
- UNESCO. (2006). "Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism". **Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism.** Santa Fe,
- Uysal, M. and Hagan, L.A. (1993). "Motivations of Pleasure Travel and Tourism." on Khan, M., Olsen, M. & Car, T. (eds.). **Encyclopedia of Hospitality and Tourism.** New York: Van Nostrand Reinhold.

Victor, M. (1994). **Sustainable Tourism: A Marketing Perspective**. Oxford: Butterworth-Heinemann.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความร่วมมือในการรวบรวมข้อมูล



ที่ ศธ 0532.203/พิเศษ1/57

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
จังหวัดนครปฐม 73000

14 ตุลาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน

ด้วยข้าพเจ้าหัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีความประสงค์จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเอกสาร การสัมภาษณ์ระดับลึก และการสนทนากลุ่ม เพื่อประกอบการทำวิจัย ข้าพเจ้าจึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานของท่านในการให้ข้อมูลดังกล่าว ซึ่งข้าพเจ้าจะประสานเรื่องของวัน เวลา และสถานที่ในการรวบรวมข้อมูลต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู)

หัวหน้าโครงการวิจัย

สำนักงานเลขาธิการคณะ

โทรศัพท์ 034-255-095

โทรสาร 034-255-796



ที่ ศธ 0532.203/พิเศษ1/58

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
จังหวัดนครปฐม 73000

20 กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับ
กลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

เรียน ประธานกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร

ตามที่ โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของ
ผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ซึ่งได้รับการ
สนับสนุนจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทร
นำชู จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นหัวหน้าโครงการ ในการวิจัยครั้งนี้ จำเป็นต้อง
มีการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภูมิภาค
ตะวันตก กลุ่มเป้าหมายการวิจัย คือ สมาชิกของกลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใน
ชุมชน อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ดังนั้นจึงขอความอนุเคราะห์ในการให้ความร่วมมือในการ
วิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ ในวันอาทิตย์ที่ 1 มีนาคม 2558 เวลา 8.30-16.30 น. ณ ที่ทำการกลุ่มสืบ
สานตาลเมืองเพชร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพร จันทรนำชู)
หัวหน้าโครงการวิจัย

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

โทร ๐๓๔ -๒๕๕๒๕๔



ที่ ศธ 0532.203/พิเศษ2/58

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
จังหวัดนครปฐม 73000

28 พฤษภาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญประชุมเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

เรียน

ตามที่ โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นหัวหน้าโครงการ การวิจัยครั้งนี้การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก ดังนั้นจึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ในการเข้าร่วมประชุมเสนอแนวทาง ในวันศุกร์ที่ 26 มิถุนายน 2558 เวลา 8.30-16.30 น. ณ ห้องดวงตะวัน 1 โรงแรมลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพร จันทรนำชู)
หัวหน้าโครงการวิจัย

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา
โทร ๐๓๔ -๒๕๕๒๕๔

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก

**รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่ม
ผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก**

จังหวัดกาญจนบุรี

ผอ. อิสระพงศ์ แทนศิริ
คุณดวงฤดี อินสมรักษา
ผอ.นเรศ จุลบุตร
คุณวิสัยสัน ศิลปภักดิ์สัน
ดาบตำรวจตรีณัฐภรณ์ สุขประเสริฐ
นางสาววลัยลักษณ์ อัมพันธ์
นายพีรพล ศรีดวงแก้ว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี
สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดกาญจนบุรี
ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บริษัท Eco Smile Tour
ผู้นำเที่ยว บริษัท Kosol Tour

จังหวัดราชบุรี

ผอ. ศานติ อรรถวรธน
ผอ.ไกรสร กลับทวี
นายสมเกียรติ หอมอารมณ
นายอุดม สมพร
ว่าที่ร้อยตรีเพิ่มสุข เมรพงษ์
นายสีหชัย ขอเสียม
นายวัลลภ บุญเสา

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี
ที่ปรึกษากระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา
ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวราชบุรี
จิตอาสาพัฒนาสถานบ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี
จิตอาสาพัฒนาสถานบ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี
กรรมการชมรมผู้สูงอายุจังหวัดราชบุรี
สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี

จังหวัดเพชรบุรี

คุณปณิศา สุขกระจ่าง
คุณดวงใจ คุ่มสะอาด
คุณวสันต์ กิตติกุล
คุณอภิรมย์ เฟื่องฟู
คุณเอื้อมพร โตภาณุรักษ์กุล
คุณไพโรจน์ เปี่ยม่อง
คุณภักจิรา ผุดผ่อง
คุณอารมณ เฟื่องฟู

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเพชรบุรี
สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี
ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี
อบต. ถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี
อบต. ถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี
กรรมการชมรมผู้สูงอายุจังหวัดเพชรบุรี

ประจวบคีรีขันธ์

ผอ.เสมา วนะสิทธิ์
ผอ.อรสา อาวุธคม
คุณสุริยัน โสรินทร์
คุณสุรียา บุญมาก

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์

คุณบังเอิญ สีสังข์
คุณอภิรักษ์ เสรีสกุลธร
คุณชะลอ เจริญวงศ์ตันชัย

จังหวัดอื่นๆ

ผศ. สุมาลี ทองรุ่งโรจน์

คุณจิรดา แพร่ใบศรี

คุณขวัญหทัย ตันท์เกียร

คุณวันชัย สวัสดิ์แดง

คุณสะอาด จิ่งสมานญาติ

ศูนย์ศึกษารวมชาติบึงบัว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
กำนัน ตำบลไร่เก่า อำเภอสามร้อยยอด
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาเขตเพาะช่าง

คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

วิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
บ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี

1. คุณศจี แสงทอง
2. คุณผุด นามมัน
3. คุณทองใบ นามมัน
4. คุณสุพัตรา ดนตรี
5. คุณอนัญญา แสงทอง
6. คุณลำพา ดนตรี
7. คุณวรรณิชา ฉิมเพชร
8. คุณอภิษฎา ธรรมรงค์จตุพร
9. คุณวินัย แสงทอง
10. คุณเล็ก พวงดอกไม้
11. คุณพร เปี่ยมสิน
12. คุณประคอง คนไว
13. คุณนันทิยา เปี่ยมสิน
14. คุณวิลาสินี แสงทอง
15. คุณสุพิทา จรัสดี
16. คุณดวงกมล ดนตรี
17. คุณไพโรจน์ เปี่ยม่อง
18. คุณภักจิรา ผุดผ่อง

**รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักในการเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
ณ ห้องดวงตะวัน 1 โรงแรมลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี**

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. ผอ. อิสระพงศ์ แทนศิริ | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี |
| 2. คุณดวงฤดี อินสมภักษา | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี |
| 3. ผอ.นเรศ จุลบุตร | สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี |
| 4. คุณเอื้อมพร โตภาณุรักษ์กุล | ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี |
| 5. คุณไพโรจน์ เปียผ่อง | อบต. ถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี |
| 6. คุณภัคจิรา ผุดผ่อง | อบต. ถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี |
| 7. คุณอารมณ เปื้องฟู | กรรมการชมรมผู้สูงอายุจังหวัดเพชรบุรี |
| 8. ผอ.อรสา อาวุธคม | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ |
| 9. คุณสรียา บุญมาก | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ |
| 10. คุณอภิรักษ์ เสรีสกุลธร | ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| 11. คุณชะลอ เจริมวงศ์รัตนชัย | ตำบลไร่เก่า อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| 12. คุณศจี แสงทอง | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 13. คุณทองใบ นามมั่น | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 14. คุณสุพัตรา ดนตรี | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 15. คุณอนัญญา แสงทอง | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 16. คุณวิลาสินี แสงทอง | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 17. คุณสุพิตา จรัสดี | กลุ่มสืบสานตาลเมืองเพชร |
| 18. คุณสุวิมล วรวิทย์พินิจ | ผู้ประกอบการที่พัก จังหวัดเพชรบุรี |
| 19. คุณธีรศาสน์ สหัสสพาสน์ | ผู้ประกอบการร้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี |
| 20. คุณประยูร ศรีโพธิ์ทอง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 21. คุณกำพล ทองโสภาก | ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 22. นายสุริยา ศรีโพธิ์ทอง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 23. คุณศศิพร ต่ายคำ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| 24. คุณมชฌิมา อุดมศิลป์ | ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก |
| 25. คุณเพลินพรรณ โชติพงษ์ | ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก |
| 26. คุณศิริวรรณ ปทุมสุติ | ผู้ประกอบการที่พัก จังหวัดกาญจนบุรี |
| 27. คุณชนิดา พุ่มศรี | อุทยานแห่งชาติ จังหวัดราชบุรี |
| 28. นางสาวกนกวรรณ ศิลสว่าง | ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายของที่ระลึก จังหวัดราชบุรี |
| 29. นางสาวพนวสา รวมทรัพย์ | นักท่องเที่ยว |
| 30. นางสาวอลิสา พุ่มปรีชา | นักท่องเที่ยว |

ภาคผนวก ค
แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว
การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. จุดแข็งของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2. จุดอ่อนของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3. โอกาสของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

4. อุปสรรคของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ภาคผนวก ง
แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก/ การสนทนากลุ่ม
สำหรับการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว
การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

1. บริบทและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
 - 1.1 ท่านคิดว่าในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่หรือไม่ /อย่างไร
 - 1.2 ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวใดในพื้นที่ที่สามารถสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
 - 1.3 ประชาชนในพื้นที่มีความเห็นอย่างไรกับการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ในการสนับสนุนให้มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่
 - 1.4 หน่วยงานของท่านมีแนวทางการสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่อย่างไร
 - 1.5 หน่วยงานของท่านมีแนวทางการนำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดมาพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร
 - 1.6 หน่วยงานของท่านมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุอย่างไร
2. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
 - 2.1 สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่น ความสำคัญ ชื่อเสียง และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2 ความสามารถในการเข้าถึง เช่น ความสะดวก ความปลอดภัยในการเดินทาง ป้ายบอกเส้นทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การบริการข้อมูล
 - 2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เช่น ของที่ระลึกจากการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างรายได้
 - 2.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมสนทนาการท่องเที่ยวให้เกิดความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว
3. หน่วยงานของท่านมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นอย่างไร (สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และกิจกรรมการท่องเที่ยว)
4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก/ การสนทนากลุ่ม
สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

1. บริบทและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
 - 1.1 ท่านคิดว่าในพื้นที่นี้มีความเหมาะสมในการการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่หรือไม่ /อย่างไร
 - 1.2 กลุ่มของท่านมีแนวทางการสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่อย่างไร
 - 1.3 กลุ่มของท่านมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุอย่างไร
2. ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
 - 2.1 สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่น ความสำคัญ ชื่อเสียง และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2 ความสามารถในการเข้าถึง เช่น ความสะดวก ความปลอดภัยในการเดินทาง ป้ายบอกเส้นทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การบริการข้อมูล
 - 2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เช่น ของที่ระลึกจากการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความประทับใจ
 - 2.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมสนทนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว
3. กลุ่มของท่านมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง และมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใด
4. กลุ่มของท่านมีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างไร (การออกแบบผลิตภัณฑ์, การจัดหาปัจจัยการผลิต, เครื่องมือ/อุปกรณ์ในการผลิต, ขั้นตอนการผลิต)
5. กลุ่มของท่านมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างไร (ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์/ด้านราคา/ด้านการจัดจำหน่าย/ด้านการส่งเสริมการตลาด)
6. ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (ผู้ประกอบการท้องถิ่น/ คนในชุมชน/ นักท่องเที่ยว/ เครือข่ายการท่องเที่ยว)
7. กลุ่มของท่านมีปัญหา/อุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างไร (ภายในชุมชน/ ภายนอกชุมชน)
8. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก/ การสนทนากลุ่ม
สำหรับการเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

1. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ
 - 1.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว
 - 1.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน
 - 1.3 หน่วยงานระดับปฏิบัติ
 - 1.4 หน่วยงานระดับนโยบาย

2. ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

ภาคผนวก จ
แบบประเมินผลปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

**แบบประเมินผลการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ
การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ**

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และจะนำเสนอผลในภาพรวม ดังนั้นข้อมูลในการตอบแบบสอบถามจะไม่ส่งผลเสียต่อท่านแต่อย่างใด

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. ผลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย และใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ ให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปดำเนินการในขั้นต่อไปโดยสมบูรณ์

ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ผศ.ดร. นพพร จันทรนำชู
ผู้วิจัย

แบบประเมินผล

เรื่อง

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่น
ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

-

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และเติมข้อความลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
☐ 41 - 50 ปี ☐ 51 - 55 ปี
☐ 56 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ อนุปริญญา/ปวส.
☐ ปริญญาตรี
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
☐ ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 10,001-15,000 บาท
☐ 15,001-20,000 บาท ☐ 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว

องค์ประกอบของเส้นทางท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
1. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
2. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ					
3. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					
4. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว					
5. การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ					
6. การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว					
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
8. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว					
9. การส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์					
ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว					
1. เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค					
3. ความพร้อมด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว					
4. ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว					
5. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะกับขนาดของพื้นที่					
6. การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว					
7. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว					

องค์ประกอบของเส้นทางท่องเที่ยว	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว					
1. การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว					
2. การให้บริการมัคคุเทศก์ หรือนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว					
3. ร้านขายของใช้ ของฝาก และของที่ระลึก					
4. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว					
5. การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว					
6. การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว					
7. การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว					
8. การให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้					
9. การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ					
ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ความรู้เฉพาะ					
2. ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
3. สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท					
5. การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ					
6. ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว					
7. การเรียนรู้วิถีชีวิต หรือร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนหรือผู้ประกอบการ					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์
ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์					
1. ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก					
2. ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน					
3. ผลิตภัณฑ์มีขนาดที่พกพาได้สะดวก					
4. ผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้ตามความต้องการของผู้ซื้อ					
ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์					
1. ผลิตภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการสะสม					
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการให้เป็นของที่ระลึก					
4. ผลิตภัณฑ์มีความหมายทางการท่องเที่ยว					
ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์					
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย					
2. ผลิตภัณฑ์มีความประณีต					
3. ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่เป็นจุดเด่นของชุมชน					
4. ผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน					
ด้านบรรจุภัณฑ์					
1. บรรจุภัณฑ์สื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว					
2. บรรจุภัณฑ์สร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
3. บรรจุภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
4. บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของ
ผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพร จันทรนำชู
 สถานที่ทำงาน ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
 โทรศัพท์ 034-255-254
 email nopporncu@gmail.com

นักวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณิธิดา เหล่าพวงศักดิ์
 สถานที่ทำงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
 โทรศัพท์ 089-486-3123
 e-mail pantida_c@hotmail.com