



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุย
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Strengthening Knowledge and Skill of Samui Coconut
Entrepreneurs for Creative Tourism

โดย

ดร.สิริภัทร์ โชติช่วง และคณะ

ตุลาคม 2560

สัญญาเลขที่ RDG5950033

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุย
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Strengthening Knowledge and Skill of Samui Coconut
Entrepreneurs for Creative Tourism

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. ดร.สิริภัทร โชติช่วง | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี |
| 2. อาจารย์ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์ | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ |
| 3. อาจารย์จิรยุทธ จันทนพันธ์ | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี |
| 4. นายณัฐพล ศรีลัมพ์ | บริษัท สมุยเรนอง จำกัด |

ชุดโครงการ “กลยุทธ์การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างมะพร้าวสมุย
กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้ชุดโครงการ “กลยุทธ์การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างมะพร้าวสมุยกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนเกื้อกูลและความร่วมมือจากบุคคลหลายท่าน คณะผู้วิจัยขอขอบคุณในการสนับสนุนและความร่วมมือของทุกฝ่ายมา ณ โอกาสนี้

ลำดับแรกขอขอบคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ที่ได้ให้การสนับสนุนทุนวิจัยเป็นเวลา 1 ปี เพื่อใช้สำหรับการดำเนินการวิจัยจนเสร็จสิ้น

ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี หน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัยที่อนุญาตให้คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานและเก็บข้อมูลวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือจัดการด้านเอกสารและการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ประกอบการทั้ง 10 กลุ่มประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสปา ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและบริษัททัวร์ ซึ่งได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยจนคณะผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นผลการวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงเกี่ยวกับความรู้และทักษะผู้ประกอบการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณนักวิจัยร่วม หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ดำเนินงานในโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาความรู้ฯ ทุกท่าน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในโครงการวิจัยซึ่งได้เป็นกำลังสำคัญในการสำรวจข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล การจัดประชุมต่างๆ และได้ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติงานทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย

ดร.สิริภัทร์ โชติช่วง และคณะ

ตุลาคม 2560

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการ	การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ผู้วิจัย	ดร.ศิริภัทร์ โชติช่วง และคณะ
หน่วยงาน	คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

มะพร้าวเป็นพืชชนิดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและถือเป็นพืชเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันได้มีการบริโภคมะพร้าวในลักษณะผลสด นำมาคั้นน้ำกะทิเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร เช่น แกงเขียวหวาน น้ำแกงขนมจีน น้ำกะทิขนมหวาน ต้มยำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอางหรือส่วนต่างๆ ของต้นมะพร้าว เช่น กะลานำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึก จันทมะพร้าว ใบมะพร้าวหรือลูกมะพร้าว นำมาประดับตกแต่งสถานที่หรือเทศกาลต่างๆ (วิชัย เทียนถาวร, 2559)

ประเทศไทยจัดเป็นอันดับ 6 ของโลกที่มีการผลิตมะพร้าวได้มากที่สุด โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมะพร้าวมากที่สุดคือ พื้นที่ภาคใต้ซึ่งจังหวัดอันดับต้นๆ ที่มีการปลูกมะพร้าวมากที่สุดคือ สุราษฎร์ธานี รองลงมาคือ ชุมพรและนครศรีธรรมราช สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีพื้นที่ที่มีการปลูกมะพร้าวมากที่สุดได้แก่ อำเภอเกาะสมุย เนื่องจากอาชีพหลักของคนเกาะสมุยดั้งเดิมได้แก่ อาชีพด้านเกษตรและค้าขาย โดยอาชีพการเกษตรส่วนใหญ่เป็นการประกอบอาชีพทำนา ทำสวน ซึ่งพืชที่นิยมปลูกกันมากคือ มะพร้าว จึงทำให้เกาะสมุยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งที่มีการปลูกมะพร้าวมากที่สุดและเป็นแหล่งเพาะปลูกมะพร้าวพันธุ์ดีส่งไปขายกรุงเทพมหานคร 2 ล้านลูกต่อเดือน จนได้ขนานนามเกาะสมุยว่า “เกาะมะพร้าว” และจากคุณประโยชน์ของมะพร้าวที่สามารถนำทุกส่วนมาใช้ประโยชน์ได้จึงทำให้เกิดการประกอบอาชีพ สร้างรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย (ข้อมูลเกาะสมุย, 2553) นอกจากนี้เกาะสมุยยังมีชื่อเสียงทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความสวยงาม อันจะก่อให้เกิดความเชื่อมโยงไปยังคนในเกาะสมุยซึ่งประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวและมีส่วนเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว (ข้อมูลเกาะสมุย, 2553) ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร เช่น ขนมกาละแม่มะพร้าว ขนมทองม้วน ขนมจีน ข้าวแกง ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก โดยนำกะลาหรือต่อมะพร้าวทำเป็นงานหัตถกรรม เช่น พวงกุญแจ โคมไฟ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง จากการนำมะพร้าวแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น น้ำมันมะพร้าว ลิปออยล์ โลชั่น เป็นต้น จากการประกอบอาชีพของคนเกาะสมุยข้างต้นนั้น เป็นการประกอบอาชีพโดยนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์และยังเป็นแหล่งรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเกาะสมุย

เมื่อเวลาผ่านไปนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยเพิ่มมากขึ้น การเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวทำให้เกาะสมุยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย, 2555) มีการก่อสร้างอาคารเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการตัดต้นมะพร้าวเพื่อปรับพื้นที่ อีกทั้งที่ดินในเกาะสมุยมีราคาแพงขึ้น และสวนมะพร้าวประสบกับปัญหาค่าปุ๋ยแพง พื้นที่สวนมะพร้าวจึงมีปริมาณลดลง ส่งผลกระทบต่อผลผลิตมะพร้าวที่มีจำนวนลดลง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่นำมะพร้าวมาใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากมะพร้าวมีไม่เพียงพอและคุณภาพมะพร้าวสมุยปัจจุบันเปลี่ยนไป ทำให้สินค้าหรือบริการซึ่ง

ได้จากการแปรูปมาจากมะพร้าวสมุยมีคุณภาพลดลง ไม่มีมาตรฐานรองรับ และการที่หน่วยงานภาครัฐขาดการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยทั้งในด้านการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความรู้และทักษะการดำเนินงานในช่วงแรก และปัญหาด้านแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน อีกทั้งมีการแข่งขันกันสูงในสินค้าประเภทเดียวกันของกลุ่มแข่งขันต่างถิ่น (อังคณา สุวรรณภู, 2554) ดังนั้นผู้ประกอบการในสินค้าประเภทต่างๆ จึงต้องมีการพัฒนาความรู้ ทักษะและมีการปรับตัวเพื่อให้ทันกับภาวะการแข่งขัน

การวิจัยครั้งนี้จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุย เพื่อให้ผู้ประกอบการซึ่งประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยนั้นสามารถดำเนินงานในธุรกิจของตนเองให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลและยังถือเป็นการอนุรักษ์มะพร้าวสมุยให้อยู่คู่กับเกาะสมุยได้ยาวนานยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจากการสำรวจพื้นที่อำเภอเกาะสมุย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยเพิ่มเติมคือ ตำบลแม่น้ำ ตำบลอ่างทอง และตำบลลิ้งงาม เป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ทั้ง 3 โซนนั้นมีสวนมะพร้าว มีกิจกรรมและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและด้านความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น คือ ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาและการเพิ่มทักษะของเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 50 ราย มีพื้นที่สำหรับการวิจัย 3 โซนคือ โซนที่ 1 บ้านแม่น้ำ ตำบลแม่น้ำ โซนที่ 2 บ้านอ่างทอง ตำบลอ่างทอง และโซนที่ 3 บ้านพังกา ตำบลลิ้นงาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ชุด คือ 1) ชุดสัมภาษณ์เจ้าของสวนมะพร้าวสมุย และ 2) ชุดสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่วนความพร้อมด้านรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้ดังนี้

1. ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง และด้านทรัพยากรมนุษย์ จากการสรุปผลการวิจัยของเจ้าของสวนมะพร้าว มีดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเจ้าของสวนมะพร้าวไม่ได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการบริหารจัดการสวนมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นแบบธุรกิจครอบครัวโดยมีเจ้าของเป็นผู้ดูแลเองเพียงคนเดียว ในส่วนของการเก็บเกี่ยวผลผลิตจะมีกลุ่มที่รับจ้างมาทำการเก็บเกี่ยวและส่งไปยังจุดรับซื้อโดยตรง และสำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อสวนมะพร้าวส่วนใหญ่คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีผลต่อจำนวนผลผลิตและมีผลต่อศัตรูพืชที่เพิ่มมากขึ้น และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคามะพร้าวผลสดที่ทำให้ราคาเปลี่ยนแปลง

ด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าของสวนมะพร้าวคือ ธุรกิจรับซื้อมะพร้าวผลสด จุดเด่นของมะพร้าวเกาะสมุยคือ ความมันและความเข้มข้น ซึ่งเป็นความแตกต่างของมะพร้าวเกาะสมุยกับมะพร้าวที่อื่นๆ และในการกำหนดราคารับซื้อมะพร้าวผลสดนั้น พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนดราคาและจะเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังตลาดปลายทาง

ด้านบัญชีและการเงิน เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ได้มีการจดทะเบียนการค้าใดๆ ด้านเงินลงทุนที่ใช้เป็นเงินทุนส่วนตัว และการทำบัญชีรายรับจ่าย เจ้าของสวนมะพร้าวบางส่วนได้มีการจัดทำบัญชีรายรับจ่าย และในส่วนของการจัดทำงบการเงินนั้น เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ได้มีการจัดทำงบการเงินใดๆ

ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากการเจริญเติบโตของต้นมะพร้าวจะปล่อยให้เติบโตตามธรรมชาติ และไม่มีการบริหาร

สินค้าคงคลังที่เป็นส่วนของมะพร้าวผลสด เนื่องจากเมื่อเก็บเกี่ยวได้แล้วจะขายให้กับจตุรรับซื้อทั้งหมดจะไม่มีการเก็บสินค้าคงคลังไว้

ด้านทรัพยากรมนุษย์ เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ได้มีการจ้างพนักงาน เนื่องจากการเก็บเกี่ยว การดูแลทำความสะอาด(ถางหญ้า) และการขนส่ง จะมีกลุ่มที่รับจ้างเป็นผู้ดำเนินการเอง ซึ่งเจ้าของสวนมะพร้าวจะทำหน้าที่จ่ายค่าตอบแทนให้กลุ่มรับจ้างต่างๆ นั้นตามอัตราค่าจ้างที่ชัดเจน

การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสรุปผลการวิจัยของเจ้าของสวนมะพร้าว มีดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเจ้าของสวนไม่ได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งไม่มีแนวคิดในการทำสวนมะพร้าวให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายด้าน

ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง และด้านทรัพยากรมนุษย์ จากการสรุปผลการวิจัยของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย มีดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่จะมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ทราบถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่า ในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการบางส่วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ไม่ทราบว่าในการดำเนินกิจการดังกล่าวเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นแบบธุรกิจครอบครัว โดยมีเจ้าของเป็นผู้ดูแลเองเพียงคนเดียว และทางด้านสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจคือสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงซึ่งส่งผลต่อยอดขาย

ด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าของธุรกิจส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านจุดเด่นของธุรกิจที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ คุณภาพและความโดดเด่นของสินค้าหรือบริการ และการให้บริการที่ประทับใจ ในการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการนั้นเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กำหนดราคาเอง ซึ่งการกำหนดราคาจะมีการพิจารณาจากคุณภาพ รูปแบบและลักษณะของสินค้าหรือบริการและเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สำหรับการกระจายสินค้าผู้ประกอบการจะเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยตนเอง และนอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้านั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ทำการส่งเสริมการตลาด โดยมีการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์หน้าร้าน ซึ่งในส่วนนี้ผู้ประกอบการไม่ได้มีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด

ด้านบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการจดทะเบียนการค้า ด้านเงินลงทุนที่ใช้เป็นเงินทุนส่วนตัวและการจัดทำบัญชีรายรับจ่าย มีผู้ประกอบการบางส่วนที่ได้จัดทำบัญชีรายรับจ่าย ในรูปแบบของบัญชีรายรับจ่ายอย่างง่าย และในส่วนของการจัดทำงบการเงินนั้น ผู้ประกอบการทั้งหมดไม่ได้มีการจัดทำงบการเงินใดๆ

ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการจัดซื้อวัตถุดิบเตรียมไว้เพียงพอเพื่อใช้สำหรับการผลิต ซึ่งไม่ได้มีการกำหนดหรือวางแผนในการกำหนดสินค้าคงคลัง สำหรับกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบจะจัดซื้อตามความสะดวก โดยการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบเป็นหลัก ในส่วนของการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการกระจายสินค้าด้วยตนเองโดยใช้หน้าร้านเป็นแหล่งกระจายสินค้า และใน

กระบวนการผลิตนั้นมีการใช้แรงงานคนประมาณ 2-3 คน ซึ่งเน้นการใช้แรงงานคนในการผลิตเป็นหลัก และมีการใช้เครื่องจักรขนาดเล็กในบางธุรกิจเท่านั้น

ด้านทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการในธุรกิจส่วนใหญ่ไม่มีเกณฑ์ในการสรรหาหรือคัดเลือกพนักงานอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่พนักงานในธุรกิจจะเป็นเครือญาติกัน สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวันและรายชั่วโมงซึ่งประเมินตามลักษณะงานเป็นหลักและมีสวัสดิการเล็กน้อยให้กับพนักงาน นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหมดยังขาดในส่วนของการส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ

การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสรุปผลการวิจัยของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีดังนี้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ถูกต้อง โดยส่วนใหญ่จะทราบและรู้ถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยววัฒนธรรมมากกว่า และผู้ประกอบการบางส่วนมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ไม่ทราบว่า การดำเนินงานดังกล่าวเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีแนวคิดที่จะจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีผลการสรุป ดังนี้

ด้านความพร้อมของรูปแบบกิจกรรม จากการสรุปผลการวิจัยของเจ้าของสวนมะพร้าว มีดังนี้ เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมหรือการแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว แต่มีบางสวนมะพร้าวที่มีการตั้งเป็นจุดรับซื้อมะพร้าวผลสดเพื่อส่งต่อไปยังตลาด และมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่เข้ามาเข้าชมในสวน เกี่ยวกับการปอกมะพร้าวหรือการใช้ลิงเก็บเกี่ยวมะพร้าว ส่งผลให้เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนน้อยที่มีความพร้อมในการจัดรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมะพร้าวสมุย ส่วนผลสดของมะพร้าวจากการเก็บเกี่ยวทั้งหมดขายต่อให้กับกลุ่มผู้รับซื้อมะพร้าวซึ่งไม่มีการแปรรูปผลสดเป็นสินค้าอื่นและไม่มีแนวคิดที่จะพัฒนาสินค้าหรือผลผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ

ด้านความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการสรุปผลการวิจัยของเจ้าของสวนมะพร้าว มีดังนี้

สินค้าของเจ้าของสวนมะพร้าวคือ มะพร้าวสด โดยการนำผลสดจากการเก็บเกี่ยวทั้งหมดขายต่อให้กับกลุ่มผู้รับซื้อมะพร้าว ซึ่งไม่มีการแปรรูปผลสดเป็นสินค้าอื่นใด อีกทั้งยังไม่มีแนวคิดที่จะพัฒนาสินค้าหรือผลผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เนื่องจากเจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นเกาะสมุยแต่ไม่ได้อยู่ดูแลหรือไปทำงานนอกพื้นที่เกาะสมุยและบางส่วนเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนน้อยไม่ใช่คนในท้องถิ่นเกาะสมุย

ด้านความพร้อมของรูปแบบกิจกรรม จากการสรุปผลการวิจัยของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีดังนี้

ผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยส่วนน้อยที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมการสาธิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว เช่น สาธิตการกวนขนมกะละแม สาธิตการปอกและใช้ลิงเก็บมะพร้าว สาธิตการทำอาหารที่มีส่วนผสมจากมะพร้าว สาธิตการทำของที่ระลึกต่างๆ

เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวการเข้าชมของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น และจากกิจกรรมดังกล่าวไม่ได้สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่ชัดเจน

ด้านความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการสรุปผลการวิจัยของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีดังนี้

ผู้ประกอบการทุกกลุ่มมีการนำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพราะสินค้าและบริการทั้งหมดได้นำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ยังไม่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่ชัดเจน จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีรูปแบบใหม่และมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

3. การพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสรุปผลการวิจัยของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย และจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย สามารถสรุปผลได้ออกมาเป็นหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยหลักสูตรการอบรมแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดอบรมให้แก่ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กะลา ไม้มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว

2. การจัดการสวนมะพร้าว จัดอบรมให้แก่ เจ้าของสวนมะพร้าว

3. การยกระดับผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด ซึ่งมี 2 ด้านดังนี้ (1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดอบรมให้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กะลา ไม้มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว

4. การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมี 2 กลุ่มดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว จัดอบรมให้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว (2) ผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว จัดอบรมให้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (ขนมกาละแม)

5. ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น อบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการเส้นทาง การท่องเที่ยว จัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว

6. นักคุุเทศก์นำเที่ยว อบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รายละเอียดของรูปแบบและกิจกรรมและการเชื่อมโยงเกี่ยวกับเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. การเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสรุปผลจากการอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้แนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น จึงได้จัดทำ

คู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในคู่มือมีรายละเอียดของการดำเนินการจัดอบรม ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ ประกอบด้วย ความสำคัญ ประโยชน์ ขอบเขต และคำจำกัดความของคู่มือ

ส่วนที่ 2 หลักสูตรการอบรม ประกอบด้วย หลักสูตรการอบรมผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่ม แยกกัน ซึ่งมีทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว (น้ำมันมะพร้าว) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (กาละแม) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กะลา ตอ มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นและมัคคุเทศก์นำเที่ยว โดยแต่ละหลักสูตร ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลาในการอบรม หลักสูตรในการอบรม และผลที่คาดว่าจะได้รับ

ส่วนที่ 3 เนื้อหาหลักสูตร โดยจะมีรายละเอียดของเนื้อหาการอบรม โดยแยกแต่ละหลักสูตร อย่างละเอียด

ส่วนที่ 4 การประเมินผลการอบรมและการติดตามผล ประกอบด้วย รูปแบบการประเมินผล แบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ ประเมินผลหลักสูตรอบรมและวิทยากร ส่วนการติดตามผลจะมีรูปแบบในการติดตามผลที่แตกต่างกันโดยแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมด 6 กลุ่ม

จากเนื้อหาในเล่มคู่มือ การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้ได้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่ยังไม่ได้เข้าร่วมอบรมและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นการอบรมกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

1. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะมีการจัดอบรมเพิ่มเติมในหัวข้อดังต่อไปนี้ 1) หัวข้อบรรจุภัณฑ์ในเชิงลึกของบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์เพื่อความสวยงามและความเป็นอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมุย เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการจัดอบรมแยกกลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่ม เพราะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มได้มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนสื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุย 2) หัวข้อการสร้างนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากมะพร้าว เพื่อให้สินค้าที่ทำจากมะพร้าวมีความหลากหลาย มีมูลค่าเพิ่มและเป็นทางเลือกของกลุ่มลูกค้า

2. กลุ่มผู้ประกอบการด้านผู้นำเที่ยวท้องถิ่นในแต่ละเส้นทาง ควรมีการจัดประชุมกันอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งเพื่อพูดคุยหารือในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมของเส้นทางหรือนำเสนอกิจกรรมใหม่ๆ หรือเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำจะไม่รู้สึกเบื่อและอยากกลับมาอีกครั้ง

3. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะจัดทีมพี่เลี้ยงหรือผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ในการติดตามผลหลังจากการอบรมและการให้คำแนะนำและลงพื้นที่ให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามความก้าวหน้าเพื่อส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการติดตามผลมากยิ่งขึ้น

4. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะมีการจัดประชุมกลุ่มย่อยของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการทุกๆ 3 เดือนเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการ

ดำเนินงานและสอบถามปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาซึ่งแผนในการช่วยเหลือหรือสนับสนุนต่อไปในการจัดอบรมเพิ่มเติม

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่า

จากการจัดอบรมเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุนั้น ผลจากการประเมินความพึงพอใจในการจัดอบรมอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการในกลุ่มต่างๆ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้ประโยชน์ได้จริงกับธุรกิจในการประยุกต์สินค้าหรือบริการเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นกับผู้ประกอบการในชุมชนและเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ที่ต้องสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของชุมชน คือ กองสวัสดิการสังคม เทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย สามารถนำรูปแบบหลักสูตรในการจัดอบรมเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยมาใช้ในการจัดอบรมเพิ่มเติมสำหรับกลุ่มที่ยังไม่ได้เข้าร่วมเพื่อผลักดันและส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยให้มีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำหลักสูตรในการอบรมและคู่มือการจัดอบรมไปประยุกต์ใช้ในการจัดอบรมกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานราชการดังกล่าวสามารถติดตามผลการดำเนินกิจการจากการที่เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย นำความรู้จากการอบรมไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนงานหรือภาระหน้าที่ที่สอดคล้องผลผลิตของงานวิจัยในชั้นนี้ โดยเป็นการต่อยอดงานจากผลการวิจัยได้อย่างชัดเจนของหน่วยงานดังกล่าว

บทคัดย่อ

ชื่อวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัย ดร.สิริภัทร โชติช่วง

อาจารย์ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์

อาจารย์จริยฤทธิ์ จันทนพันธ์

นายณัฐพล ศรลัมพ์

หน่วยงาน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 ราย ประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมด้านความรู้และทักษะด้านต่างๆ เพื่อการจัดการธุรกิจ เช่น ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการประยุกต์และบูรณาการกับสินค้าและบริการของธุรกิจ

(2) ความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ไม่ได้นำเสนอกิจกรรมหรือแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว สินค้ายังไม่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่ชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนให้มีรูปแบบใหม่และมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

(3) การพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้สอดคล้องกับผลการศึกษาดังกล่าวจึงนำมาซึ่งการกำหนดหลักสูตรการอบรมเพื่อการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการ โดยแยกหลักสูตรการอบรมตามกลุ่มผู้ประกอบการ และจากผลการประเมินความพึงพอใจในการอบรมอยู่ในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมาก โดยผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้จริง

(4) จากหลักสูตรการอบรมดังกล่าว จึงได้จัดทำคู่มือในการอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการ และเพื่อเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการติดตามผลและนำหลักสูตรดังกล่าวไปใช้อบรมกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

Abstract

The purpose of this study was to (1) investigate the readiness on (a) business management; (b) being creative tourism source of coconut farm owners; and (c) entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products (2) inspect the entrepreneurs' readiness on models of activities and products related to Samui coconut in connection with creative tourism (3) develop and increase skills of coconut farm owners and entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products for creative tourism (4) present guidelines in skill development and enhancement for coconut farm owners and entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products toward creative tourism. The data collection was based on a qualitative approach where the data were obtained from a primary source through surveys, in-depth interviews and focus group meetings. The sampling group consisted of 59 persons who were coconut farm owners and entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products, and were selected randomly through a chain method. The study tool was structured interview. The findings can be summarized as the following.

1. The readiness on business management and being creative tourism source of coconut farm owners and entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products: the majority possessed insufficient readiness in terms of knowledge and skills on various aspects of business management such as product quality development, product value added creation, packaging, distribution means for expansion, using advertising media for public relation as well as the knowledge on creative tourism in applying and integrating the products with business services.

2. Entrepreneurs' readiness on models of activities and products related to Samui coconut in connection with creative tourism: most entrepreneurs did not present any activities or products and services related to Samui coconut for tourism whereas many products did not display a clear identity of Samui. The entrepreneurs expressed their needs to upgrade the products or services with a new model and increase in value added in order to respond to tourists' requirements.

3. Skill development and enhancement for coconut farm owners and entrepreneurs involved in Samui coconut activities and products for creative tourism: in order to be consistent with the results of this study, the training curriculum was arranged for coconut farm owners' and entrepreneurs' skill development and enhancement. The curriculum was separately organized based on entrepreneur groups. The assessment result on the training satisfaction was at a level of good to very good as each group was able to apply the obtained knowledge and skills with the real business activity.

4. Based on the above training curriculum, a handbook is arranged, not only for entrepreneurs' skill development and enhancement but also as a guideline for

related agencies to use it in their following-up on the outcomes and for training the future related groups.

สารบัญ

หน้า

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย	3
	1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย	4
	1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
	1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	5
	1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2	การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	7
	2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	22
บทที่ 3	การดำเนินการวิจัย	23
	3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	23
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	29
	4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	29
	4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	42
	4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	45
	4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4	51
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
	5.1 การสรุปผลการวิจัย	52
	5.2 การอภิปรายผล	72
	5.3 ข้อเสนอแนะ	78
	บรรณานุกรม	80
	ภาคผนวก	84

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	23
ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	23

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย
ภาพที่ 2.2	แสดงกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

วิถีชีวิตของคนเกาะสมุยดั้งเดิม มีการดำเนินชีวิตแบบพอเพียง เนื่องด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เป็นเกาะ มีน้ำทะเลล้อมรอบ ห่างจากฝั่งซึ่งเป็นแผ่นดินใหญ่ (อ่าวบ้านดอน) ที่เป็นตัวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 85 กิโลเมตร จึงทำให้คนเกาะสมุยเรียนรู้การใช้ชีวิตบนเกาะแบบธรรมชาติเรียบง่าย ใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมตามวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ มีการนำหลักการภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพหลักของคนเกาะสมุยเดิม คือ อาชีพด้านการเกษตรและค้าขาย สำหรับการเกษตรส่วนใหญ่เป็นการประกอบอาชีพการทำนาทำสวน โดยเฉพาะพืชซึ่งที่นิยมปลูกกันมากได้แก่ มะพร้าว ทุเรียน มังคุด ลำไยและยางพารา เป็นต้น และจากการสำรวจข้อมูลเมื่อปี พ.ศ.2554 พบว่าประชาชนอำเภอเกาะสมุยมีอาชีพหลักคือ การเกษตรสวนมะพร้าว ส่วนอุตสาหกรรมของเอกชนในเกาะสมุยตั้งอยู่ในตำบลต่างๆ ทั่วทั้งเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำเฟอร์นิเจอร์จากไม้มะพร้าวและอุตสาหกรรมเกษตร ได้แก่ การทำน้ำมันมะพร้าว มะพร้าวแห้ง และการคั้นน้ำกะทิ นอกจากนี้ยังมีสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่ทำจากมะพร้าวออกจำหน่ายซึ่งสร้างรายได้ให้กับคนในอำเภอเกาะสมุยเป็นจำนวนมาก เช่น กะลามะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว สบู่ก้นกะลามะพร้าว/ครีมขัดผิวมะพร้าว ไม้กวาด ก้านมะพร้าว และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556) ซึ่งอาชีพของคนในเกาะสมุยนอกจากเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่แล้ว อาชีพต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมะพร้าวนั้นถือเป็นอาชีพสำคัญซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจในการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของเกาะสมุยเป็นการผลิตสาขาบริการที่มีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับการประกอบอาชีพของคนเกาะสมุย โดยเฉพาะการประกอบอาชีพซึ่งเกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย เนื่องจากเกาะสมุยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งที่มีการปลูกมะพร้าวมากที่สุดและเป็นแหล่งเพาะปลูกมะพร้าวพันธุ์ดีส่งไปขายกรุงเทพฯ เป็นจำนวนมากถึงเดือนละ 2 ล้านลูก จนได้ขนานนามเกาะสมุยว่า “เกาะมะพร้าว” สำหรับคนเกาะสมุย มะพร้าวถือเป็นพืชที่มีคุณประโยชน์มากสามารถนำทุกส่วนมาใช้ประโยชน์ได้ จึงทำให้เกิดการประกอบอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย (ข้อมูลเกาะสมุย, 2553) สำหรับการประกอบอาชีพของคนเกาะสมุยที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวและมีส่วนเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ได้แก่ (ข้อมูลเกาะสมุย, 2553) อาชีพธุรกิจร้านอาหาร ที่มีการนำมะพร้าวผลแก่มาคั้นเอาน้ำกะทิเพื่อไว้ใช้ในการทำอาหารหรือมีใช้น้ำกะทิสำหรับการทำขนม เช่น กะลาแมง ทอแมง ขนมหวานต่างๆ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกที่มีการนำกะลาหรือดอชมะพร้าวใช้ทำงานหัตถกรรม เช่น ทัพพี พวงกุญแจ โคมไฟ กำไล เป็นต้น ธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เวชสำอางที่มีการแปรรูปมาจากมะพร้าว เช่น น้ำมันมะพร้าว ลิปออยล์ สบู่ น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น ซึ่งจากการประกอบอาชีพของคนเกาะสมุยที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการประกอบอาชีพโดยนำทรัพยากรในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเป็นแหล่งรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเกาะสมุย

อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยเพิ่มมากขึ้น การเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวทำให้เกาะสมุยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (สถานีวิจัยกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย, 2555) มีการก่อสร้างอาคาร โรงแรม ที่พักและสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เพิ่มขึ้นส่งผลให้มีการตัดต้นมะพร้าวเพื่อปรับพื้นที่ทำ

การก่อสร้าง อีกทั้งที่ดินในเกาะสมุยมีราคาแพงขึ้น ทำให้เจ้าของสวนมะพร้าวที่เคยประกอบอาชีพขายมะพร้าวเปลี่ยนมาเป็นการขายที่ดินให้แก่กลุ่มนักลงทุนเพื่อนำไปทำธุรกิจอื่นแทนที่มีความคุ้มค่ากว่าการปลูกมะพร้าว เนื่องจากการขายมะพร้าวในแต่ละปีเจ้าของสวนมะพร้าวมักประสบกับปัญหาราคามะพร้าวตกต่ำ ซึ่งการขายในแต่ละครั้งเจ้าของสวนมะพร้าวบางรายมักขาดทุนเพราะไม่คุ้มคากับค่าใช้จ่ายในการเก็บมะพร้าวและเจ้าของสวนมะพร้าวบางรายมีการตัดต้นมะพร้าวแล้วเปลี่ยนไปทำสวนทุเรียน มังคุด ฝรั่ง ส่งออกต่างประเทศแทน และนอกจากนี้ก็ยังประสบกับปัญหาแมลงศัตรูพืชที่ระบาดหนักในสวนมะพร้าวจึงทำให้พื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุยลดน้อยลงและมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง (ข้อมูลเกาะสมุย, 2553) รวมไปถึงตัวผู้ประกอบการที่ยังขาดความรู้ทางด้านการตลาด เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า ขาดความรู้ทางด้านทรัพยากรมนุษย์ ในการสรรหาคนเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ขาดความรู้และทักษะในช่วงการดำเนินงานในช่วงแรกและปัญหาทางด้านของแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน ความสามารถในการผลิตการที่หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากมะพร้าว มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุน พัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวเพื่อเพิ่มมูลค่ามาตรฐานของผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ตลอดจนการสนับสนุนงานวิจัยและการตลาดของมะพร้าวและผลิตภัณฑ์ (ห้าวหาญ ทวีแสง, 2555) และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการต่างๆ ที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้การสนับสนุนสั่งซื้อจากผู้ประกอบการในพื้นที่เกาะสมุยแทนการสั่งซื้อจากนอกพื้นที่ก็จะทำให้คนในชุมชนเจ้าของสวนมะพร้าวหรือผู้ประกอบการต่างๆ เกิดการสร้างจิตสำนึก มีแรงจูงใจในการปลูกมะพร้าวเพิ่มขึ้น ดูแลรักษาสวนมะพร้าวและต้นมะพร้าวให้คงอยู่คู่กับเกาะสมุยตลอดไป (อังคณา สุวรรณภู, 2554) เมื่อผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งในด้านการบริหารจัดการแล้ว อีกด้านหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ ด้านการนำเสนอกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ต่างๆ ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นเพื่อเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนสำหรับการท่องเที่ยวในเกาะสมุย

ในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและความสนใจเกี่ยวกับการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนและการมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรมของแต่ละสถานที่ที่ตนเองท่องเที่ยว (จิระนันท์ ทองสมัครและคณะ, 2556) ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในด้านการสร้างกิจกรรมที่มีความหลากหลายและความโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การสร้างความผูกพัน ความประทับใจระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็เจ้าของสถานที่ การตระหนักถึงความสำคัญและการไม่ทำลายคุณค่าชุมชนของตนเอง ทั้งนี้สิ่งที่ชุมชน ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้รับประโยชน์ที่เอื้อมาจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การรักษาไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง ก่อให้เกิดรายได้และการกระจายผลประโยชน์ไปยังชุมชนได้มากขึ้น มีงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในชุมชนเพื่อรองรับการบริการนักท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดมั่นคงและมั่นคงในระยะยาว (ประภัทร สุทธาเวช, 2550)

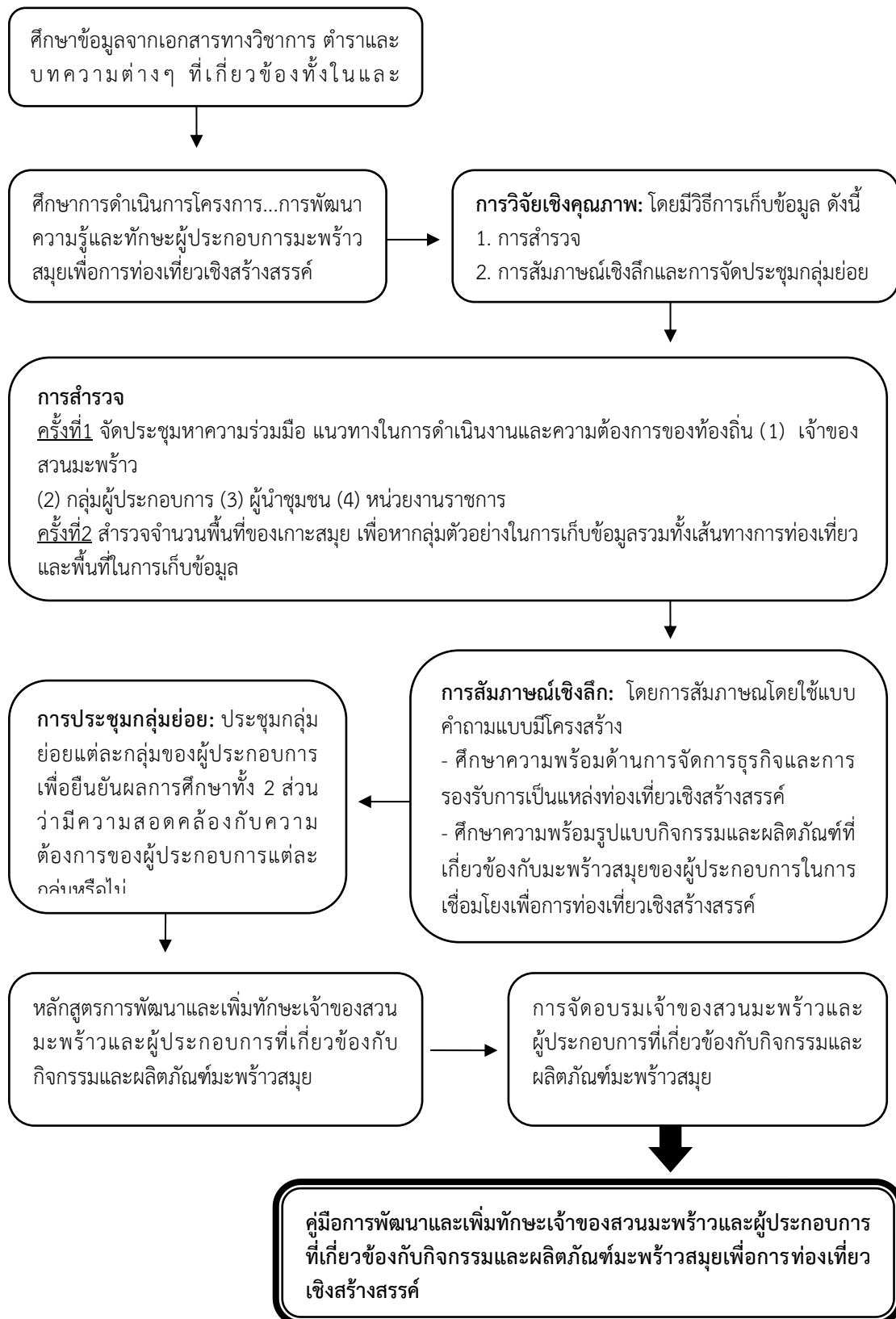
จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุย เพื่อให้การประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและยังเป็นการอนุรักษ์มะพร้าวสมุยให้อยู่คู่กับเกาะสมุย เพราะมะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากของเกาะสมุยและเป็นสัญลักษณ์คู่เกาะมาตลอด และการที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยก็ยังคงนึกถึงมะพร้าวสมุย และ

มองว่ามะพร้าวสมุยยังเป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดเด่นของเกาะสมุย โดยจากโครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก ของบริษัท ดิอินเตอร์ แอคทีฟ รีเสิร์ช จำกัด (2552) ผลการวิจัยในพื้นที่เกาะสมุย พบว่า มะพร้าวเป็นจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันดับที่ 3 ที่นักท่องเที่ยวเลือก

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ความพร้อมด้านการจัดการ คือ กระบวนการต่างๆ ในการทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมี 5 ขั้นตอนเริ่มตั้งแต่ การวางแผนการผลิต การจัดการองค์การ การบริหารบุคคล การตลาด การบัญชีและการเงิน

เจ้าของสวนมะพร้าว คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตและขายมะพร้าวผลสดเป็นหลักและมีผลผลิตส่วนอื่นๆ ที่ทำจากผลมะพร้าวเป็นส่วนรอง

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว หรือผู้ประกอบการที่เสนอขายบริการหรือกิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมะพร้าว

รูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัย คือ กิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติหรือชมกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการทั้งหมดหรือบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัย

การพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะ คือ การส่งเสริมศักยภาพในการประกอบธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จด้วยวิธีการฝึกอบรมในด้านต่างๆ โดยใช้หลักสูตรระยะสั้น

สวนมะพร้าวต้นแบบ คือ สวนมะพร้าวที่มีการปลูกมะพร้าวสายพันธุ์เดียวกัน ขนาดต้นสม่ำเสมอทุกต้น มีการดูแลจัดการสวนให้มีความสะอาดอยู่เสมอเพื่อป้องกันไม่ให้เป็นแหล่งอาศัยของศัตรูพืชมะพร้าว เช่น หนอนหัวดำ แมลงต่างๆ รวมทั้งโรคที่อาจเกิดขึ้นกับมะพร้าว ซึ่งป้องกันโดยวิธีการใช้ศัตรูธรรมชาติอย่างเด่นชัดในการกำจัด นอกจากนี้สวนมะพร้าวต้นแบบยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการปลูกพืชแซมหรือการปลูกพืชร่วมและการนำหลักการเกษตรทฤษฎีใหม่มาปรับใช้ในการบริหารจัดการสวนมะพร้าว ซึ่งถือเป็นการเอื้อประโยชน์และสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนในระหว่างที่มะพร้าวยังไม่สามารถให้ผลผลิตได้

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจากการสำรวจพื้นที่อำเภอกะสมุย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ตำบลแม่น้ำ ตำบลอ่างทอง และตำบลลิ้งงาม ซึ่งพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ทั้ง 3 โซน มีสวนมะพร้าว มีกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และด้านความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย ประเมินศักยภาพเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะของกลุ่มดังกล่าวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น คือ ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาและการเพิ่มทักษะของเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบเกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และทราบรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. จากการศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย นำมาซึ่งการกำหนดหลักสูตรในการจัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการ โดยแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการและการจัดทำคู่มือการพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. คู่มือการพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นประโยชน์สำหรับกองสวัสดิการสังคม เทศบาลนครเกาะสมุย และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ในการนำคู่มือไปใช้ในการจัดอบรมผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการเตรียมความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และในการติดตามผลการจัดอบรมสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีลักษณะของผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ คือ กระบวนการจัดการหรือการบริหารองค์กร ให้สามารถอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยรวบรวมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อความสำเร็จในเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความประหยัด โดยนำปัจจัยทางการบริหารจัดการ ประกอบด้วยขั้นตอน 7 ประการ (สมพร ศิลป์สุวรรณ, 2549) ได้แก่

- 1). การวางแผน (Planning) คือ การร่วมมือกับผู้บริหารหรือหัวหน้าในการจัดวางโครงการและวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องทำอะไรบ้าง ทำอย่างไรเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้
- 2). การจัดการองค์กร (Organizing) คือ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้พนักงานแต่ละคนตามความถนัดหรือความสามารถของแต่ละบุคคล
- 3). การจัดการคน (Staffing) เป็นการจัดอัตรากำลัง การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีในการทำงาน และการประเมินผลจากการทำงานของพนักงานที่ประพฤติปฏิบัติดีเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนอื่น
- 4). การอำนวยการ (Directing) คือ การตัดสินใจ การสั่งการ การจูงใจ การสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน การประสานงาน และการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของพนักงานในทางที่ดี
- 5). การประสานงาน (Coordinating) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานและในหน่วยงาน ให้มีความเข้าใจตรงกันและดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันเพื่อการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ

6. การรายงาน (Reporting) คือ การรายงานผลการปฏิบัติของหน่วยงานให้แก่ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรได้ทราบถึงการดำเนินงาน ณ ปัจจุบัน

7. การจัดทำงานงบประมาณ (Budgeting) คือ จัดสรรการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยคำนวณการใช้งบประมาณไว้ล่วงหน้าเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ เช่น จัดทำตารางรายรับ-รายจ่าย หรือกำไรไว้ให้ชัดเจนเพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคตสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่ายให้ต่ำที่สุด

จากความหมายข้างต้นการบริหารจัดการ คือ การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานที่องค์กรและบุคลากรขององค์กรนำมาใช้เป็นแนวทาง ซึ่งการบริหารจัดการมีความเกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการและการควบคุม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดและทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการไปในทิศทางที่ประสบความสำเร็จสูงสุด (ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ, 2554)

ความหมายของการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจ หมายถึง การทำงานร่วมกันของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือธุรกิจที่พยายามสร้างกำไร และเพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยมีกระบวนการตั้งแต่การวางแผนงาน การผลิต การจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการองค์กร การจัดการตลาด การนำหรือสั่งการ การควบคุมองค์กร และการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผน บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคได้ (ตุลา มหามสุธานนท์, 2545)

ทั้งนี้การที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจะต้องมุ่งที่การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด การปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้นต้องปรับตัวในด้านต่างๆ เช่น ความต้องการของตลาด โดยการพัฒนาสินค้าให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม มีการบริหารจัดการปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง เช่น ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อลูกจ้างพนักงาน ซึ่งการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงาน (อรทัย วานิชดี, 2545) ได้แก่

1. การผลิต (Production) เป็นกิจกรรมการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการมีหลายขั้นตอน จึงจะได้สินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ซึ่งระบบการผลิตและการปฏิบัติการ มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ส่วน (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547: 56) ได้แก่

(1) ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นส่วนของทรัพยากรหรือสิ่งที่มีความจำเป็นในกระบวนการผลิตหรือบริการ ประกอบด้วยทุน แรงงาน เครื่องจักรและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

(2) กระบวนการผลิตหรือแปลงสภาพ คือ ส่วนที่ทำหน้าที่ในการนำปัจจัยนำเข้ามาผลิตหรือแปลงสภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ซึ่งได้แก่ วิธีการผลิตสินค้า การจัดลำดับขั้นตอนการผลิต การวางแผนการผลิต การจัดหากำลังคนเพื่อการผลิต

(3) ผลผลิตที่ได้ คือ ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและได้ปริมาณตามที่กำหนดในเวลาที่ต้องการ

(4) ผลสะท้อนกลับ คือ ส่วนที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้งานของระบบการผลิตบรรลุเป้าหมาย

(5) ผลกระทบจากภายนอก จะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจจะต้องมีทักษะความรู้ด้านการผลิต เนื่องจากทำให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญของการผลิตที่ผู้ประกอบการควรพิจารณา ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนโรงงานการผลิต การออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย และการตรวจสอบสินค้าเพื่อเป็นการช่วยในการวางแผนการผลิต การพัฒนาคุณภาพของสินค้า และการเตรียมความพร้อมในการจัดจำหน่าย

2. การบริหารการตลาด เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค ซึ่งการบริหารการตลาด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549) ได้แก่

(1) ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่ธุรกิจนำเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะสามารถจับต้องได้หรือไม่สามารถจับต้องได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าหรือบริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ซึ่งลักษณะสำคัญของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ การออกแบบและพัฒนาสินค้าสินค้า การจัดทำตราสินค้า ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพสินค้า และการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะที่จะก่อให้เกิดประโยชน์จากตัวสินค้า

นอกจากนี้การสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการนำเสนออรรถประโยชน์ใหม่ เป็นการสร้างนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ในเชิงคุณค่า เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้แหล่งกำเนิดของสินค้ามีผลต่อการยอมรับสินค้าในระดับที่มาก ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ (พรสถิต จันทร, 2551)

(2) ราคา คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ซึ่งราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดเป้าหมายและจะส่งผลกระทบต่อรายได้หรือกำไรของธุรกิจ ความอยู่รอดของกิจการ การเจริญเติบโตของกิจการ และเป็นกลยุทธ์สำหรับการแข่งขันหรือสร้างส่วนครองตลาดของกิจการได้ สำหรับกลยุทธ์การตั้งราคาเป็นการตั้งราคาสินค้าตามนโยบายราคาที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ซื้อยอมรับราคาที่ตั้งขึ้นมา ซึ่งกลยุทธ์การตั้งราคา (เกรวสิน ภูยาแพทย์, 2555) มีดังนี้

(2.1) การตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ (Geographical Pricing) เป็นการตั้งราคาโดยพิจารณาจากเขตพื้นที่ต่างๆ วิธีการตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ ได้แก่ การตั้งราคาตามเขต เป็นการตั้งราคาให้แตกต่างกันตามเขตภูมิศาสตร์ การตั้งราคาส่งมอบราคาเดียว เป็นการตั้งราคาเดียวสำหรับผู้ซื้อทุกรายไม่ว่าจะขายแบบผู้ขายพื้นที่ใด การตั้งราคาแบบผู้ขายรับภาระค่าขนส่ง เป็นการตั้งราคาให้ผู้ขายรับภาระค่าขนส่งบางส่วน เพื่อต้องการเจาะตลาดผู้ซื้อที่อยู่ไกลออกไป และการตั้งราคา ณ ที่ผลิต เป็นการตั้งราคาโดยกำหนดจากราคาสินค้า ณ โรงงานรวมค่าขนส่งจากที่ผลิตที่อยู่ใกล้ผู้ซื้อมากที่สุด

(2.2) การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) เป็นการตั้งราคาโดยอาศัยความรู้สึกรู้สึกของผู้ซื้อที่มีต่อราคา ซึ่งวิธีการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา ดังนี้ การตั้งราคาแบบเลขคู่หรือเลขคู่ ซึ่งการตั้งราคาแบบเลขคู่เป็นการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคู่ โดยจะให้ลงท้ายด้วยเลข 9 เช่น 49 บาท 99 บาท 199 บาท เป็นต้น และการตั้งราคาแบบเลขคู่เป็นการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคู่หรือจำนวนเต็ม เช่น 100 บาท 1,500 บาท 2,000 บาท เป็นต้น การตั้งราคาตามความเคยชิน เป็นการตั้งราคาตามประเพณีนิยมที่ถือปฏิบัติกันมา หรือตั้งราคาตามราคาตลาดซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคคุ้นเคย การตั้งราคาที่สูงถึงชื่อเสียง เป็นการตั้งราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งให้มีราคาสูงเพื่อแสดงถึงภาพพจน์

เกี่ยวกับชื่อเสียงของตราหือหรือคุณภาพของสินค้าและการตั้งราคาแนวระดับราคา เป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมกับกิจการที่มีสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีความแตกต่างกันในด้านรูปแบบ ขนาด หรือสี

(2.3) การตั้งราคาสูงและการตั้งราคาต่ำ (Skimming and Penetration Pricing) ซึ่งการตั้งราคาสูงเป็นการตั้งราคาสินค้าให้สูงในช่วงแรกของการนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด เพื่อต้องการให้ได้ต้นทุนและกำไรกลับมาโดยเร็ว เหมาะกับสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างทางการแข่งขัน และการตั้งราคาต่ำ เป็นการตั้งราคาให้ต่ำในช่วงแรกของการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด หรือเป็นการตั้งราคาเพื่อเจาะตลาดให้ครอบคลุมตลาดส่วนใหญ่และให้ผู้บริโภคยอมรับอย่างรวดเร็วเหมาะสมกับสินค้าที่สามารถใช้สินค้าอื่นทดแทนได้

(2.4) การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ค้าปลีกนิยมนำมาใช้ในการตั้งราคาสินค้า เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งมีวิธีตั้งราคา ดังนี้ การตั้งราคาแบบล่อใจ เป็นการตั้งราคาสินค้าบางชนิดซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภครู้จักทั่วไป ให้มีราคาต่ำกว่าหรืออาจจะต่ำกว่าต้นทุน เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน การตั้งราคาแบบเหยื่อล่อ เป็นการตั้งราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในจำนวนจำกัดให้มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แล้วทำการโฆษณาเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าที่ร้าน และการตั้งราคาในเทศกาลพิเศษ เป็นการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าราคาปกติในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าตามเทศกาลนั้นๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ ช่วงเวลาเปิดเทอม เป็นต้น

(3) การจัดจำหน่าย คือ กิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากธุรกิจไปยังตลาดเป้าหมาย ผู้ประกอบการต้องเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ และจะต้องจัดจำหน่ายให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค โดยช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการสามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1990: 126) คือ

(3.1) การให้บริการผ่านร้าน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า แล้วมีการขยายสาขาเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด

(3.2) การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการในลักษณะนี้เป็น การส่งพนักงานไปบริการที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นๆ ตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การจ้างวิทยากรมาฝึกอบรมที่โรงแรม

(3.3) การให้บริการผ่านตัวแทนการให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายเฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว และโรงแรมต่างๆ เป็นต้น

(3.4) การให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต การให้บริการในลักษณะนี้เป็นบริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องชั่งน้ำหนักหยอดเหรียญ การให้บริการดาวน์โหลดข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

(4) การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติและชักจูงให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด (Kotler, 2014: 98) ดังนี้

(4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นเครื่องมือที่สามารถสื่อจุดขายหลักหรือตำแหน่งขายสินค้าได้ รวมถึงภาพลักษณ์สินค้าหรือองค์กรและสามารถเข้าถึงผู้รับสารหรือผู้บริโภคได้จำนวนมาก

(4.2) การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้แบบการสื่อสารการเผชิญหน้ากันเป็นหลัก

(4.3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) คือ เครื่องมือที่มุ่งเน้นที่การเพิ่มยอดขายสินค้า ในระยะเวลาอันสั้น โดยการให้สิ่งล่อใจพิเศษแก่ผู้บริโภคให้เกิดพฤติกรรมการซื้อในเวลาอันสั้น

(4.4) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือ เครื่องมือที่จะสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร โดยมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการให้การสนับสนุนองค์การรวมถึงการซื้อสินค้า

(4.5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ เครื่องมือการสื่อสารทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อ และผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าโดยตรงได้จากผู้ผลิตโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

3. การจัดการด้านบัญชีและการเงิน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ดังนี้

(1) ความสำคัญของบัญชี คือ เป็นแหล่งข้อมูลของธุรกิจที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปของธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มทุนหรือลดทุนการผลิต เพื่อช่วยให้ทราบฐานะการเงินของกิจการในขณะใดขณะหนึ่งว่ากิจการมีผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมากิจการมีกำไรหรือขาดทุนเป็นจำนวนเท่าไร ตลอดจนการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อขยายกิจการ (สุทธิรักษ์ ดมยาศิริกุล, 2548)

(2) ความสำคัญของการเงิน คือ ทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจซึ่งเริ่มตั้งแต่การตัดสินใจทำธุรกิจ การเงินก็เริ่มเข้ามามีบทบาทดังนี้ การจดทะเบียนการจัดตั้งกิจการ การเช่าหรือสร้างโรงงาน การซื้อเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า การซื้อวัตถุดิบมาเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งในการประกอบธุรกิจผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อลักษณะของธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การจัดสรรเงินทุนในสินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เริงรัก จำปาเงิน, 2544, หน้า 64-66) และสามารถจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการตลอดจนมีการควบคุมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยการจัดหาเงินทุน (Capital) ประกอบด้วย 2 แหล่ง ดังนี้ (1) แหล่งเงินทุนภายใน (Internal Sources) คือ เงินทุนที่ได้มาจากเจ้าของกิจการได้แก่ เงินที่นำมาลงทุนและจากกำไรสะสมจากการดำเนินธุรกิจ (2) แหล่งเงินทุนภายนอก (External Sources) คือ เงินทุนที่ได้จากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน เป็นต้น (อรัญญ์ วานิชดี, 2545)

4. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กิจกรรมทางด้านการจัดหาบุคลากรด้านแรงงานหรือกำลังคนที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งคนถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ คือ ช่วยสร้างความเจริญเติบโตมั่นคงให้แก่องค์กร และหากได้ปฏิบัติงานที่ตนเองมีความรู้ความสามารถจะส่งผลทำให้เกิดการทุ่มเท เสียสละ จงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้น ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรตื่นตัวในการเพิ่มศักยภาพ การปฏิบัติงานของตนเอง โดยอาศัยความรู้ความสามารถแบบหลากหลาย ช่วยเสริมให้บุคลากรมีคุณภาพ มีงานทำ สร้างผลผลิตให้แก่องค์กร และเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศชาติได้อีกทางหนึ่ง (วิลาวรรณ ทรัพย์พิศาล, 2554) ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องจัดหาบุคลากรที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตำแหน่งงาน โดยการจัดหาทรัพยากรด้านแรงงานหรือกำลังคน ผู้ประกอบการควรพิจารณา ดังนี้ (1) การวางแผนกำลังคน ด้านจำนวน คุณภาพและหน้าที่ความรับผิดชอบ (2) การสรรหากำลังคน (3) การคัดเลือกและการบรรจุ (4) การฝึกอบรม (5) การประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้การใช้ประโยชน์จากพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Ivancevich, 2001) ซึ่งวิธีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงาน มี 2 วิธี (สุนันทา เลาพันธ์, 2542 หน้า 129) คือ การสรรหาจากแหล่งภายใน ที่เกิดจากการปิดป้ายรับสมัครงาน การแนะนำของหัวหน้าหรือพนักงานในองค์กร และการสรรหาจากแหล่งภายนอก โดยการลงโฆษณา การใช้สื่อวิทยุ ทีวี หนังสือพิมพ์ การใช้สำนักงานจัดหางาน การสรรหาจากสถานศึกษาหรือการที่ผู้สมัครเดินเข้ามาสมัครด้วยตนเอง และในการจัดการทรัพยากรมนุษย์มี

หลักการที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน (อรรถัย วานิชดี, 2545) ได้แก่

5. การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นสิ่งสำคัญมากต่อธุรกิจเนื่องจากสินค้าคงคลังเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูง หากปัญหาที่เกิดขึ้นจากการควบคุมหรือบริหารสินค้าคงคลังไม่ได้ประสิทธิภาพหรือไม่เป็นระบบอาจส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของกิจการได้ ในการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการจัดระบบหมวดหมู่ของสินค้าคงคลังที่ดี มีการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อและรอบเวลาในการเติมเต็มสินค้าในคลังที่เหมาะสม เพื่อสามารถนำมาใช้ในการผลิตสินค้าได้ทันเวลาและมีสินค้าคงคลังไว้สำหรับบริการลูกค้าในปริมาณที่เพียงพอและทันต่อความต้องการของลูกค้า (พิภพ สถิตตาภรณ์, 2546)

สินค้าคงคลัง (Inventory) หมายถึง วัสดุหรือสินค้าต่างๆ ที่เก็บไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานอาจเป็นการดำเนินงานผลิต ดำเนินการขายหรือดำเนินงานอื่นๆ ซึ่งสินค้าคงคลังสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ (1.) วัตถุดิบ คือสิ่งของหรือชิ้นส่วนที่ซื้อมาใช้ในการผลิต (2.) งานระหว่างทำ คือชิ้นงานที่อยู่ในขั้นตอนการผลิตหรือรอคอยที่จะผลิตไม่ครบทุกขั้นตอน (3.) วัสดุซ่อมบำรุง คือชิ้นส่วนหรืออะไหล่เครื่องจักรที่สำรองไว้เพื่อเปลี่ยนเมื่อชิ้นส่วนเดิมเสียหรือหมดอายุการใช้งาน และ (4.) สินค้าสำเร็จรูป คือปัจจัยการผลิตที่ผ่านทุกกระบวนการผลิตครบถ้วนพร้อมที่จะขายให้ลูกค้าได้ (สิทธิชัย ฝรั่งทอง, 2559)

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นที่ผู้ประกอบการต้องมีการพิจารณา เพื่อเป็นรากฐานให้ธุรกิจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด ช่วยให้การดำเนินธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้และประสบความสำเร็จ

ดังนั้นในการศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจของงานวิจัยชิ้นนี้ ได้มีการศึกษาในประเด็นหลักด้านการจัดการธุรกิจ คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง และด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

นอกจากนี้การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

1. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นเรื่องของความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

2. การขนส่ง เป็นการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ

3. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือท่องเที่ยว

4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกและปลอดภัย

ทั้งนี้ในการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยทั้ง 5 ด้านแล้ว ผู้วิจัยยังเพิ่มในส่วนขององค์ประกอบที่สำคัญสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในข้างต้นเพื่อให้ธุรกิจมีความพร้อมในทุกๆ ด้านของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ โดยอาศัยหลักการตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) ประกอบไปด้วย

ลักษณะที่หนึ่ง การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึงลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

ลักษณะที่สองคือ การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึงลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางแหล่งประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หรือการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบทหรือชุมชน (Rural Tourism/Village Tourism)

ลักษณะที่สามคือ การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึงลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวแบบพักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือได้รับประโยชน์จากการใช้สินค้าหรือบริการนั้น โดยสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะมีทั้งสามารถจับต้องได้และมีตัวตนหรือไม่สามารถจับต้องได้ (จิตานันท์ ตีกุล และคณะ, 2550: 10) ตัวอย่างเช่น

- 1) สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหาร
- 2) บริการ เช่น การบริการทำความสะอาดห้องพัก บริการประกอบอาหาร บริการนำเที่ยว เป็นต้น
- 3) สถานที่ คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวชม
- 4) บุคลากร เช่น ผู้ประกอบการในเส้นทางทางการท่องเที่ยว พนักงานขับรถ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- 5) องค์กรต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สมาคมมัคคุเทศก์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก (พยอม ธรรมบุตร, 2549) คือ (1) แหล่งท่องเที่ยว (2) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ เช่น ที่พักและอาหารเครื่องดื่ม (4) กิจกรรมต่างๆ (5) ส่วนประกอบอื่นๆ

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มูทริกา พฤษภาพงษ์ (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การ

ประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรมและอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่างๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปหัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่าเป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง

พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ (2555) ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเองเข้าไปมีส่วนร่วมในวิถีทางและประสบการณ์เรียนรู้กับผู้คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำกันอยู่เป็นประจำของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวอาสาเข้าไปทำหรือเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้มีการเรียนรู้ มีประสบการณ์โดยตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ด้วยการสร้างคุณค่าให้กับอัตลักษณ์นั้นๆ ซึ่งมีไม่เพียงแค่การผลิตความคิดสร้างสรรค์ออกมาอย่างเดียว แต่จะต้องมีกระบวนการที่มีส่วนร่วมกับชุมชน และชุมชนจะต้องเห็นพ้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวด้วย

จิระนันท์ ทองสมักร และคณะ (2556) ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยหลักการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว และการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว โดยความสำเร็จของการพัฒนาในส่วนของผู้ประกอบการ จะดูได้จากการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการรักษาและผู้ประกอบการมีกำไร แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการต้องมีการเพิ่มพูนทักษะ เพื่อให้สามารถปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

รุติศักดิ์ เวชกามา (2557) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่างๆ ในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวในการเข้าไปเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชน และมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เพื่อให้ได้สัมผัสกับความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรมส่งผลต่อการพัฒนาประเทศต่อไป (จิระนันท์ ทองสมักรและคณะ, 2556)

ส่วนคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ลักษณะ (วียะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2554) ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ 3) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก 4) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ และ 5) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน, 2555) ไว้ดังนี้ 1) เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้ลอกเลียนแบบใครและเป็นต้นแบบอย่างแท้จริงและมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม 2) มีการจินตนาการและมีความจริงใจที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ 3) มีองค์ความรู้แฝงไว้ด้วยศิลปะและกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) เกิดจากความฉลาดคิดกลายมาเป็นประดิษฐ์กรรม 5) เป็นทรัพย์สินทางปัญญา

จากที่กล่าวมาข้างต้น คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญต่อการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554) ดังต่อไปนี้ (1.) นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน (เจ้าของพื้นที่หรือคนในชุมชน) มีความผูกพันระหว่างกัน (2.) เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (3.) นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (4.) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (5.) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ (6.) นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชน ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ Richards (2008) ได้กำหนดลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว และประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า
3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่าประสบการณ์
4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น
5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน

ทั้งนี้ Richards ยังได้อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติการผลิตและการบริโภคไว้ว่า ในการผลิตนั้นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่หาชมได้ยาก ยังไม่ค่อยมีผู้ใดได้มีโอกาสไปเยี่ยมชม และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ส่วนในการบริโภค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางหรือนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น อีกทั้งยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนได้ไปเยือนมากกว่าที่จะเป็นบุคคลภายนอกหรือผู้มาเยี่ยมชม

ดังนั้นในส่วนความพร้อมของรูปแบบและกิจกรรมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว นั้น ใน การศึกษานี้ผู้วิจัยจะให้คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการเพื่อให้รูปแบบและ กิจกรรมนั้นมีความครบถ้วนและสอดคล้องความหมายที่ชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ประกอบการทั้ง เจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยนั้นมีความ พร้อมในการพัฒนาธุรกิจของตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 5 องค์ประกอบ (ปรีณธ์ ชินโชติและ ธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งพื้นที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้มีความโดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ ยังคงมีการจัดการในรูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้เพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยองค์ประกอบของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการปรับปรุง เพิ่มคุณค่าให้แก่พื้นที่ สร้าง บรรยากาศแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์จากทรัพยากรที่มีอยู่สร้างพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ใน รูปแบบต่างๆ

2. ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) เป็นหัวใจของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากผู้ประกอบการถือเป็นผู้นำด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถ ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการอย่างสร้างสรรค์ในการเกิดนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นผู้ที่เชื่อมโยงเครือข่ายประสานงานร่วมกัน สร้างแนวความคิด สร้างสรรค์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนให้สามารถพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals) โดยคนในชุมชนในท้องถิ่นถือเป็นหัวใจหลักในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้ โดยคนในชุมชนต้องสามารถจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญา ได้อย่างเป็นระบบ สามารถถ่ายทอดความรู้ นำเสนอความสามารถที่ผ่านการปรับปรุงหรือประยุกต์แล้วให้ เข้ากับบริบทในปัจจุบันได้

4. กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities & Products) เป็นรูปแบบกิจกรรม หรือสินค้าที่สร้างประสบการณ์หรือทักษะ ที่เป็นขายสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่ยังคงไว้ซึ่งความ ประทับใจและประสบการณ์ที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว

5. การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication) การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะ การจะให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจร่วมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ชุมชนผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ให้เกิดความเข้าใจและดำเนินการร่วมกันไปทิศทาง เดียวกัน นอกจากนี้การสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารมี ช่องทางที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเทคโนโลยีการ สื่อสารสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ทั้งสื่อในรูปแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ต่างๆ ล้วนเป็นช่องทางที่ สามารถสื่อสารการท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1. การสร้างความคุ้มค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรม ซึ่งนอกจากเป็นการเสริมแรงให้กับ การตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนตนเองแล้ว ในขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพการ ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในกิจกรรมการ ท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการสร้างความคุ้มค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวโดยเรียนรู้จาก

ประสบการณ์ตรง นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่ เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถนำไปพัฒนาศักยภาพหรือปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองได้ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป (นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2552)

2. มีจินตนาการ (Imagination) และมีความจรรโลงใจ (Inspiration) ที่แสดงออกเป็นความคิดอย่างสร้างสรรค์ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554)

3. การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ มาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการแบบมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ โดยอาจจะมีการจัดอบรมเทคนิคการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อให้สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งถือเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ในความเป็นเจ้าบ้านที่ดี การต้อนรับแขกผู้มาเยือน ซึ่งจะส่งผลดีต่อรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นจากการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับผู้ประกอบการและกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาและเพิ่มทักษะเพื่อเป็นเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานแก่ผู้ประกอบการและเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักธุรกิจท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวและก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้การพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญมากในปัจจุบัน (ธัญมัย เจริญกุล, 2557)

การพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวนั้น ต้องมีการอบรมและพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนเพราะไม่สามารถพัฒนาหรือเพิ่มทักษะให้สำเร็จได้ภายในวันเดียว ในยุคปัจจุบันการพัฒนาทักษะในการทำงาน ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่พนักงานและผู้ประกอบการไม่ควรมองข้ามและควรที่จะให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถแบ่งการพัฒนาทักษะการทำงานออกเป็นสองประเภท ดังนี้ ประเภทแรกคือ การพัฒนาทักษะทางด้านอารมณ์ (EQ) (กระทรวงสาธารณสุข, กรมสุขภาพจิต, 2546, หน้า 2-3) และประเภทที่สองคือ การพัฒนาทักษะทางด้านความสามารถที่เป็นสิ่งที่จับต้องและวัดได้ เช่น เพิ่มทักษะด้านภาษาอังกฤษ (English skill) เพิ่มทักษะในด้านการบริหารจัดการ (Management skill) ทักษะในการเป็นผู้นำ (Leadership skill) และทักษะด้านการสื่อสาร (Communication skill) (วิจารณ์ พานิช, 2546) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เน้นและให้ความสำคัญเฉพาะการพัฒนาและเพิ่มทักษะด้านความสามารถด้านการบริหารจัดการโดยการส่งเสริมศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ

การพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการท่องเที่ยว ให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจทางการท่องเที่ยว จะต้องมีการจำแนกประเภทของ

ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว เพื่อที่จะพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ตรงประเด็นและถูกประเภท สำหรับประเภทผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว Koh and Hatten, (2002) ได้จำแนกโดยยึดถือเอาความแตกต่างทางด้านผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ได้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงประดิษฐ์คิดค้น เป็นบุคคลที่ให้สิ่งใหม่ๆ ที่แท้จริงแก่การท่องเที่ยว

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรม ลักษณะของการบริการแตกต่างกับการบริการของคู่แข่งอย่างมากและยากที่จะลอกเลียนแบบได้ โดยธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทนี้จะอยู่ได้ยาวนาน

3. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเลียนแบบ โดยผู้ประกอบการประเภทนี้เป็นพวกที่ทำเลียนแบบหรือทำเหมือนผู้ประกอบการคนอื่นๆที่เคยทำมาแล้ว

นอกจากนี้ Koh and Hatten, (2002) ได้จำแนกผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการทางพฤติกรรมเป็นเกณฑ์ได้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิต เป็นผู้ที่ทำธุรกิจเพื่อตอบสนองความนิยมชมชอบหรือวิถีชีวิตตลอดจนสนับสนุนงานอดิเรกและความสนใจของตนเป็นสำคัญ

2. ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวแนวสังคม เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวโดยไม่ได้มุ่งหวังกำไรหรือทำในเชิงพาณิชย์แต่อย่างใด

3. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงแฟงเรน เป็นผู้ประกอบการที่มีงานอื่นทำเต็มเวลาและมีรายได้ประจำอยู่แล้ว แต่พยายามทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยในลักษณะที่ทำแบบไม่เต็มเวลา

4. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงชายขอบ เป็นผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจที่ไม่เป็นทางการ โดยเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นไม่ได้จดทะเบียนการค้าให้ถูกต้องและเป็นธุรกิจขนาดเล็กมาก

5. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุกรม เป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจต่อเนื่องกันยาวนาน และอาจทำธุรกิจหลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน

6. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่กำลังเริ่ม เป็นผู้ประกอบการที่กำลังอยู่ในกระบวนการของการก่อตั้งธุรกิจ

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีลักษณะของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จมีดังนี้ (เจน จันทรสุภาเสน, 2557)

1. ความเป็นวินัยในตนเอง
2. การมีความคิดริเริ่ม กล้าเสี่ยง และอดทนต่อคำวิพากษ์วิจารณ์
3. ความกระตือรือร้น และการทำงานหนัก
4. การชอบทำงานกิจวัตร
5. ความเป็นระเบียบ
6. การยึดถือเอาธุรกิจเป็นชีวิตจิตใจ
7. ความตั้งใจแน่วแน่ที่จะให้ประสบความสำเร็จ ความอดทน และความวิริยะ อุตสาหะ
8. ความขยัน จินตนาการ และความรู้สึกไวต่อความต้องการของคน
9. ความรู้สึกรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างสูง และความเป็นวินัยในตนเอง
10. ให้มีความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลเป็นอันดับแรก

ทั้งนี้ก่อนการพัฒนาและเพิ่มทักษะของผู้ประกอบการหรือบุคลากรด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ จำเป็นที่จะต้องทราบปัญหาหรือจุดอ่อนของผู้ประกอบการหรือบุคลากรก่อน เพื่อที่จะจัดแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะของผู้ประกอบการหรือบุคลากรได้ตรงด้าน สำหรับ ภาพรวมปัญหาของผู้ประกอบการหรือบุคลากรด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ เจือจันทร์ จงสถิตอยู่ (2557) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1. งานในภาคบริการถูกมองว่าเป็นงานที่ลำบากและมีความไม่มั่นคง จึงไม่เป็นที่นิยมของแรงงานไทย ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
2. การขาดทักษะทางภาษาเป็นปัญหาอันดับหนึ่งของแรงงาน
3. ขาดความเป็นมืออาชีพ ขาดคุณลักษณะด้านจิตบริการ (service mind) จริยธรรม (เอาเปรียบนักท่องเที่ยว) ขาดความเป็นผู้ประกอบการ ขาดนวัตกรรม สินค้าและบริการมักเลียนแบบกัน
4. สถาบันการศึกษาได้พัฒนาการจัดการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยร่วมมือกับสถานประกอบการ ในลักษณะทวิภาคีและการฝึกงาน เพื่อให้ได้คุณภาพตรงกับความต้องการมากขึ้น แต่ยังมีข้อสังเกตว่าการจัดการเรียนการสอนยังเน้นภาคทฤษฎีมากกว่าภาคปฏิบัติ
5. นโยบายของรัฐยังไม่ชัดเจน ขาดความเชื่อมโยงของทุกภาคส่วน ต่างคนต่างทำ ไม่มีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน
6. จังหวัดแต่ละจังหวัดมีปัจจัยพื้นฐานด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน รวมถึงศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
7. ทุนทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวเริ่มถูกทำลาย

2.1.6 เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คู่มือของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2552) ได้ทำการอบรมและจัดทำคู่มือแนะนำบริการสอ. ซึ่งเป็นคู่มือในการอบรมให้ความรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การบริหารการตลาดยุคใหม่ การบริหารการผลิตเพื่อลดต้นทุน การเพิ่มศักยภาพการวางแผนภาษี การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด เป็นต้น ซึ่งในเล่มคู่มือประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หลักสูตรอบรม เป็นต้น

วรนนท์ สุวรรณปัญญา และชุตินา ไวยศรายุทธ์ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเสริมสร้าง ศักยภาพผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการด้านอาหารแต่ละกลุ่มตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่แตกต่างกันส่งผลต่อศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากรูปแบบการดำเนินงานและวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความรู้ด้านคุณภาพและความปลอดภัยโดยการฝึกอบรมซึ่งมีการแยกกลุ่มตามความรู้ของผู้ประกอบการในแต่ละระดับเพื่อให้เหมาะสมกับทักษะและรูปแบบการดำเนินงานและเพิ่มทักษะด้านการตลาดและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การสร้างตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ประกอบการด้านอาหารมากยิ่งขึ้น

นนทวัชร อนันต์พรจินดา (2555) ศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ จากฐานการดำเนินงานโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) พบว่าผู้ประกอบการยังขาดความรู้พื้นฐานในการทำธุรกิจ ขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ ขาดการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้และขาดประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจากการขาดความรู้และทักษะด้านต่างๆ นั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาความรู้และทักษะด้านต่างๆ ด้วยการฝึกอบรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะที่

ต้องการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจและสามารถนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ห้าวหาญ ทวีแสง (2555) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษาการจัดการประกวดแข่งนกเขาขาว ในจังหวัดยะลา พบว่า ผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การประกวดนกเขาขาวประสบความสำเร็จ แต่กระนั้นก็พบว่า ทั้งผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงนกเขาขาวและผู้ประกอบการธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ยังขาดทักษะที่สำคัญบางประการซึ่งจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมอบรม เพื่อเพิ่มพูนทักษะเฉพาะทาง เพื่อให้สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด โดยทักษะที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาประกอบด้วย ทักษะทางวิชาชีพเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญและมีต้นทุนต่ำ ทักษะด้านการบริการให้สามารถยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้มากขึ้น ทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และทักษะด้านการตลาดทั้งในส่วนของพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดและการจัดหาช่องทางการตลาดใหม่

ธีระ สินเดชารักษ์ และนาฬิกาอติศักดิ์ แสงสนิท (2556) ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่มาก ด้านความพร้อมของเจ้าของกิจการมีศักยภาพด้วยต้นทุนจากสิ่งที่ตัวเองมีคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของตัวกิจการซึ่งมีความน่าสนใจต่อการเรียนรู้ และคาดหวังในเรื่องทางเศรษฐกิจมากกว่าการมองในเรื่องของการอนุรักษ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังคงมีช่องว่างระหว่างความเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว และเจ้าของกิจการในการรับรู้รวมทั้งความพร้อมและความต้องการในการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจริงตามเจตนารมณ์ในประเทศไทย

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน (2558) ได้จัดทำคู่มือ การดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี 2558 ซึ่งเป็นคู่มือในการดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ ให้มีความรู้ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP และสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเล่มคู่มือประกอบด้วย บทนำ ความรู้ในด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการและแนวทางการดำเนินการจัดอบรมในหลักสูตรต่างๆ เป็นต้น

ปิรันธ์ ชินโชติ และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้างหรือเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ประกอบด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ออกมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาสวนผึ้งให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องมีการนำจุดเด่นในแต่ละพื้นที่มาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆ ที่สำคัญให้สอดคล้องกัน โดยองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2559) ศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน ประกอบด้วย การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยว

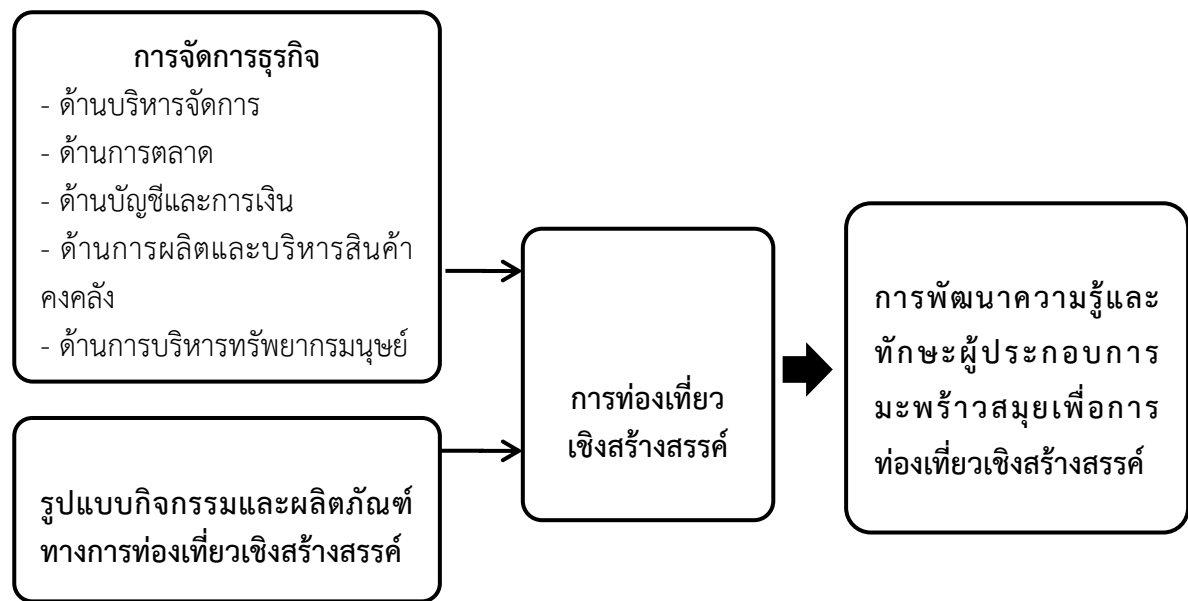
เชิงสร้างสรรค์ และกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเด็นดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2) การมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3) การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีและการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (4) วิธีการดำเนินการให้ผู้ประกอบการและชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม (5) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐ

Rosanai Josoh (2011) Entrepreneur Training Need Analysis: Implications on The Entrepreneurial skills needed for Successful Entrepreneurs ผลการวิจัยพบว่า ทักษะที่จำเป็นสำหรับการอบรมของผู้ประกอบการ คือ การยกระดับด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของทักษะทางธุรกิจ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคาขาย ทักษะการขาย การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ของสินค้าและบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งและเป็นทางเลือกที่หลากหลายของลูกค้า ประสบการณ์ทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งความรู้และทักษะที่ใช้จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ การอบรมของผู้ประกอบการยังเป็นสิ่งจำเป็นนอกจากพัฒนาความรู้และทักษะแล้วยังเป็นการลดความเสี่ยงของธุรกิจได้

Katerina K. Sarri, Ioannis L. Bakouros, Eugenia Petridou (2010) Entrepreneur for creatititg and Innovation ศึกษาการเน้นความสำคัญของการฝึกอบรมผู้ประกอบการเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม พบว่า ผู้ประกอบการ/เจ้าของ/ผู้จัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กต้องตระหนักถึงความสำคัญของการอบรมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาธุรกิจ ถึงแม้ว่าการอบรมจะเป็นอุปสรรคเกี่ยวกับทรัพยากรทางการเงิน ประสบการณ์ เวลา และโครงสร้างพื้นฐาน แต่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของผู้ประกอบการ คือ การสร้างอนาคตของธุรกิจ ดังนั้น การอบรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นความต้องการทางธุรกิจ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการเพียงเล็กน้อยที่ได้รับการอบรมอย่างสร้างสรรค์ในระบบเศรษฐกิจนวัตกรรม

2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้วางกรอบแนวคิดการวิจัยภายใต้การศึกษา โดยเริ่มจากการศึกษาการจัดการธุรกิจของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิตและบริหารคลังสินค้า ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และศึกษารูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อทราบถึงความพร้อมและรูปแบบของกิจกรรมของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะทราบถึงวิธีการจัดการและรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยได้ศึกษาแนวความคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยการเสนอแนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และยังสามารถสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีในเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในชุมชน



ภาพที่ 2.2 แสดงกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล คือ กลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 59 ราย โดยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างโครงการย่อย 2 ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เดียวกันจากการวิจัยจากโครงการย่อย 1 เพื่อให้ข้อมูลที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงใช้ฐานข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันกับโครงการย่อย 1 โดยพิจารณาจากพื้นที่สวนมะพร้าวเป็นหลัก และเลือกผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่อยู่ในเขตพื้นที่สวนมะพร้าวและพื้นที่ใกล้เคียง ยกเว้นหน่วยงานภาครัฐและผู้นำชุมชน ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการย่อย 2 เนื่องจากไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างแรกที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้วช่วยแนะนำกลุ่มตัวอย่างต่อไป จนกระทั่งได้กลุ่มตัวอย่างครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ, 2555)

จากการกำหนดพื้นที่การวิจัยของโครงการย่อย 1 ซึ่งได้พื้นที่สำหรับการวิจัย 3 โซน คือ โซนที่ 1 บ้านแม่น้ำ ตำบลแม่น้ำ โซนที่ 2 บ้านอ่างทอง ตำบลอ่างทอง และโซนที่ 3 บ้านพังกา ตำบลตลิ่งงาม และจากพื้นที่ 3 โซน รวมกับการสำรวจพื้นที่เกาะสมุยของคณะผู้วิจัย โดยทำการสัมภาษณ์ตามรูปแบบคำถามที่มีการกำหนดไว้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ชุดคำถาม คือ 1) แบบสัมภาษณ์เจ้าของสวนมะพร้าวและ 2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย สามารถกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างและรายชื่อได้ดังตารางที่ 3.1 และ 3.2

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
	โซนที่ 1	โซนที่ 2	โซนที่ 3
เจ้าของสวนมะพร้าว	2	4	1
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย			
ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว	2	3	3
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว	2	2	3
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว	3	2	2
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว	1	2	1
ธุรกิจโรงแรม	4	2	2
ธุรกิจสปา	3	1	2
ธุรกิจร้านอาหาร	2	2	-
ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก	1	2	1
รวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโซน	20	20	15
บริษัททัวร์	4		
รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	59		

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่าง		รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
1) เจ้าของสวนมะพร้าว (7)	โซนที่ 1	1) คุณชัยณรงค์ แข่งขัน 2) คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร	1) คุณชัยณรงค์ แข่งขัน 2) คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร
	โซนที่ 2	3) คุณพยอม สายช่วย 4) คุณสมบุรณ์ สมบุญ 5) คุณวีรพล วัชรสินธุ์ 6) คุณจารุวรรณ โชคคณาพิทักษ์	3) คุณพยอม สายช่วย 4) คุณสมบุรณ์ สมบุญ 5) คุณวีรพล วัชรสินธุ์ 6) คุณจารุวรรณ โชคคณาพิทักษ์
	โซนที่ 3	7) คุณจุไรรัตน์ ศรีลัมพ์	7) คุณจุไรรัตน์ ศรีลัมพ์
2) ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว (8)	โซนที่ 1	1) คุณสมพร แสนจิว 2) คุณสยาม สุขสม	1) คุณสมพร แสนจิว 2) คุณสยาม สุขสม
	โซนที่ 2	3) คุณมณฑา สมภู 4) คุณหิต บ้านทองกรด 5) คุณอุทิศ ศรีคง	3) คุณมณฑา สมภู 4) คุณหิต บ้านทองกรด 5) คุณอุทิศ ศรีคง
	โซนที่ 3	6) คุณสุณีย์ บุญจันทร์ 7) คุณหัสดี มีเดช 8) คุณดุขฎิ โยธารส	6) คุณสุณีย์ บุญจันทร์ 7) คุณหัสดี มีเดช 8) คุณดุขฎิ โยธารส

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง		รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
3) ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ขนมจาก มะพร้าว (7)	โซนที่ 1	1) กาละแม่มะม่วงบ้านเกษตรกรลีน้อย 2) กาละแม่มะม่วงบ้านแม่ธัญญา	1) คุณพิชญา แก้วกล้า 2) คุณวินัย อินทร์คำ
	โซนที่ 2	3) กาละแม่มะม่วงบ้านเกษตรไพรทอง 4) กาละแม่มะม่วงพิบูล	3) คุณสายพิน แซ่ด่าน 4) คุณพิบูล แก้วเขียว
	โซนที่ 3	5) ทอมน้ำมันมะพร้าวอ่อนหมวยน้อย 6) กาละแม่มะม่วงอินดี 7) ตุ่มขนมหวาน	5) คุณชนิษฐา แซ่ลิ้ม 6) คุณอินดี ช่วงโชติ 7) คุณธนพร ลิ้มสุวรรณ
4) ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์จากกะลาและ ไม้มะพร้าว (7)	โซนที่ 1	1) ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวลงประมวล 2) ไม้กวาดก้านมะพร้าวโกชัย 3) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวคุณสุพจน์	1) คุณประมวล ภูไพบูลย์ 2) คุณปกรณ์ สุพันธ์ 3) คุณสุพจน์ มีเพียร
	โซนที่ 2	4) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวบริษัทอินทร์ตรา 5) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวนายสายันท์	4) คุณถวิล อินทร์ตรา 5) คุณสายันท์ สมคะเนย์
	โซนที่ 3	6) ผลิตภัณฑ์จากดอกมะพร้าวนายสุนทร 7) ไม้กวาดก้าน มะพร้าวป่าทับทิม	6) คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม 7) คุณทับทิม ใจชื่อ
5) ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง จากมะพร้าว (4)	โซนที่ 1	1) น้ำมันมะพร้าวก้านบุญฤทธิ์	1) คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร
	โซนที่ 2	2) น้ำมันมะพร้าว kala Samui 3) สมุนไพรน้ำมันมะพร้าวป่าจิ	2) คุณเบญญาภา ภักบุญเจริญ 3) คุณวิไลวรรณ ศรีแสง
	โซนที่ 3	4) น้ำมันมะพร้าว สมุยเรนอง	4) คุณณัฐพล ศรีลัมพ์
6) ธุรกิจโรงแรม (8)	โซนที่ 1	1) โรงแรมเบลมอนต์นภาใส 2) โรงแรมมิโมซ่า รีสอร์ท แอนด์ สปา 3) โรงแรมศิริค้ายัน ลักซ์ชัวรี พูล วิลล่า 4) โรงแรมสันติบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา	1) คุณวรรณภา รวีวรรณ 2) คุณสุณิสา ไตรมาศ 3) คุณนฤเบศ ทิพย์เสวต 4) คุณปัญญา ทองเผือ
	โซนที่ 2	5) โรงแรมบานบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา 6) โรงแรม เซ็นทรา โคโคไนท์ บีช รีสอร์ท	5) คุณอรทิพา ยันตะกุล 6) คุณสุกัญญา ชูแก้ว
	โซนที่ 3	7) โรงแรมเลอเมอริ เดียน เกาะสมุย 8) โรงแรมละไมวันทา	7) คุณพรสวรรค์ แก่นทอง 8) คุณกฤษณา พรหมเกาะ
7) ธุรกิจสปา (6)	โซนที่ 1	1) ณพธรสปา 2) มิโมซ่า สปา 3) ศิริน สปา	1) คุณรักชนก สุขประชา 2) คุณสุณิสา ไตรมาศ 3) คุณนฤเบศ ทิพย์เสวต
	โซนที่ 2	4) บานบุรี สปา	4) คุณอรทิพา ยันตะกุล
	โซนที่ 3	5) เลอ สปา 6) นิเวศน์ แอนด์ มาย สปา	5) คุณพรสวรรค์ แก่นทอง 6) Mr. Patrick Nbam
8) ธุรกิจร้านอาหาร (4)	โซนที่ 1	1) ร้านขนมจีนป่าไม้ตรี 2) ร้านข้าวขาหมูเจ๊มูย	1) คุณไมตรี พรหมรักษ์ 2) คุณสิรินาถ ชูคง
	โซนที่ 2	3) คริวเกาะแตน 4) ภัทร Restaurant	3) คุณธรรมสรณ์ รักษา พราหมณ์ 4) คุณพินโย บุญเกษม

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง		รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
9) ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก (4)	โซนที่ 1	1) ร้านคุณสุพจน์	1) คุณสุพจน์ มีเพียร
	โซนที่ 2	2) ร้านอินทร์ตรา 3) ร้านคุณสายัณห์	2) คุณถวิล อินทร์ตรา 3) คุณสายัณห์ สมคะเนย์
	โซนที่ 3	4) ร้านคุณสุนทร	4) คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม
10) บริษัททัวร์ (4)		1) Samui Goodwill Travel 2) ฌภัทร ทัวร์ 3) เกาะแตน ทัวร์ 4) บริษัท เดอะกลอรี่เวิลด์ไวด์ทราเวล	1) คุณสรชัย คำเอี่ยม 2) คุณพิณโย บุญเกษม 3) คุณธรรมสรณ์ รักษาพราหมณ์ 4) คุณศิริพันธ์ อนันตเมฆ

สำหรับธุรกิจบริษัททัวร์ท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ทุกโซน คณะผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมของเกาะสมุยโดยไม่แยกเป็นโซน ทั้งนี้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยจะคำนึงถึงความสะดวกของผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้คณะผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้

แหล่งข้อมูลในการวิจัย

แหล่งข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยข้อมูลมะพร้าวเกาะสมุย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยการสำรวจการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย และ 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีรูปแบบคำถามชัดเจนเป็นการป้องกันหรือขจัดคำถามหรือคำตอบซึ่งนอกเหนือประเด็นที่ได้กำหนดไว้ (Macintyre, 2000) ประกอบด้วย 2 ชุด คือ 1) แบบสัมภาษณ์เจ้าของสวนมะพร้าวสมุย และ 2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในพื้นที่เกาะสมุยซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและ

ความพร้อมด้านรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การเก็บรวมข้อมูลในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

1. **การสำรวจ (Survey)** เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 จัดประชุมหาความร่วมมือ แนวทางในการดำเนินงานและความต้องการของท้องถิ่นกับกลุ่มตัวแทนเจ้าของสวนมะพร้าว กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย กลุ่มผู้นำชุมชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านความร่วมมือในการทำวิจัย แนวทางในการดำเนินการวิจัย และความต้องการของชุมชนเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ครั้งที่ 2 สำรวจพื้นที่ของอำเภอเกาะสมุย ในด้านพื้นที่ของการปลูกมะพร้าวเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปได้ในการเก็บข้อมูล รวมถึงแบ่งโซนพื้นที่เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย และพื้นที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

จากวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจ จำนวน 2 ครั้ง สามารถกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้สัมภาษณ์เชิงลึก

2. **การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)** เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบทางการที่มีการนัดหมายล่วงหน้าและแจ้งวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ได้กำหนดไว้ ที่ต้องอาศัยการเผชิญหน้า โดยการสัมภาษณ์แบบเดี่ยวเป็นรายบุคคลตามรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งยังเป็นการสัมภาษณ์จากรูปแบบคำถามอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน และมีการจดบันทึกคำตอบไว้ในกระดาษ รวมไปถึงการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์โดยจะมีการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย เจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการเรียบเรียงสรุปผลโดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive) ให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การเก็บรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการจัดการประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มแยกกัน

3. **การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Groups)** เป็นรูปแบบการจัดประชุมกลุ่มย่อยต่างๆ ตามประเภทของกลุ่มผู้ประกอบการ ดังแสดงในตาราง 3.2 โดยเป็นการจัดประชุมเพื่อนำเสนอผลหลักสูตรการอบรมของกลุ่มต่างๆ ตามที่ได้มีการสรุปข้อมูลมาจากการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 โดยให้กลุ่มผู้ประกอบการยืนยันผลการวิเคราะห์ข้อมูลของหลักสูตรการอบรมต่างๆ ว่าตรงตามความ

ต้องการและสามารถนำไปใช้ได้จริงสำหรับการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการได้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ ด้ความและสรุปผลข้อมูลที่ได้ออกมาเป็นหลักสูตรและกิจกรรมการอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการยืนยันผลการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลของหลักสูตรการอบรมระหว่างที่มวิจัยและเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย อีกทั้งเพื่อระดมความคิดเห็นต่อหลักสูตรและกิจกรรมการอบรมเพื่อปรับแก้ไขในการนำมาจัดทำคู่มือการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลที่ได้มีความชัดเจนตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงจากหลักสูตรการอบรม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยสามารถสรุปตามประเด็นของวัตถุประสงค์โครงการวิจัย ได้ดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นผลการวิจัยในส่วนของผู้ประกอบการประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบด้วย (1) ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร กระบวนการบริหารจัดการ กระบวนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ปัจจัยที่ส่งผลกระทบและวิธีการแก้ไข (2) ด้านการตลาด ได้แก่ ลูกค้าเป้าหมาย จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ เกณฑ์ในการกำหนดราคาขาย ช่องทางการกระจายสินค้า สถานที่วางจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมการตลาดหรือการส่งเสริมการขาย (3) ด้านบัญชีและการเงิน ได้แก่ การจดทะเบียนกิจการ เงินทุนที่ใช้ การจัดทำบัญชีรับจ่าย/สรุปงบการเงิน (4) ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง ได้แก่ การวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการจัดซื้อ การจัดเก็บผลผลิต การกระจายสินค้า รูปแบบการขนส่ง จำนวนแรงงานหรือเครื่องจักรที่ใช้ (5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ กระบวนการสรรหาและขั้นตอนการคัดเลือกพนักงาน หน้าที่ของพนักงาน การสอนงาน/อบรมพนักงาน หรือส่งพนักงานไปอบรมเพิ่มเติม การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ

การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบด้วย (1) ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2) การดำเนินงานที่มีการมีส่วนร่วม/เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3) การจัดเป็นแหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเพื่อการศึกษา

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีดังนี้

4.1.1 ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการสวนมะพร้าวของเจ้าของสวนมะพร้าวโดยส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการเข้าไปดูแลสวนมะพร้าวเป็นครั้งคราวและไม่มีการจ้างพนักงานเพื่อทำความสะอาดสวนมะพร้าว อาทิเช่น

“มีการเข้าไปดูแลเป็นครั้งคราว เช่น การเข้าไปดายหญ้า (ตัดหญ้า) การทำความสะอาดสวนกำจัดศัตรูพืชมะพร้าว นอกจากนั้นจะเป็นหน้าที่ของผู้รับซื้อมะพร้าวที่จะมีการเข้ามาเก็บมะพร้าวภายในสวนทุก 45 วัน” (คุณชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

“มะพร้าวเป็นพืชที่แข็งแรงทนทุกสภาพอากาศ ออกผลทุก 45 วัน การบริหารจัดการจึงไม่มีความยุ่งยาก เพียงแต่คอยดูแลไม่ให้มีหญ้ารกภายในสวนมากเกินไปและรอรอบในการเก็บเกี่ยวมะพร้าว” (คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

“กระบวนการบริหารจัดการสวนมะพร้าวนั้นไม่ได้มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก เนื่องจากมะพร้าวเป็นพืชตระกูลปาล์มที่มีความทนทานแข็งแรง ทนต่อสภาพความแห้งแล้งและไม่ต้องการปุ๋ยเหมือนพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น ซึ่งการบริหารจัดการสวนมะพร้าวจึงเป็นเพียงการดูแลทำความสะอาดสวนเป็นครั้งคราว เพื่อป้องกันศัตรูพืช” (นายวีรพล วัชรสินธุ์, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการสวนมะพร้าวของเจ้าของสวนมะพร้าว โดยส่วนใหญ่คือปัญหาแมลงศัตรูพืช อาทิเช่น

“ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อจัดการสวนมะพร้าว คือ แมลงศัตรูพืชมะพร้าวที่ควบคุมได้ยาก เนื่องจากมีการนำเข้าต้นไม้อื่นเข้ามาในพื้นที่เกาะสมุยโดยไม่มีการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคจึงยากต่อการจัดการ ซึ่งที่ผ่านมาจะใช้การฉีดพ่นยาเพื่อกำจัดศัตรูมะพร้าว การปล่อยแตนเบียนในสวนมะพร้าว หรือหากไม่สามารถรักษาได้แล้วก็จะทำการโค่นต้นมะพร้าวเพื่อทำลายแหล่งเพาะพันธุ์” (คุณชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

“ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสวนมะพร้าวโดยตรงคือ ปัญหาแมลงศัตรูมะพร้าว ซึ่งในบางครั้งจำเป็นต้องอาศัยการใช้ยาฉีดเพื่อกำจัดการแพร่ระบาด และผลกระทบอีกด้านคือ ด้านราคามะพร้าว ซึ่งในบางปีมะพร้าวมีราคาต่ำชาวสวนก็ต้องยอมรับกับสภาพของราคามะพร้าว เนื่องจากชาวสวนไม่มีสิทธิ์กำหนดราคาสินค้า” (คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

2. ด้านการตลาด

ในด้านการกำหนดราคามะพร้าวส่วนใหญ่เป็นไปตามเงื่อนไขตลาด คือ เจ้าของสวนมะพร้าวจะขายมะพร้าวในราคากลางที่ตลาดรับซื้อ ซึ่งเป็นราคาดมาตรฐานที่ทุกสวนจะได้รับหรือในอีกกรณีคือ การคัดขนาดมะพร้าว ในการจำหน่ายผลมะพร้าวของเจ้าของสวนมะพร้าวมี 2 รูปแบบดังนี้ 1) เจ้าของสวนมะพร้าวดำเนินการจัดจำหน่ายด้วยตนเอง 2) การจำหน่ายโดยเป็นหน้าที่ของผู้รับซื้อที่เข้ามาดำเนินการเองภายในสวนมะพร้าว ซึ่งมะพร้าวภายในสวนส่วนใหญ่จะขายส่งผลสดเพียงอย่างเดียวและในปัจจุบันการเก็บเกี่ยวผลผลิตในสวนมะพร้าวไม่เพียงพอต่อความต้องการในตลาด เนื่องจากมะพร้าวมีราคาสูงและมีผู้บริโภคมะพร้าวมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามผลผลิตมะพร้าวมีจำนวนลดลงด้วยหลายปัจจัย อาทิเช่น

“ในการกำหนดราคามะพร้าวชาวสวนไม่มีสิทธิ์ในการกำหนดราคา ซึ่งจะขายในราคากลางที่ตลาดรับซื้อ ซึ่งเป็นราคาดมาตรฐานที่ทุกสวนจะได้รับหรือในอีกกรณี คือการคัดขนาดมะพร้าว ลูกเล็กราคา

ต่ำ ลูกใหญ่ราคาสูง และผลผลิตจากสวนมะพร้าวจะส่งขายเพียงอย่างเดียว และในขณะนี้มะพร้าวในเกาะสมุยเริ่มมีปริมาณลดลงเป็นอย่างมาก แต่ในทางกลับกันผู้รับซื้อกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้มะพร้าวไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด” (คุณสมบุรณ์ สมบุญ, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

“ราคาของมะพร้าวขึ้นอยู่กับมาตรฐานการรับซื้อมะพร้าวของผู้รับซื้อ โดยส่วนใหญ่ราคาจะเท่ากันทุกสวน หรือขึ้นอยู่กับมะพร้าวที่มีขนาดของผลเล็ก-ใหญ่ ซึ่งราคาจะแตกต่างกัน ในการขายผลมะพร้าวคือ ให้คนรับซื้อมะพร้าวเข้ามาซื้อภายในสวน โดยความรับผิดชอบด้านการสอย การเก็บ การขน เป็นหน้าที่ของผู้รับซื้อ และมะพร้าวในสวนจะขายส่งผลสดเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการนำมาแปรรูปเป็นสินค้าอย่างอื่น ไม่คุ้มค่ากับเวลา” (คุณพยอม สายช่วย, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

3. ด้านบัญชีและการเงิน

ในการบริหารกิจการสวนมะพร้าวของเจ้าของสวนมะพร้าวโดยส่วนใหญ่มีการนำเงินทุนส่วนตัว และเงินที่ได้จากการขายมะพร้าวในแต่ละรอบมาใช้ในการบริหารจัดการ ในด้านการทำบัญชีรับจ่ายสวนมะพร้าวจะทำบัญชีอย่างง่ายทั่วไปและในการเก็บมะพร้าวแต่ละครั้งจะมีการลงบันทึกรายการวันที่เก็บ จำนวนผลที่เก็บได้ และราคาค่ามะพร้าวที่ขายได้ ส่วนด้านการเงินต่างๆ เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการจัดทำ เนื่องจากการทำสวนมะพร้าวไม่มีค่าใช้จ่าย อาทิเช่น

“เดิมทีสวนมะพร้าวมีการปลูกมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษทำสืบเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบันรุ่นลูกหลาน จึงไม่ได้มีการปลูกใหม่เพียงแต่บำรุงให้คงอยู่ โดยในส่วนของการบำรุงรักษาจะใช้เงินส่วนตัวมาใช้ในการกำจัดแมลง กำจัดศัตรูพืช เป็นต้น ในด้านการจัดทำบัญชีเป็นเพียงการจดบันทึกเป็นรายการซื้อขายธรรมดา เช่น วันที่ขายมะพร้าว จำนวนที่ลูก จำนวนเงินที่ได้ โดยจะมีการจดบันทึกเช่นเดิมในระยะเวลา 45 วัน และด้านการจัดทำงบการเงินไม่ได้มีการทำเพราะสวนมะพร้าวไม่จำเป็นต้องเสียค่าบำรุงรักษาเหมือนผลไม้ชนิดอื่น เพียงแต่ดูแลรักษาความสะอาดให้พื้นโล่งปราศจากศัตรูพืชต่างๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายไม่ได้มีมูลค่าสูงมากจึงไม่มีการทำงบการเงิน” (คุณสมบุรณ์ สมบุญ, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

4. ด้านการผลิตและบริหารคลังสินค้า

ในการเก็บผลผลิตมะพร้าวโดยส่วนใหญ่มีรอบระยะเวลาในการเก็บคือ 45 วัน/ต่อครั้ง ซึ่งปริมาณในการเก็บต่อครั้งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นเมื่อมะพร้าวมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ในการที่จะขยายสวนเพิ่ม เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่เห็นว่าหากจะขยายสวนเพิ่มโดยการปลูกมะพร้าวนั้นจะทำการปลูกมะพร้าวน้ำหอม อาทิเช่น

“การเก็บมะพร้าวในแต่ละรอบมีระยะ 45 วันต่อการเก็บ โดยแต่ละรอบจำนวนมะพร้าวที่เก็บได้ประมาณ 500-1000 ลูกต่อครั้ง ซึ่งมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า และในอนาคตอาจมีการขยายสวนเพิ่มแต่เป็นการปลูกมะพร้าวน้ำหอม เนื่องจากปลูกง่าย ให้ผลผลิตเร็วและมีราคาสูงกว่า” (นายวีรพล วัชรสินธุ์, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

“ในปัจจุบันราคามะพร้าวสูงขึ้น มะพร้าวจึงเป็นความต้องการของพ่อค้าคนกลางเป็นอย่างมากจึงทำให้มะพร้าวในสวนมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ในส่วนของการขยายสวนเพิ่มนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการปลูกมะพร้าวต้องใช้เวลาในการปลูก 5-10 ปี จึงจะสามารถเก็บผลผลิตได้ซึ่งไม่คุ้มกับเวลา จึงไม่มีผู้นิยมปลูกเพิ่ม แต่ในส่วนที่ปลูกเพิ่มโดยส่วนใหญ่จะเป็นมะพร้าวน้ำหอม เพราะต้นเตี้ย ปลูกง่าย ให้ผลเร็วและราคาสูง” (คุณชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์

การทำสวนมะพร้าวของเจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างพนักงาน มีการบริหารจัดการในรูปแบบครัวเรือน โดยการแบ่งหน้าที่ให้แก่สมาชิกภายในครอบครัวเพื่อรับผิดชอบร่วมกัน อาทิเช่น

“การทำสวนมะพร้าวไม่ได้มีการจ้างพนักงาน เป็นการจัดการภายในครอบครัว โดยมีการบริหารจัดการเป็นแบบครัวเรือนที่ทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกัน” (คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

“การทำสวนมะพร้าวทางสวนไม่ได้มีการจ้างพนักงาน เนื่องจากมะพร้าวเกาะสมุยมีความแข็งแรงทนทานต่อโรค ซึ่งการจ้างงานเพิ่มเติมคือ คนถางสวนหรือคนทำความสะอาดสวน ซึ่งจะมีการจ้างปีละ 1 ครั้ง โดยการทำสวนมะพร้าวมีการบริหารเป็นแบบครัวเรือน” (นายวีรพล วัชรสินธุ์, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในทัศนะมุมมองและความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ มีความเข้าใจและให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะคล้ายกัน คือ การเน้นความเป็นวิถีชีวิต การนำจุดเด่นในพื้นที่มานำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ชม ซึ่งในการทำสวนมะพร้าวในปัจจุบันเป็นการปลูกเพื่อจำหน่ายโดยไม่ได้มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมหรือจัดเป็นแหล่งเรียนรู้ แต่ในอนาคตเจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับสวนมะพร้าวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว ในลักษณะของการจัดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่สื่อถึงวิถีชีวิตชาวเกาะสมุย อาทิเช่น

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรจะเป็นการนำเอาจุดเด่นที่มีอยู่ภายในพื้นที่ของเราเองมาเสนอให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น ในกรณีของมะพร้าวอาจจัดให้มีการสาธิตการเก็บมะพร้าวโดยใช้ลิง การปอกมะพร้าวแบบวิถีชาวบ้าน แต่ในการทำสวนมะพร้าวในขณะนี้ยังไม่มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่หากมีการจัดทำโครงการอย่างจริงจังเชื่อว่าสวนทุกสวนในเกาะสมุยสามารถเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมวิถีชีวิตได้ และในอนาคตหากมีการพัฒนาและมีการเข้ามาร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ อย่างจริงจัง ภายในสวนมะพร้าวสามารถจัดเป็นแหล่งถ่ายทอดการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตของชาวสวนมะพร้าวได้ ซึ่งการที่จะปรับเปลี่ยนสวนมะพร้าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องดูสถานการณ์ของเศรษฐกิจ ความนิยม และความเป็นไปได้ในการทำกิจกรรม และในส่วนของการขยายสวนเพิ่มนั้นเป็นไปได้ยากเนื่องจากการปลูกมะพร้าวต้องใช้เวลาในการปลูก 5-10 ปี จึงจะสามารถเก็บผลผลิตได้ซึ่งไม่คุ้มกับเวลา จึงไม่มีผู้นิยมปลูกเพิ่ม ในส่วนที่ปลูกเพิ่มโดยส่วนใหญ่จะเป็นมะพร้าวน้ำหอม เพราะต้นทุนปลูกง่ายให้ผลเร็วและราคาสูง” (นายวีรพล วัชรสินธุ์, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

4.1.2 ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการในธุรกิจต่างๆ ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการบริหารจัดการ 2 รูปแบบ คือ (1) แบบธุรกิจครอบครัว โดยเจ้าของเป็นผู้ดูแลเพียงคนเดียวหรือมีสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการบางกิจกรรม (2) แบบวิสาหกิจชุมชน ในลักษณะการรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชน อาทิเช่น

“ในการรับซื้อมะพร้าวของมีการดำเนินการเป็นแบบระบบครอบครัว โดยให้สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ดูแลจัดการส่วนต่างๆ” (คุณดุขฎิ โยธารส, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2559)

“ในการทำขนมกะละแม ไม่ได้มีการจ้างพนักงาน จะทำกันเองโดยมีคนในครอบครัวช่วยกันทำ” (คุณยินดี ช่วงโชติ, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2559)

“การบริหารจัดการของกลุ่มชนมกะละแม จะมีหัวหน้ากลุ่มและมีสมาชิกประมาณ 20 คน ร่วมกันบริหารจัดการ โดยใช้เงินทุนของสมาชิกภายในกลุ่มลงทุนทำธุรกิจและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกัน” (คุณพิชญา แก้วกล้า, สัมภาษณ์ 21 ตุลาคม 2559)

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจและมีกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ทางด้านผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือ ปัญหาทางด้านธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล โดยเฉพาะฤดูฝนที่มีปริมาณฝนตกน้อยลง ส่งผลให้มะพร้าวออกผลผลิตได้น้อย มีขนาดเล็กกลงทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอและคุณภาพที่ได้ไม่ตรงต่อความต้องการของตลาด ปัญหาทางการขาดแคลนวัตถุดิบและขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญ นอกจากนี้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและด้านกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สำหรับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีกระบวนการทำงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่ผู้ประกอบการเพียงรายเดียวมีวิธีการแก้ไขปัญหาอดหรือแมลงที่ทำลายด้ามไม้กวาดโดยการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาปรับใช้ในการแก้ปัญหา อาทิเช่น

“ปัญหาด้านสภาพอากาศ คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล โดยเฉพาะฤดูฝนที่มีปริมาณฝนตกน้อยลง ส่งผลให้ผลผลิตมะพร้าวไม่เพียงพอต่อการนำมาใช้ในกระบวนการผลิตและบางครั้งผลผลิตมะพร้าวสุกก่อนเวลา ลูกเล็ก รสชาติไม่หวานและไม่กลื่นหอม” (คุณกนิษฐา แซ่ลิ่ม, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2559)

“ปัญหาด้านสภาพอากาศ คือ โดยเฉพาะฤดูฝนที่มีปริมาณฝนตกน้อยลง ทำให้มะพร้าวออกผลผลิตได้จำนวนน้อยและมีขนาดเล็กกลง ซึ่งส่งผลทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอและคุณภาพที่ได้ไม่ตรงต่อความต้องการของตลาด และทางด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการรับซื้อมะพร้าว คือ หากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ จะเกิดปัญหาในการจ้างคนสอยมะพร้าว ซึ่งจะต้องมีการจ่ายค่ามัดจำล่วงหน้า และขาดสภาพคล่องในการจ่ายเงิน” (คุณอุทิศ ศรีคง, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2559)

“ทางด้านกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น โดยการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในสมัยก่อนมาใช้แก้ปัญหา คือ การนำไม้ไผ่ซึ่งใช้ทำเป็นด้ามไม้กวาดไปแช่น้ำทะเล ใช้เวลาประมาณ 1 เดือน และการใช้ตัวรัดท่อพีวีซีในการรัดก้านมะพร้าวให้แน่นเพื่อป้องกันก้านมะพร้าวหลุด” (คุณปกรณ์ สุพันธ์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

2. ด้านการตลาด

ในส่วนของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย จะมีความแตกต่างกันตามประเภท/ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

(1) ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว กลุ่มลูกค้าของธุรกิจรับซื้อมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดและมีบางส่วนเป็นกลุ่มแม่ค้าที่รับซื้อเพื่อทำน้ำกะทิส่งขาย ซึ่งจุดเด่นของผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวส่วนใหญ่ คือ การไม่เอาเปรียบลูกค้า การมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า โดยมีการแยกขนาดมะพร้าวทุกครั้งก่อนการส่งขาย ในการทำธุรกิจรับซื้อมะพร้าวมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ดำเนินการแตกต่างจากคู่แข่งหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆ คือ ในการขนส่งมะพร้าวให้ลูกค้าจะดำเนินการด้วยตัวเอง ไม่มีการจ้างคนสอยมะพร้าวเนื่องจากมีลิงและสมาชิกในครอบครัวซึ่งทำหน้าที่ในการสอยมะพร้าว ในส่วนของการกำหนดราคาขาย ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวส่วนใหญ่จะขายตามขนาดของมะพร้าว และด้านการส่งเสริมการตลาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้ทำการ

ประชาสัมพันธ์ใดๆ แต่เป็นลักษณะของการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า และผลผลิตจากสวนมะพร้าวมีการส่งออกนอกพื้นที่เกาะสมุยเกือบทั้งหมด อาทิเช่น

“กลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าประจำได้แก่ ลูกค้าจังหวัดจันทบุรี ตราด ชลบุรี กรุงเทพมหานคร มะพร้าวแห้ง ส่งขายให้กับบริษัทเทพผดุงพร จำกัด มะพร้าวกะเทาะเนื้อ ส่งขายแม่ค้าในเกาะสมุยที่ทำน้ำกะทิขาย จุดเด่น คือ การไม่เอาเปรียบลูกค้า การส่งมอบของที่ดีและมีคุณภาพให้กับลูกค้า หากกรณีที่ไม่มีมะพร้าวก็นำส่งมะพร้าวทั้งลูกเล็กและใหญ่รวมๆ กันให้กับลูกค้า และในการกำหนดราคาการขายมะพร้าว จะขายตามขนาดของมะพร้าวซึ่งได้มีการแยกขนาดไว้ชัดเจน คือ ขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก โดยช่องทางการกระจายสินค้าจะเป็นหน้าที่ของพ่อค้าคนกลางในจังหวัดต่างๆ เช่น จันทบุรี ตราด ชลบุรี กรุงเทพฯ เป็นผู้ดำเนินการส่งต่อไปยังกลุ่มลูกค้า ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเป็นลักษณะการปากต่อปากเพียงอย่างเดียว” (คุณสมพร แสนจิ๋ว, สัมภาษณ์ 11 ตุลาคม 2559)

“ลูกค้าเจ้าประจำที่ส่งมะพร้าวไปขาย คือ ลูกค้าอำเภอแม่กลองและจังหวัดราชบุรี จุดเด่นคือ การมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คือ ในการส่งมะพร้าวแต่ละครั้งจะต้องทำการแยกขนาดของมะพร้าวโดยจะไม่ส่งรวมๆ กันทั้งลูกเล็กและใหญ่ ในการดำเนินธุรกิจซึ่งแตกต่างจากคู่แข่ง คือ ในการขนส่งจะใช้รถของตัวเองและจะดำเนินการด้วยตัวเอง ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ้างขนส่ง โดยเกณฑ์การกำหนดราคาขายมะพร้าวในปัจจุบัน ราคาที่ขายส่งให้กับลูกค้าประมาณลูกละ 20 บาท” (คุณสยาม สุขสม, สัมภาษณ์ 11 ตุลาคม 2559)

“ลูกค้าที่ส่งมะพร้าวไปขายเป็นลูกค้าซึ่งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีประมาณ 4-5 ราย ในการดำเนินธุรกิจซึ่งแตกต่างจากคู่แข่ง คือ การประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างคนสอย เพราะการรับซื้อมะพร้าวจะมีสมาชิกในครอบครัวและมีลิงทำหน้าที่สอยมะพร้าว” (คุณหิ๊ด, สัมภาษณ์ 12 ตุลาคม 2559)

(2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก สำหรับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว คือ การเน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบ การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการกระบวนการผลิต ด้านความแตกต่างของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าวที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกันคือ ขนมกาละแม ซึ่งสินค้ามีความแตกต่างด้านสูตรที่ใช้กวนขนมกาละแม ด้านเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน คือ ผู้ประกอบการขนมกาละแมส่วนใหญ่ มีการกำหนดราคาขายสินค้ากิโลกรัมละ 120-150 บาท แต่มีผู้ประกอบการบางส่วนที่ใช้เกณฑ์ในการกำหนดราคาขายต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นคือ ราคาขายขนมกาละแม จะขายแยกตามสีของขนมและวัตถุดิบที่ใช้ในการกวนขนม สำหรับการวางจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางจำหน่ายสินค้านำร้านตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเกาะสมุย เช่น หินตาย หินยาย ท่าเรือซีทรานเฟอร์รี่ และมีบางครั้งที่ถูกค้าให้ทำการจัดส่งทางไปรษณีย์ และทางด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ต่างๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะทำการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook ,LINE ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำการประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น

“กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จุดเด่นของสินค้าคือ ไม่มีการใส่สารกันบูด ความสดใหม่ของงา ซึ่งมีการคั่วใหม่ทุกวัน ทางด้านความแตกต่างจากคู่แข่ง คือ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับน้ำกะทิซึ่งต้องมาจากมะพร้าวสมุย น้ำตาลและข้าวเหนียวดำจะสั่งจากกลุ่มพ่อค้าเจ้าประจำที่คัดเลือกคุณภาพแล้ว และการกำหนดราคาขายขนมกาละแม คือ ราคา กิโลกรัมละ 120 บาทซึ่งเป็นราคารมาตรฐานโดยไม่มีการขึ้นหรือลดราคาขายตามราคาวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีการวาง

จำหน่ายสินค้า คือ มีหน้าร้าน ณ ท่าเรือซีทรานเฟอร์รี่เพียงจุดเดียวในเกาะสมุย และบางโอกาสจะมีการออกร้านตามงานต่างๆ เช่น งานโอท็อป งานเมืองทองฯ งานกาชาด ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์โดยมีชื่อเพจ กะละแมลีน้อย” (คุณพิชญา แก้วกล้า, สัมภาษณ์ 21 ตุลาคม 2559)

“ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่จะมีลูกค้าต่างชาติซึ่งเป็นชาวจีนและฝรั่งประมาณ 20% ด้านจุดเด่นคือ ความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ การคัดสรรวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาใช้ในการทำขนม ด้านความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งในท้องตลาด คือ ได้รับการรับรองจาก อ.ย และสูตรในการทำขนม กะละแมจะใช้ข้าวเหนียวใส่ทุกสีของขนมกะละแม ซึ่งกะละแมสีดำใช้ข้าวเหนียวดำจากอำเภอนมจันทน์นครศรีธรรมราช และสีอื่นๆ เช่น สีเขียว สีชมพู สีน้ำตาล ใช้ข้าวเหนียวสีขาวจากจังหวัดเชียงราย ด้านการกำหนดราคาขายจะมีราคาสูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ เนื่องจากกำหนดราคาขายจากต้นทุนของวัตถุดิบและขั้นตอนการทำหลายขั้นตอน และในกรณีที่ลูกค้ามีการสอบถามเกี่ยวกับราคา ก็จะมีการอธิบายรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจ ด้านการจัดจำหน่ายจะทำการจำหน่ายสินค้าหน้าร้านเพียงที่เดียว คือ บ้านบางมะขาม และจะมีบริการจัดส่งทางไปรษณีย์สำหรับลูกค้าที่มีการโทรมาสั่งซื้อ โดยมีการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อ Social เช่น เพจ Facebook Line และในอดีตมีการโฆษณาผ่านทางวิทยุและได้ลงนิตยสาร Health & Cuisine ฉบับเดือนกรกฎาคม 2556” (คุณวินัย อินทร์คำ, สัมภาษณ์ 21 ตุลาคม 2559)

(3) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว ทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการมีลักษณะแตกต่างกัน ดังนี้

3.1) ผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าวซึ่งที่เป็นของที่ระลึก ของใช้ต่างๆ เช่น โคมไฟ พวงกุญแจ กระเป๋า กลุ่มลูกค้าได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและกลุ่มลูกค้าขายส่ง ได้แก่ โรงแรม พ่อค้าที่วางขายตามตลาดถนนคนเดิน สำหรับจุดเด่นของสินค้าของผู้ประกอบการบางส่วนซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น เช่น วัสดุอุปกรณ์ที่นำมาใช้สามารถหาได้จากท้องถิ่นในเกาะสมุย บางรายจะเน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกะลามะพร้าว และบางรายจะใช้หนังสือตัวแท้ม้าใช้ในการตกแต่ง ในการกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าวทั้งหมด มีการกำหนดราคาสินค้าโดยจะขึ้นอยู่กับความยากง่ายและระยะเวลาในการผลิตสินค้าแต่ละชิ้น ซึ่งราคาจะแตกต่างกัน

3.2) ผลิตภัณฑ์ไม้กวาดก้านมะพร้าว กลุ่มลูกค้า ได้แก่ โรงแรมต่างๆ ในเกาะสมุย โรงเรียนและลูกค้าบริเวณใกล้เคียง และผู้ประกอบการที่ทำไม้กวาดก้านมะพร้าวมีการกำหนดราคาขายในลักษณะเดียวกัน

ทางด้านช่องทางกระจายสินค้าและการวางจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ไม้มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการกระจายสินค้าไปจำหน่ายยังแหล่งอื่นหลักๆ เน้นการขายที่หน้าบ้านเพียงจุดเดียว แต่มีผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าบางส่วนภายในเกาะสมุยและอีกส่วนมีการกระจายสินค้าให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทางด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นลักษณะการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น

“ลูกค้าได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จุดเด่นของสินค้าคือ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในชุมชน เช่น กะลามะพร้าว กระบองน้ำอัดลม ความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งในท้องตลาดคือ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวจะเน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ความยากง่าย ลวดลายต่างๆ และระยะเวลาในการทำ

ช่องทางการกระจายสินค้า/การวางจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมีการวางจำหน่ายที่บ้านเพียงอย่างเดียว” (คุณประมวล ภูไพบูลย์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

“ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มโรงแรม เช่น โรงแรมทองทราย โรงแรมซาเซ็น โรงแรมโพธิ์ชัยชั้น โรงแรมอินฟินิตี้ โรงแรมโคโคไนท์ วิลเลท และจะมีลูกค้าชาวจรตามแถวบ้าน การกำหนดราคาขายไม้กวาด ก้านมะพร้าว มี 2 ราคา คือ ราคา 80 บาท และราคา 100 บาท การจัดจำหน่ายไม้กวาดก้านมะพร้าวมีการวางขายที่บ้านเพียงจุดเดียว และด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นการบอกปากต่อปากของคนไปใช้งาน” (คุณปกรณ์ สุพันธ์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

(4) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ลูกค้าของธุรกิจ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการต่างๆ เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจโรงแรม และลูกค้าทั่วไป จุดเด่นของสินค้าของผู้ประกอบการแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ดังนี้ 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพได้อย่างชัดเจน ด้านความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งรายอื่น มีผู้ประกอบการบางส่วนที่มีสินค้าแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ คือ 1) ใช้ขั้นตอนแบบธรรมชาติในกระบวนการผลิตน้ำมันมะพร้าวและวัสดุอุปกรณ์สามารถหาได้ในครัวเรือน 2) การผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดร้อน มีการผสมสมุนไพร และ 3) การคำนึงตั้งแต่การคัดเลือกมะพร้าวสุกที่มีคุณภาพมาใช้ในการกระบวนการผลิต ด้านเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการกำหนดราคาตามขนาดของบรรจุภัณฑ์และมีการสำรวจราคาตามตลาด โดยส่วนใหญ่ราคาขายน้ำมันมะพร้าวประมาณ ลิตรละ 300-500 บาท ด้านช่องทางการกระจายสินค้าหรือการวางจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางจำหน่ายที่บ้านเพียงจุดเดียว แต่มีผู้ประกอบการบางส่วนที่มีการวางขายตามร้านสะดวกซื้อในเกาะสมุย ส่งขายกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้าและประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางเพจ Facebook และสำหรับการส่งสินค้าออกนอกพื้นที่เกาะสมุย มีผู้ประกอบการบางรายมีการส่งออกนอกพื้นที่ประมาณ 40-60 % ซึ่งมีการสั่งซื้อจากทั่วประเทศ อาทิเช่น

“ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และลูกค้าประจำที่มาจากภาคอีสาน และลูกค้าในอำเภอเกาะสมุย ด้านราคาขายจะกำหนดราคาตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ การวางจำหน่ายจะมีทั้งที่วางขายที่หน้าบ้านและการวางขายที่เซฟเวอร์มาร์ทในเกาะสมุย โดยประมาณ 15-30 วันจะทำการไปเช็คครั้งหนึ่ง แล้วนำน้ำมันมะพร้าวไปเติมในตู้ที่หมดหรือเหลือประมาณ 2-3 ขวด ด้านการประชาสัมพันธ์จะผ่านทาง Facebook แต่ไม่ได้มีการติดตามผลและไม่มีออเดอร์สั่งซื้อผ่านช่องทางนี้” (คุณเบญญาภา ภัคบุญเจริญ, สัมภาษณ์ 11 พฤศจิกายน 2559)

“ลูกค้าของธุรกิจคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นหลัก เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความนิยมในการใช้น้ำมันมะพร้าวมากขึ้น จุดเด่นของสินค้าคือ คุณภาพ ความสดใหม่ น้ำมันมะพร้าวไม่มีกลิ่นเหม็นหืน และสามารถเก็บไว้ได้นานโดยที่น้ำมันมะพร้าวไม่เปลี่ยนสภาพ ความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดคือ ใช้ขั้นตอนแบบธรรมชาติ วัสดุอุปกรณ์หาได้ในครัวเรือนและไร้กลิ่นเหม็นหืน ในการกำหนดราคาขายจะมีการสำรวจราคาตามท้องตลาด ซึ่งราคาจะไม่แตกต่างกันมากจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ โดยส่วนใหญ่แล้วน้ำมันมะพร้าวจะขายประมาณลิตรละ 300-500 บาท ด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะแบบการปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า เมื่อเป็นที่รู้จักทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น” (คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 11 พฤศจิกายน 2559)

5. ธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับจุดเด่นของสินค้าของผู้ประกอบการคือ รสชาติกลมกล่อมทุกเมนู และความแตกต่างของสินค้าที่ต่างจากผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันคือ 1) การเลือกใช้วัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ 2) การมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ด้านเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกัน (ขายขนมจีน) คือ กำหนดราคาขายตามวัตถุดิบที่ใช้ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการกระจายหรือจำหน่ายสินค้าที่อื่นหลักๆ เน้นการขายที่หน้าร้านและไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใดๆ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า แต่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวมีการประชาสัมพันธ์ 2 รูปแบบ คือ แบบการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ Facebook โดยมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเมนูอาหารในแต่ละวันเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ทางด้านนี้ไม่มีค่าใช้จ่าย อาทิเช่น

“กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้แก่ พนักงานออฟฟิศและลูกค้าชาวกร ซึ่งการกำหนดราคาขายจะกำหนดตามวัตถุดิบที่ใช้ โดยนํ้ายาปูขายจานละ 70 บาท แกงเขียวหวานไก่จานละ 50 บาท แกงกะทิ นํ้าพริก ไตปลา จานละ 40-45 บาท และไม่ได้มีการกระจายหรือจำหน่ายสินค้าที่อื่นจะเน้นการขายที่หน้าร้านเป็นหลัก และไม่มีการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใดๆ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า” (คุณไมตรี พรหมรักษ์, สัมภาษณ์ 23 ตุลาคม 2559)

“กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานธนาคาร พนักงานสายการบิน ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการต่างๆ ด้านจุดเด่นของสินค้าคือ รสชาติกลมกล่อมทุกเมนู จนได้ฉายาว่า “เหลาริมทาง” ความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งในท้องตลาด คือ การเลือกใช้ของดี มีคุณภาพและราคาขายไม่แพง ซึ่งการกำหนดราคาขายจะแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ดังนี้ นํ้ายาปูขายจานละ 60 บาท แกงเขียวหวานไก่จานละ 50 บาท แกงกะทิ นํ้าพริก จานละ 40 บาท ขนมหวานถ้วยละ 20 บาท ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะเน้นการขายที่หน้าร้านเป็นหลัก และด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ มี 2 รูปแบบคือ แบบการบอกปากต่อปากของลูกค้าที่มารับประทานและอีกรูปแบบคือ การประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองผ่านสื่อผ่านเพจ Facebook โดยใช้ชื่อเพจ “เจ๊มัยข้าวขาหมู ขนมจีนเมืองคอน” (คุณสิรินาถ ชูคง, สัมภาษณ์ 23 ตุลาคม 2559)

6. ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก กลุ่มลูกค้าของธุรกิจมี 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มลูกค้าขายส่ง เช่น โรงแรม พ่อค้าที่วางขายตามตลาดถนนคนเดิน สำหรับจุดเด่นของสินค้าซึ่งมีความแตกต่างกันของผู้ประกอบการแต่ละราย ดังนี้ 1) วัสดุอุปกรณ์ที่นำมาใช้สามารถหาได้จากท้องถิ่นในเกาะสมุย 2) เน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว 3) การใช้หนังสือตัวแท้ในการตกแต่ง การกำหนดราคาขายสินค้าของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับความยากง่ายและระยะเวลาในการทำสินค้าแต่ละชิ้น ซึ่งราคาจะแตกต่างกัน ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและการวางจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันของผู้ประกอบการส่วนใหญ่สินค้าไม่ได้มีการกระจายไปจำหน่ายที่อื่นหลักๆ เน้นการขายที่บ้านเพียงจุดเดียว แต่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวมีการจำหน่ายสินค้าในเกาะสมุยและมีการกระจายสินค้าให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และทางด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น

“กลุ่มลูกค้า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัททัวร์และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาซื้อด้วยตัวเอง รวมถึงองค์กรต่างๆ ที่นำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ ด้านจุดเด่นของสินค้า คือ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้าน เช่น ขารองโทรศัพท์ โคมไฟ เป็นต้น ความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งในท้องตลาด คือ สินค้ามีความหลากหลาย สามารถออกแบบพิเศษให้กับลูกค้าได้ตามความต้องการ

พยายามมองหาแนวทางสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้านการกำหนดราขายราคาสินค้าของทางร้านขึ้นอยู่กับความยากง่ายและระยะเวลาในการทำสินค้าแต่ละชิ้นซึ่งราคาจะแตกต่างกัน และปัจจุบันสินค้าของทางร้านได้มีจำหน่ายที่ร้านอินตรา อำเภอกะสมุย และบางส่วนมีการนำไปร่วมขายกับกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการโฆษณาจะใช้ช่องทางการกระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุ FM ของกะสมุยและการบอกต่อของกลุ่มลูกค้า” (คุณถวิล อินทร์ตรา, สัมภาษณ์ 4 พฤศจิกายน 2559)

“กลุ่มลูกค้ามี 2 กลุ่ม คือ 1) ลูกค้าแบบขายส่ง เช่น โรงแรมซื้อไปขายลูกค้าที่มาเข้าพัก พ่อค้าที่ซื้อไปขายตามตลาดถนนคนเดิน 2) ลูกค้าทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกรุปทัวร์ จุดเด่นของสินค้าคือวัตถุดิบที่นำมาใช้สามารถหาได้จากท้องถิ่นในกะสมุยและการผลิตสินค้าเป็นการผลิตในท้องถิ่น ด้านการกำหนดราขาย จะคำนวณจากต้นทุนต่างๆ บวกราคาส่งและบวกกำไรเล็กน้อย ซึ่งราขายสินค้าแต่ละชิ้นจะแตกต่างกัน ด้านการวางจำหน่ายสินค้าจะไม่มีการกระจายสินค้าไปที่อื่น เน้นขายเฉพาะที่ร้านและด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะของการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า” (คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม, สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2559)

3. ด้านบัญชีและการเงิน

ในการบริหารกิจการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนธุรกิจ 4 รูปแบบดังนี้ 1) จดทะเบียนนิติบุคคล 2) จดทะเบียนของ OTOP 3) จดทะเบียนการค้า และ 4) จดทะเบียนพาณิชย์แบบบุคคลธรรมดา ด้านเงินที่ใช้ในการลงทุนทำธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการใช้เงินทุนส่วนตัว แต่มีผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว 2 รายมีทั้งการใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้เงินจากสถาบันการเงินมาใช้ในการดำเนินการ ด้านการจัดทำบัญชีรับจ่ายของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยส่วนใหญ่ ไม่ได้มีการจัดทำบัญชีรับจ่าย และด้านการจัดทำสรุปงบการเงินมีผู้ประกอบการเพียง 3 รายที่จัดทำสรุปงบการเงิน โดยจัดทำเป็นลักษณะของการสรุปค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน อาทิเช่น

“ในการดำเนินธุรกิจได้มีการจดทะเบียนการค้า ด้านเงินทุนที่นำมาใช้ในการทำธุรกิจคือ เป็นเงินส่วนตัว ในการดำเนินธุรกิจได้มีการทำบัญชีรับจ่ายอย่างง่าย คือ การบันทึกการเก็บมะพร้าวในแต่ละรอบ ซึ่งจะมีการแยกการทำบัญชีของมะพร้าวแต่ละแปลงที่เข้าไปเก็บ โดย 1 แปลงมีระยะรอบในเก็บทุก 45 วัน นอกจากนี้ก็จะมีการจัดทำสรุปงบการเงิน โดยการสรุปในส่วนของการใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่เข้าไปการเก็บมะพร้าว ได้แก่ ค่าสอย ค่าเก็บ ค่าน้ำมันและอื่นๆ” (คุณดุขฎิ โยธารส, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจทางร้านไม่มีการจดทะเบียนกิจการ ด้านเงินทุนในการดำเนินธุรกิจได้มีการใช้เงินทุนส่วนตัวและมีการกู้เงินจากธนาคารบางส่วน เพื่อใช้ในการก่อสร้างอาคารเนื่องจากมีหน่วยงานเข้ามาศึกษาดูงาน จึงต้องมีการจัดทำให้เป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่ออำนวยความสะดวก และในการดำเนินธุรกิจได้มีการจัดทำบัญชีรายวันโดยบันทึกรายรับ รายจ่ายในแต่ละวัน แต่ในส่วนของการจัดทำสรุปงบการเงิน ทางร้านไม่ได้มีการจัดทำ” (คุณกนิษฐา แซ่ลิ้ม, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจทางร้านได้มีการจดทะเบียนนิติบุคคลและจดลิขสิทธิ์ ในส่วนของเงินที่ใช้ลงทุนในการผลิตสินค้าเป็นเงินทุนส่วนตัว และในด้านการจัดทำบัญชีรับจ่ายทางร้านไม่ได้มีการจัดทำ แต่ได้มีการจัดทำสรุปงบการเงิน โดยจัดทำเป็นลักษณะของการสรุปค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าตกแต่ง เช่น หนังสติ๊ก เชือกเทียน และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องขัด สว่าน เลื่อยฉลุลาย เป็นต้น” (คุณสุพจน์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

4. ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง

ในส่วนของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีลักษณะแตกต่างกันตามประเภทธุรกิจดังนี้

1. ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อและไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลัง ด้านการกระจายสินค้าและรูปแบบการขนส่งของผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวแต่ละราย มีความแตกต่างกันคือ ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวบางรายมีรถที่ใช้ในการขนส่งเอง ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรับซื้อรายอื่นๆ ที่มีการจ้างรถเพื่อทำการขนส่ง และในกระบวนการทำงานของผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าวโดยส่วนใหญ่มีแรงงานที่ทำหน้าที่ในการสอย เก็บ ปอกและโยนมะพร้าวประมาณ 2-8 คน อาทิเช่น

“ในการดำเนินธุรกิจ ในส่วนของกระบวนการจัดซื้อและการกำหนดสินค้าคงคลัง ไม่ได้มีการวางแผนในส่วนนี้ ด้านการกระจายสินค้าจะกระจายมะพร้าวให้กลุ่มลูกค้าประจำ ได้แก่ ลูกค้าอำเภอแม่กลองและลูกค้าจังหวัดเพชรบุรี โดยจะทำการขนส่งเองเนื่องจากมีรถสิบล้อและรถปิ๊กอัพเป็นของตัวเอง และในการรับซื้อมะพร้าวมีพนักงานทั้งหมด 4 คน ซึ่งทำหน้าที่ในการสอย ปอก และโยนมะพร้าว และในบางครั้งมีการใช้ลิงขึ้นในการเก็บมะพร้าวเนื่องจากข้อจำกัดของต้นมะพร้าวที่มีความสูงมาก” (คุณสยาม สุขสม, สัมภาษณ์ 11 ตุลาคม 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจ ในส่วนของกระบวนการจัดซื้อและการกำหนดสินค้าคง ไม่ได้มีการวางแผนในส่วนนี้ การกระจายสินค้าให้ลูกค้าจะใช้รูปแบบการขนส่ง โดยการจ้างรถเพื่อดำเนินการขนส่งให้ ซึ่งจะมีรถที่เข้ามาส่งของในเกาะสมุยเป็นผู้ทำหน้าที่ในการขนส่ง โดยคนที่เข้ามาส่งของเป็นผู้ติดต่อมาทางจุดรับซื้อว่ามีมะพร้าวที่ต้องการส่งหรือไม่ ในการรับซื้อมะพร้าวมีพนักงานซึ่งเป็นคนในครอบครัวทำหน้าที่ในการสอยและการเก็บมะพร้าว จำนวน 2 คน” (คุณหิต, สัมภาษณ์ 12 ตุลาคม 2559)

2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว ในดำเนินธุรกิจที่มีลักษณะเหมือนกันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (ขนมกาละแม) ในส่วนของการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบจะทำการซื้อเป็นรอบๆ คือ 1 อาทิตย์จะทำการซื้อ 1 ครั้งหรือบางครั้งมีการซื้อตามความสะดวก ด้านการกำหนดสินค้าคงคลังและการกระจายสินค้าไปแหล่งต่างๆ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลังและไม่มีการกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่างๆ หลักๆ เน้นการขายหน้าร้าน ด้านกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (ขนมกาละแม) ส่วนใหญ่มีการใช้พนักงานในการผลิตประมาณ 3-4 คน และมีเครื่องกวนขนมกาละแมประมาณ 3-5 เครื่อง (กรณีที่ผู้ประกอบการขนมกาละแมที่มีการใช้เครื่องกวน) อาทิเช่น

“ในการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบในส่วนของน้ำกะทิ มีการสั่งซื้อน้ำกะทิวันต่อวัน ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ จะซื้อตามความสะดวกและไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลัง ในปัจจุบันไม่ได้มีการกระจายสินค้าไปแหล่งๆ และในกระบวนการผลิตเกี่ยวกับขั้นตอนการกวนขนมกาละแมจะใช้พนักงาน 1 คนต่อการกวนขนมกาละแม 2 กะทะ” (คุณพิชญา แก้วกล้า, สัมภาษณ์ 21 ตุลาคม 2559)

“ในการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบในส่วนของน้ำตาลมะพร้าว มีการสั่งซื้อมาจากที่อื่นซึ่งจะมีพ่อค้าในเกาะสมุยเป็นผู้ไปรับซื้อ แล้วมากระจายให้กับผู้ที่สั่งทั่วเกาะสมุย ส่วนข้าวเหนียวดำจะซื้อมาจากอำเภอขนอมและเขาอินทร์ และไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลัง ในปัจจุบันไม่ได้มีการกระจายสินค้าไปแหล่งอื่น และในกระบวนการผลิตเกี่ยวกับการกวนขนมกาละแม ใช้คนกวนกาละแมทั้งหมด 4 คนและมีการใช้เครื่องกวนในบางขั้นตอน” (คุณยิณดี ช่างโชติ, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2559)

3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ไม้มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบ แต่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ทำไม้กวาดก้านมะพร้าว มีการจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นก้านมะพร้าวและไม้ไผ่ ซึ่งใช้ในการทำด้ามไม้กวาด การกำหนดสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีวิธีการหรือขั้นตอนในการกำหนดสินค้าคงคลัง ด้านการกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่างๆ ส่วนใหญ่จะเน้นการจำหน่ายที่หน้าบ้านเป็นหลัก ไม่มีการกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่างๆ และไม่มีการขนส่ง เนื่องจากลูกค้าจะเข้ามาซื้อด้วยตนเอง และในกระบวนการผลิตที่มีการใช้แรงงาน กรณีของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าวบางส่วนมีแรงงานประมาณ 4-6 คน มีเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตได้แก่ เครื่องเกลาไม้ เครื่องตัดไม้ เครื่องกลึงไม้ เลื่อยฉลุ เป็นต้น อาทิเช่น

“ในการดำเนินธุรกิจมีกระบวนการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นก้านมะพร้าว คือ มีการรับซื้อจากชาวบ้านในเกาะสมุยที่มีการเหลาก้านมะพร้าวขาย โดยรับซื้อกิโลกรัมละ 20 บาท และในส่วนวัตถุดิบอื่นๆ เช่น ไม้ไผ่ที่ใช้ในการทำด้ามจับจะสั่งซื้อจากเจ้าประจำในเกาะสมุย การกำหนดสินค้าคงคลังไม่มีวิธีการหรือขั้นตอนในการกำหนดสินค้าคงคลัง และไม่มีการกระจายสินค้าไปที่อื่น ส่วนใหญ่จะเน้นการจำหน่ายที่หน้าบ้านเป็นหลัก และไม่ได้ทำการขนส่งเพราะลูกค้าจะมาซื้อด้วยตนเองและในด้านกระบวนการผลิตไม่มีแรงงาน เนื่องจากเน้นการทำเองเพียงคนเดียวและอุปกรณ์ที่ใช้ได้แก่ คีมตัดเหล็ก มีด ตั้วรื้อท่อพีวีซี เป็นต้น” (คุณปกรณ์ สุพันธุ์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ได้มีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบและไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลัง ส่วนด้านการกระจายสินค้าไปยังแหล่งต่างๆ ไม่มีการกระจายสินค้า ส่วนใหญ่จะเน้นการจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลักและไม่ได้ทำการขนส่ง และในส่วนของกระบวนการผลิตมีแรงงานประมาณ 4-5 คน และเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ได้แก่ เครื่องเจาะรู เครื่องตัดไม้ เครื่องกลึงไม้ เป็นต้น” (คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม, สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2559)

4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าวบางส่วน มีวางแผนการวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ในการกำหนดสินค้าคงคลังมีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่มีการกำหนดสินค้าคงคลังคือ ในการผลิตน้ำมันมะพร้าวจะผลิตประมาณ 5-10 ลิตร เมื่อขายหมดก็มีการผลิตใหม่ ด้านการกระจายสินค้าและรูปแบบการขนส่งของผู้ประกอบการมี 2 รูปแบบดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสปา ธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทในเกาะสมุย ผู้ประกอบการมีบริการจัดส่งให้ และ 2) กรณีการวางขายที่ร้านสะดวกซื้อในเกาะสมุย ผู้ประกอบการจะทำการตรวจนับสินค้าและเติมสินค้าให้ และกระบวนการผลิตผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการใช้แรงงานในการผลิต เน้นการผลิตเองเป็นหลักและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในครัวเรือน แต่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวมีแรงงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตประมาณ 4-5 คน และมีเครื่องจักรที่ใช้ เช่น เครื่องบีบน้ำกะทิ หม้อหมัก เครื่องตรวจสอบอุณหภูมิ อาทิเช่น

“การวางแผนการจัดซื้อมะพร้าวที่นำมาใช้ในการผลิตจะมีการรับซื้อจากชาวบ้านทั่วไปที่เก็บมะพร้าวหล่นขาย ในการกำหนดสินค้าคงคลังจะการทำกานผลิตน้ำมันมะพร้าวประมาณ 5-10 ลิตร เมื่อขายสินค้าหมดก็จะมีผลิตขึ้นใหม่ เพราะหากผลิตตั้งไว้ในปริมาณมากจะทำให้ น้ำมันมะพร้าวไม่ได้คุณภาพ เนื่องจากอายุการเก็บจะอยู่ได้ประมาณ 2 ปี ในกระบวนการผลิตไม่มีการใช้แรงงานในการผลิต เนื่องจากจะทำเองเป็นหลักและจะมีสมาชิกในครอบครัวช่วยบางขั้นตอนและไม่มีการใช้เครื่องจักร” (คุณเบญญาภา ภัคบุญเจริญ, สัมภาษณ์ 11 พฤศจิกายน 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจไม่ได้มีการวางแผนการจัดซื้อมะพร้าวที่นำมาใช้ในการผลิตและไม่ได้มีการกำหนดสินค้าคงคลัง ด้านการกระจายสินค้าและรูปแบบการขนส่งในกรณีของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทในเกาะสมุย ที่มีสิ่งซื้อผลิตภัณฑ์จะทำการจัดส่งให้ และในกระบวนการผลิตมีแรงงานประมาณ 4-5 คน และมีเครื่องจักรที่ใช้ เช่น เครื่องบีบน้ำกะทิ หม้อหมัก เครื่องตรวจสอบอุณหภูมิ” (คุณณัฐพล ศรลัมพ์, สัมภาษณ์ 11 พฤศจิกายน 2559)

5. ธุรกิจร้านอาหาร ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้มีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ ซึ่งมีความที่แตกต่างตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละราย อาทิเช่น

“ในการจัดซื้อวัตถุดิบจะซื้อวันต่อวัน โดยเนื้อไก่ซื้อจากเจ้าประจำในตลาดสด ปริมาณการซื้อ 3 กิโลกรัมต่อวัน ส่วนไข่ไก่และต้นไก่ซื้อจากบริษัทเบทาโกร ในเกาะสมุย เส้นขนมจีนมีการสั่งซื้อจากเจ้าประจำใน ม.2 ต.แม่น้ำ ส่วนน้ำกะทิจะมีการสั่งซื้อจากตลาดสดวันต่อวัน ซึ่งจะมีแม่ค้าทำการจัดส่งถึงให้” (คุณไมตรี พรหมรักษ์, สัมภาษณ์ 23 ตุลาคม 2559)

“ในการจัดซื้อวัตถุดิบการสั่งซื้อเนื้อต่างๆ เช่น เนื้อไก่ ขาหมู ปู มีการสั่งซื้อวันต่อวันและนำมาเก็บไว้ในตู้แช่ ผักซื้อวันต่อวันจากตลาดสดซึ่งซื้อจากแม่ค้าเจ้าประจำที่มีการดำเนินการจัดส่งให้และน้ำกะทิจะมีการสั่งซื้อวันต่อวันจากเจ้าประจำและดำเนินการจัดส่งให้” (คุณสิรินาถ ชูคง, สัมภาษณ์ 23 ตุลาคม 2559)

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์

ในการบริหารกิจการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยส่วนใหญ่ไม่มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ไม่มีการอบรมหรือสอนงานให้แก่พนักงาน และไม่มีการส่งพนักงานไปอบรมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในส่วนของการจ่ายค่าตอบแทนและการให้สวัสดิการแก่พนักงานของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย แต่ละรายจะมีความแตกต่างกันตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น

“ในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีกระบวนการหรือเกณฑ์การสรรหาพนักงานที่ชัดเจน และไม่มีการสอนงานหรือส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในส่วนของการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานซึ่งมีทั้งหมด 8 คน จะจ่ายตามภาระหน้าที่การทำงานและตามจำนวนของมะพร้าว ซึ่งในการสอยราคาค่าจ้างคนที่ทำหน้าที่สอยมะพร้าวจะได้ลูกละ 3 บาท ซึ่งจะจ่ายเดือนละครั้ง คนที่ทำหน้าที่ปอกจะได้ลูกละ 50 สตางค์ ซึ่งทุกๆ 15 วัน คนที่ทำการขนส่งจะคิดเป็นร้อยละ 15 บาทของลูกมะพร้าว ทางด้านสวัสดิการที่มีให้แก่พนักงานคือ มีบ้านให้อยู่” (คุณสมพร แสนจิ๋ว, สัมภาษณ์ 11 ตุลาคม 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีกระบวนการหรือเกณฑ์การสรรหาพนักงานและไม่มีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่มีการสอนงานที่ชัดเจนแต่จะเป็นลักษณะของการทำงานแบบพี่สอนน้อง โดยต่างคนต่างช่วยกันสอน ช่วยกันแนะนำ เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคนต่างกัน ในการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานจะจ่ายเป็นรายเดือน ซึ่งเงินที่จ่ายจะคิดตามขนาดของชิ้นงานแต่ละชิ้น ความยากง่าย รูปแบบของชิ้นงาน และมีสวัสดิการให้พนักงาน คือ มีบ้านพักให้อยู่อาศัยโดยไม่ต้องจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ และสามารถเลือกหยุดงานได้ตามความสะดวก” (คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม, สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2559)

“ในการดำเนินธุรกิจ เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกพนักงาน มีการพิจารณาจากความรู้ความรับผิดชอบงานและความซื่อสัตย์ ซึ่งจะไม่มีการสอนงานหรือส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานจะพิจารณาจากอายุการทำงาน ดังนี้ 1) พนักงานใหม่จะได้รับเงิน

10,000-12,000 บาทต่อเดือน 2) พนักงานที่ทำงานเกิน 6 เดือนจะได้รับเงิน 12,500-13,000 บาทต่อเดือน และสวัสดิการที่มีให้แก่พนักงาน มีดังนี้ 1) มีบ้านพักให้อยู่อาศัย แต่ในกรณีที่พนักงานมีความต้องการที่จะอยู่บ้านของตนเอง ก็จะมีการให้เงินเพิ่มเป็นส่วนหนึ่งของค่าเช่า 2) มียูนิฟอร์มให้ และ 3) มีวันหยุดให้ 4 วันซึ่งจะหยุดทุกๆ วันพุธของเดือน” (คุณสิรินาถ ชูคง, สัมภาษณ์ 23 ตุลาคม 2559)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในทัศนะมุมมองและความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ส่วนใหญ่ไม่ทราบความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และในการดำเนินงานที่ผ่านมาธุรกิจไม่ได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการบางส่วนที่มีความเข้าใจและให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะเดียวกัน คือ การสร้างกิจกรรม การดึงเอาความเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในอดีตมาถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้เห็นและมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมและในการดำเนินงานของผู้ประกอบการบางส่วนได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในลักษณะของการให้นักท่องเที่ยวเข้าชมขั้นตอนการผลิตสินค้าและให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการผลิตบางขั้นตอน อาทิเช่น

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตชาวบ้าน และในการดำเนินงานของที่ผ่านมาธุรกิจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการผลิตขั้นตอนการผลิตและการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมลงมือทำในบางขั้นตอนที่ไม่เป็นอันตราย เช่น การลงสี การขัด เป็นต้น” (คุณฉวีล อินทร์ตรา, สัมภาษณ์ 4 พฤศจิกายน 2559)

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นผลการวิจัยในส่วนของผู้ประกอบการประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย โดยข้อมูลการสัมภาษณ์แยกตามกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว ข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ (1) ส่วนของความพร้อมรูปแบบกิจกรรม ได้แก่ การนำเสนอกิจกรรมหรือสินค้าและบริการนอกเหนือจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ความพร้อมในการสร้างที่พักอาศัยในรูปแบบโฮมสเตย์ในสวนมะพร้าว (2) ส่วนของความพร้อมรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่มีชื่อเสียงและสื่อถึงการท่องเที่ยว การนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ (1) ส่วนของความพร้อมรูปแบบกิจกรรม ได้แก่ การสื่อสารของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าว สินค้า/กิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับมะพร้าวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (2) ส่วนของความพร้อมรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว การนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวไปเกี่ยวข้องกับการกิจกรรมการท่องเที่ยว กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ/การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่สื่อถึงความเอกลักษณ์ของเกาะสมุย และการพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือความต้องการในการเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่

ผลการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีดังนี้

4.2.1 ความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของเจ้าของสวนมะพร้าวในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย มีดังนี้

ในการดำเนินธุรกิจของเจ้าของสวนมะพร้าว ส่วนใหญ่ทางสวนมะพร้าวไม่ได้มีการจัดกิจกรรมหรือนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว แต่จะมีบางสวนที่มีการดำเนินธุรกิจที่เป็นจุดรับซื้อควบคู่ด้วยก็จะมีกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และสำหรับความพร้อมของการจัดสวนมะพร้าวให้เป็นที่พักอาศัยในรูปแบบโฮมสเตย์ เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมและในการดำเนินการมีแนวโน้มที่ทำได้ยากเนื่องด้วยข้อจำกัดหลายๆ ด้าน อาทิเช่น

“การทำสวนมะพร้าวในปัจจุบันเป็นการปลูกเพื่อจำหน่าย โดยไม่ได้มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม จึงยังไม่มีกิจกรรมอะไรนอกเหนือจากการขายผลมะพร้าว แต่ในอนาคตอาจมีการอาศัยความร่วมมือจากชาวบ้านที่มีสวนมะพร้าวอยู่บริเวณฝายกักเก็บน้ำของตำบลแม่น้ำ เข้าทำโครงการล่องเรือชมสวนซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าหากในฝายมีน้ำเพียงพอต่อการที่จะนำเรือมาพายให้นักท่องเที่ยวชมสวนของชาวบ้านจะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในเกาะสมุย และทางด้านความพร้อมของการจัดสวนมะพร้าวให้เป็นโฮมสเตย์ค่อนข้างเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการสร้างโฮมสเตย์มีความจำเป็นที่จะต้องโค่นต้นมะพร้าว ซึ่งเป็นการทำลายมะพร้าวในเบื้องต้น และการสร้างบ้านพักภายในสวนมีความอันตราย เนื่องจากผลมะพร้าวหรือต้นมะพร้าวอาจล้มลงทำให้เกิดอันตรายได้ซึ่งมีความเสี่ยงสูง” (คุณชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย มีดังนี้

ในการดำเนินธุรกิจของเจ้าของสวนมะพร้าว โดยส่วนใหญ่สินค้าหลัก คือ มะพร้าวผลสด ซึ่งไม่มีการแปรรูปเป็นสินค้าใดๆ เนื่องจากมีการส่งขายผลสดทั้งหมด ด้านสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวซึ่งเป็นนิยามของนักท่องเที่ยวและสื่อถึงการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย คือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับน้ำมันมะพร้าว และในการนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เจ้าของสวนมะพร้าวไม่ได้จัดให้มีการร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวน เนื่องด้วยข้อจำกัดในการบริหารจัดการสวนมะพร้าวและด้านความปลอดภัย อาทิเช่น

“การดำเนินการของสวนมะพร้าว เป็นลักษณะการขายมะพร้าวเฉพาะผลสดเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการแปรรูปเป็นสินค้าอื่นๆ เช่น มะพร้าวแห้ง น้ำมันมะพร้าว ต้องใช้เวลานาน ซึ่งจะส่งต่อรายได้ที่อาจไม่เพียงพอต่อการยังชีพ การขายผลสดจึงเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด อีกทั้งได้มีการมอบสิทธิ์การดูแลสวนให้ลูกหลาน จึงส่งผลให้การบริหารจัดการมีความเปลี่ยนแปลง และในปัจจุบันสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่มีชื่อเสียง คือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับน้ำมันมะพร้าว และในการนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว ทางสวนมะพร้าวไม่ได้จัดให้มีการร่วมทำกิจกรรม เนื่องจากการทำสวนมะพร้าวเป็นวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย นานครั้งจึงจะมีการเข้าไปบำรุงดูแลสวนหรือเข้าไปเมื่อมีการซื้อมะพร้าว แต่หากมีคนสนใจหรือต้องการชมก็สามารถให้ชมได้” (คุณสมบุญรณ์ สมบุญ, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

4.2.2 ความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย มีดังนี้

การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ส่วนใหญ่ไม่ได้การนำเสนอกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว แต่มีผู้ประกอบการบางส่วนมีการนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวไปเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว เช่น การชมขั้นตอนการผลิตสินค้าและมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้า แต่ในส่วนของกิจกรรมอื่นๆ นอกจากสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการนำเสนอ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านบุคลากร ด้านพื้นที่และข้อจำกัดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่ในขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่มีการนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวนอกเหนือสินค้าของธุรกิจที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ทางด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ไม่มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบในด้านนี้ และด้านสินค้าหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการบางส่วนสามารถให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมนั้นได้ อาทิเช่น

“ในดำเนินธุรกิจมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว นอกเหนือสินค้าของธุรกิจ คือ กิจกรรมการโหวลิ่งขึ้นมะพร้าวให้นักท่องเที่ยวได้รับชม ซึ่งสวนมะพร้าวที่ใช้ในการโหวลิ่งจะใช้พื้นที่สวนมะพร้าวของคนในครอบครัว และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การชุดมะพร้าว การคั้นน้ำกะทิ เป็นต้น และมีพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าวที่ได้จัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องมะพร้าว” (คุณณัฐพล ศรีลัมพ์, สัมภาษณ์ 11 พฤศจิกายน 2559)

“ในการทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวจะสื่อถึงการท่องเที่ยวของเกาะสมุยอย่างชัดเจน เนื่องจากสินค้าที่ทำจะเน้นมะพร้าวเป็นหลัก มีการนำวัตถุดิบในพื้นที่เกาะสมุยมาใช้และผลิตในพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว คือ การให้นักท่องเที่ยวได้ชมขั้นตอนการผลิต สามารถเข้ามาเรียนรู้และทดลองทำได้” (คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม, สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2559)

“การดำเนินธุรกิจไม่มีการนำเสนอกิจกรรมหรือบริการอื่น แต่จะมีรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลัก คือ การเผามะพร้าว ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ผ่านมาจะเข้ามาชมวิธีการเผามะพร้าวและดื่มน้ำมะพร้าวสด ซึ่งสามารถนำไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้และยังสื่อให้เห็นวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยที่มีความสัมพันธ์กับมะพร้าว” (คุณอุทิศ ศรีคง, สัมภาษณ์ 13 ตุลาคม 2559)

“กิจกรรมการท่องเที่ยวของโรงแรมเป็นลักษณะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีตัวแทนจากบริษัททัวร์ต่างๆ เข้ามาทำสัญญากับทางโรงแรม ซึ่งการจัดทัวร์จะมีกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ได้เน้นเฉพาะเรื่องมะพร้าวเป็นหลัก เช่น ปีนเขา ซาฟารี การพาไปดูวิถีชีวิตของคนในชุมชน การไปเดินตลาดและกิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีไทยคือ การนิมนต์พระมาตักบาตร โดยจะทำการเชิญลูกค้าที่เข้าพักกับทางโรงแรมร่วมกิจกรรมการตักบาตร แต่หากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับมะพร้าวที่มีกิจกรรมในแต่ละเส้นทางหรือแต่ละสัปดาห์ คือ การพานักท่องเที่ยวไปดูวิธีการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและพานักท่องเที่ยวไปดูลิ้งขึ้นมะพร้าว”

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย มีดังนี้

การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในส่วนของการความพร้อมรูปแบบผลิตภัณฑ์ด้านสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการแต่ละรายมีความแตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ด้านการนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้มีการนำสินค้าหรือบริการไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ/การใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิตที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุย มีผู้ประกอบการบางส่วนที่มีการนำวัสดุที่ใช้ในการผลิตซึ่งสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุย และการพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือความต้องการในการเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ มีผู้ประกอบการบางส่วนมีความต้องการที่จะพัฒนาสินค้าซึ่งประกอบด้วย 2 ด้านดังนี้ 1) การพัฒนาด้านการยืดอายุการเก็บรักษาของสินค้า 2) การพัฒนาสินค้านำรูปแบบใหม่ โดยใช้มะพร้าวเป็นส่วนประกอบหลัก อาทิเช่น

“สินค้าของธุรกิจคือ กะละแม มะพร้าวแก้วและท็อปปี้ ซึ่งส่วนผสมหลักคือ มะพร้าวและน้ำกะทิ และในอนาคตทางธุรกิจมีการวางแผนในการพัฒนาสินค้าเกี่ยวกับอายุการเก็บรักษาของสินค้าให้มีระยะเวลาที่นานขึ้น” (คุณพิชญา แก้วกล้า, สัมภาษณ์ 21 ตุลาคม 2559)

“สินค้าของธุรกิจคือ ข้าวหุงด้วยน้ำกะทิ ขนมตะโก้ ขนมหัวล้าน (ที่ใช้มะพร้าวทึนทึกเป็นไส้) ขนมทองม้วน ไข่เจียวมะพร้าว ซึ่งส่วนผสมหลักคือ มะพร้าวและน้ำกะทิ และในอนาคตทางร้านมีการพัฒนาและเปิดตัวสินค้าใหม่ คือ การทำขนมกรวย (ที่มีลักษณะคล้ายกรวยไอศกรีม) ซึ่งด้านในกรวยจะมีการใส่ไส้มะพร้าวคั่ว ใส่ลูกเกด ใส่อัลมอลและไส้อื่นๆ และการทำขนมถ้วยฟู โดยเน้นการใช้กะทิและน้ำตาลโตนด จะไม่มีการใช้ผงฟู” (คุณกนิษฐา แซ่ลิ้ม, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2559)

“ในดำเนินธุรกิจมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวคือ ในขั้นตอนการผลิตไม้กวาดก้านมะพร้าวได้มีการนำวัสดุที่ใช้ในขั้นตอนการผลิตซึ่งสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยคือ ก้านมะพร้าว โดยก้านมะพร้าวที่ใช้มีการนำมาจากในพื้นที่เกาะสมุยและผลิตในเกาะสมุย” (คุณปกรณ์ สุพันธ์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2559)

“ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวมีดังนี้ กล่องใส่ของที่ระลึก ภาชนะใส่ไอศกรีมที่เป็นถ้วยและช้อนตัก แจกัน โคมไฟจากกะลามะพร้าวที่ใช้ตกแต่งในห้องพัก ลูกมะพร้าวที่แกะเป็นรูปสิ่งของให้กับลูกค้าและตกแต่งในห้องพัก ไม้กวาดก้านมะพร้าว ในแผนกอาหารและเครื่องดื่มหรืองานเทศกาลต่างๆ มีการใช้แยมมะพร้าว ไอศกรีมมะพร้าว มีการจัดตกแต่งด้วยใบมะพร้าว จันทน์ของมะพร้าว ส่วนน้ำกะทินำมาใช้ในการทำอาหารคาว หวานต่างๆ เปลือกมะพร้าวนำมาทำที่กันดินบริเวณโคนต้นไม้และทำปุ๋ยหมัก”

4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสรุปผลการวิจัยในส่วนของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผลการวิจัยในส่วนของความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำมาวิเคราะห์และสรุปผล โดยสามารถกำหนดออกเป็นหลักสูตรการอบรม ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ (เวลาที่ใช้ในการอบรม 3 ชั่วโมง)

เวลาที่ใช้อบรม	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
2 ชั่วโมง	การบริหารจัดการ	- การประกอบการเชิงสังคม หลักธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - หลักการและกระบวนการสร้างรูปแบบธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - รูปแบบการดำเนินงานและประสบการณ์การประกอบการธุรกิจบริการที่พัก อาทิ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก (Boutique Hotel) ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก อาทิ ธุรกิจของที่ระลึกชุมชนตามอัตลักษณ์เมืองหรือชุมชน (Identity City Souvenir) และธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ อาทิ หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP Tourism Village) ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) - การวางแผนและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต - กฎหมายธุรกิจและการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา
1 ชั่วโมง	Workshop	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ

2. ด้านบัญชีและการเงิน (เวลาที่ใช้ในการอบรม 4 ชั่วโมง)

เวลาที่ใช้อบรม	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
1 ชั่วโมง	ความรู้ด้านทฤษฎีทางบัญชี	- หลักและวิธีการบันทึกบัญชี - การลงบัญชีรายรับและรายจ่าย - การจัดท่างบการเงินอย่างง่าย
1 ชั่วโมง	Workshop การจัดทำบัญชีและงบการเงิน	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ
1 ชั่วโมง	การวางแผนทางการเงิน	- การวางแผนทางการเงินของธุรกิจ - การวิเคราะห์งบการเงิน - การวางแผนจัดหาเงินทุนระยะสั้น
1 ชั่วโมง	Workshop การวางแผนทางการเงิน	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ

**** หมายเหตุ.....แยกตามกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้สอดคล้องกับระบบบัญชี**

3. ด้านการตลาด (เวลาที่ใช้ในการอบรม 6 ชั่วโมง)

เวลาที่ใช้อบรม	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
1 ชั่วโมง	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด	- การบริหารจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่ - การส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการตลาดทางตรง - พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	Workshop	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ
1 ชั่วโมง	การนำเสนอพร้อมร่วมอภิปราย	
1 ชั่วโมง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์	- ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ ประเภท ประโยชน์ บรรจุภัณฑ์ - รูปแบบบรรจุภัณฑ์ - การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด - การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ - นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ของเหลว ประเภทเครื่องสำอาง เป็นต้น
1 ชั่วโมง	Workshop	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ
1 ชั่วโมง	การนำเสนอพร้อมร่วมอภิปราย	

4. ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง (เวลาที่ใช้ในการอบรม 3 ชั่วโมง)

เวลาที่ใช้อบรม	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
2 ชั่วโมง	การวางแผนการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง	- การวางแผนการผลิต - การวางแผนการจัดซื้อ ระบบการจัดซื้อ - การบริหารสินค้าคงคลัง
1 ชั่วโมง	Workshop	กรณีศึกษาและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจ

จากการสรุปข้อมูลของกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยในการเชื่อมโยงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถกำหนดเป็นรูปแบบการอบรม ได้ดังนี้

1. ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เวลาที่ใช้ในการอบรม 4 ชั่วโมง)

เวลาที่ใช้อบรม	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
2 ชั่วโมง	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ - ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - แนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน - พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในตลาดโลก ภูมิภาคอาเซียนและประเทศไทย - การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อให้เชื่อมโยงมะพร้าวสมุย - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	กิจกรรมกลุ่มย่อย	กิจกรรมกลุ่มย่อยในส่วนของกรอบแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มร่วมกันออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ เพื่อนำรูปแบบกิจกรรมมาเชื่อมโยงกับการจัดเส้นทางเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	การนำเสนอพร้อมร่วมอภิปราย	ผู้เข้าร่วมอบรมนำเสนอ

จากการรายงานผลการวิจัยในรอบ 6 เดือน ผู้ทรงคุณวุฒิได้มีการเสนอแนะเพิ่มเติมโดยให้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยในกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าวและกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย เพื่อระดมความคิดเห็นในส่วนของปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ในการพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะ เพื่อนำผลที่ได้จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยมาขึ้นนัยผลกับการสัมมนาเชิงลึกอีกครั้ง

ในการจัดประชุมกลุ่มย่อยของเจ้าของสวนมะพร้าวและกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) เจ้าของสวนมะพร้าว 2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว 3) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว และ 4) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว

ผลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยสามารถสรุปได้เป็น 2 ประเด็นคือ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาและเพิ่มทักษะของผู้ประกอบการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) เจ้าของสวนมะพร้าว

ด้านปัญหา

การหาหน่วยงานหรือองค์กรในการสร้างกระแสหรือสร้างสื่อต่างๆ เกี่ยวกับสวนมะพร้าวเพื่อให้นักท่องเที่ยวและบุคคลภายนอกเกิดการรับรู้ และในการจัดทำโครงการสวนมะพร้าวต้นแบบยังประสบกับ

ปัญหาการสร้างแรงจูงใจ โดยการทำให้เจ้าของสวนมะพร้าวหรือคนในชุมชนมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรม และเกิดการมีรายได้จากการมีส่วนร่วม และในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่ละเลยไม่ให้ความสนใจแก่เจ้าของสวนมะพร้าว เช่น การพานักท่องเที่ยวไปดูโชว์ลิงขึ้นมะพร้าวแต่ไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับเจ้าของสวนมะพร้าว

ด้านความต้องการ

โครงการสวนมะพร้าวต้นแบบควรจัดเป็นแบบเกษตรอินทรีย์และมีการปลูกพืชแซม เช่น การปลูกพืชล้มลุก ได้แก่ ถั่วพู แตงกวา ซึ่งเป็นการทำให้เจ้าของสวนมะพร้าวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการรอผลผลิตจากมะพร้าวและนอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะภาครัฐจะต้องให้การดูแลและสนับสนุนเจ้าของสวนมะพร้าว รวมถึงวิธีการกำจัดศัตรูพืชอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการนำเสนอแพ็คเกจทัวร์ของทางโรงแรม/บริษัททัวร์ นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการนำเอาคนในชุมชนซึ่งเป็นทั้งเจ้าของสวนมะพร้าว ชาวบ้านและกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยเข้าไปเชื่อมโยงกับกิจกรรมหรือเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในเส้นทางการท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยหรือเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อเป็นการก่อให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชนโดยชุมชนเป็นเจ้าของและสามารถบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวได้

2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว

ด้านปัญหา

ด้านการตลาด ซึ่งเป็นปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยจะต้องการมีสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อการขยายตลาดไปสู่พื้นที่นอกเกาะสมุยหรือมีการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายกลุ่มมากขึ้น และทางด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ก็มีความจำเป็นต่อการจัดจำหน่าย

ด้านความต้องการ

ความต้องการในด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การหาความเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ น้ำมันมะพร้าวของเกาะสมุย วิธีการในการผลิตน้ำมันมะพร้าวให้มีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากที่อื่น โดยสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของเกาะสมุยหรือของแต่ละพื้นที่ในเกาะสมุยที่มีการผลิตน้ำมันมะพร้าว ซึ่งถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เช่น การเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มาจากงาน handmade

3) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว

ด้านปัญหา

ปัญหาเกี่ยวกับอายุในการเก็บรักษาและผิวสัมผัสของขนมกาละแม

ด้านความต้องการ

ความต้องการในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นและบรรจุภัณฑ์ในการยืดอายุขนมกาละแม ความต้องการในการพัฒนาและเพิ่มทักษะวิธีการในการยืดอายุของขนมกาละแมให้มีอายุการเก็บรักษานานขึ้น โดยยังคงสภาพเดิมของขนมไว้ คือ นุ่มและไม่มีการกลั่นเหล้ารวมไปถึงการพัฒนาและเพิ่มทักษะเกี่ยวกับการผสมแป้งของขนมกาละแมและการทำให้เนื้อขนมมีความยืดหยุ่นและนุ่ม

และความต้องการด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีการขยายเพิ่มมากขึ้นทั้งในพื้นที่เกาะสมุยและนอกพื้นที่

4) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว

ด้านปัญหา

ไม่มี

ด้านความต้องการ

ความต้องการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้กวาดก้านมะพร้าวให้ได้คุณภาพ มีความแข็งแรง และทนทานมากขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับการใส่ผลิตภัณฑ์ โดยทำเป็นแบบลักษณะถุงผ้าและมีการสกรีนบนถุงผ้าซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นเกาะสมุย และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลอื่นๆ ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในแต่ละจุดสามารถสร้างรายได้ให้แต่ละจุดมากยิ่งขึ้น ซึ่งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อาจจะประชาสัมพันธ์โดยการทำเป็นแผนที่เฉพาะโดยระบุแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดสำคัญๆ ในเกาะสมุย

จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยของเจ้าของสวนมะพร้าว และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยทั้ง 4 กลุ่ม ได้มาซึ่งข้อมูลด้านปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงได้มีการนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และสรุปผลโดยผลที่ได้ออกมาเป็นหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจน โดยหลักสูตรการอบรมได้จัดแบ่งตามกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมด 6 กลุ่มดังต่อไปนี้

1. เจ้าของสวนมะพร้าว หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) การจัดการสวนมะพร้าวต้นแบบ

2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด มี 2 ด้าน ดังนี้ (1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 3) การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด มี 2 ด้าน ดังนี้ (1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 3) การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด มี 2 ด้าน ดังนี้ (1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

5. ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) การออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยว

6. มัคคุเทศก์นำเที่ยว หลักสูตรการอบรมประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2) รายละเอียดของรูปแบบและกิจกรรม และการเชื่อมโยงเกี่ยวกับเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสรุปข้อมูลจากการอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปแล้วนั้น เพื่อให้แนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำคู่มือ การพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งรายละเอียดของเล่มคู่มือประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ

ส่วนที่ 2 หลักสูตรการอบรม

ส่วนที่ 3 เนื้อหาหลักสูตร

ส่วนที่ 4 การประเมินผลการอบรมและการติดตามผล

จากเนื้อหาในเล่มคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งหมด 4 ส่วนนั้น สามารถนำไปใช้ได้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่ยังไม่ได้เข้าร่วมอบรมและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นการอบรมกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัย การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามประเด็นของวัตถุประสงค์โครงการวิจัย ได้ดังนี้

5.1 การสรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

5.1.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นการสรุปผลการวิจัยในส่วนของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยมีผลการสรุปดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

1. **ด้านการบริหารจัดการ** การบริหารจัดการสวนมะพร้าวนั้นส่วนใหญ่เป็นแบบธุรกิจครอบครัว โดยเจ้าของจะเป็นผู้ดูแลเองเพียงคนเดียว ในส่วนของการเก็บเกี่ยวผลผลิต จะมีกลุ่มที่รับจ้างมาทำการเก็บเกี่ยวและส่งไปยังจุดรับซื้อโดยตรงเอง สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่มีผลต่อจำนวนผลผลิตและมีผลต่อศัตรูพืชที่เพิ่มมากขึ้น และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคามะพร้าวผลสดที่ทำให้ราคาเปลี่ยนแปลง

2. **ด้านการตลาด** กลุ่มลูกค้าของสวนมะพร้าว คือ ธุรกิจรับซื้อมะพร้าวผลสด มะพร้าวของเกาะสมุยมีจุดเด่นคือ มีความมันและเข้มข้น จึงเป็นความแตกต่างของมะพร้าวเกาะสมุยกับมะพร้าวที่อื่นๆ ในการกำหนดราคาซื้อมะพร้าวผลสดนั้น พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนดเอง และพ่อค้าคนกลางที่เป็นธุรกิจรับซื้อมะพร้าวผลสดนั้น จะเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังตลาดปลายทาง

3. **ด้านบัญชีและการเงิน** เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่มีการจดทะเบียนการค้าใดๆ เงินลงทุนเป็นเงินทุนส่วนตัว ซึ่งบางส่วนมีการจัดทำบัญชีรายรับจ่ายอย่างง่าย และไม่มีการจัดทำงบการเงินใดๆ

4. **ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง** เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบ (ปุ๋ย) ในการผลิตเลย โดยปล่อยให้การเจริญเติบโตของต้นมะพร้าวเป็นไปตามธรรมชาติ เนื่องจากสภาพดินในเกาะสมุยมีความอุดมสมบูรณ์ของแร่ธาตุ ส่วนมะพร้าวผลสดเมื่อเก็บเกี่ยวได้แล้วจะขายให้กับ

จุดรับซื้อในคราวเดียวกัน จะไม่มีการเก็บสต็อกไว้ โดยขายมะพร้าวผลสดให้กับกลุ่มคนกลางที่เป็นธุรกิจรับซื้อทางรถบรรทุก

5. **ด้านทรัพยากรมนุษย์** เจ้าของมะพร้าวทั้งหมดไม่มีลูกจ้างของตนเอง เพราะด้านแรงงานของสวนมะพร้าวนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเก็บเกี่ยว หรือถากหญ้า หรือการขนส่ง จะมีกลุ่มรับจ้างดำเนินการดังกล่าว ซึ่งเจ้าของสวนไม่จำเป็นต้องมีลูกจ้าง ซึ่งในการจ่ายค่าตอบแทนของกลุ่มรับจ้างต่างๆ นั้นมีอัตราค่าจ้างที่แน่นอนชัดเจน

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย

1. **ด้านการบริหารจัดการ** ในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบธุรกิจครอบครัว โดยเจ้าของจะเป็นผู้ดูแลเองเพียงคนเดียว สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจคือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง

2. **ด้านการตลาด** กลุ่มลูกค้าของธุรกิจส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จุดเด่นของธุรกิจที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ คุณภาพและความโดดเด่นของสินค้าหรือบริการ และการบริการที่ประทับใจ ในการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการนั้นธุรกิจส่วนใหญ่จะกำหนดจากคุณภาพ รูปแบบและลักษณะของสินค้าหรือบริการ และเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเองและมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หน้าร้าน ซึ่งยังไม่มีมีการวางแผนในค่าใช้จ่ายการในการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจน

3. **ด้านบัญชีและการเงิน** ธุรกิจส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนการค้า ด้านเงินลงทุนที่นำมาใช้ดำเนินธุรกิจเป็นเงินทุนส่วนตัว ซึ่งบางส่วนมีการจัดทำบัญชีรายรับจ่ายอย่างง่าย และไม่มีการจัดทำงบการเงินใดๆ

4. **ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง** ธุรกิจส่วนใหญ่มีการจัดซื้อวัตถุดิบเตรียมไว้สำหรับการผลิต แต่ไม่ได้มีการกำหนดหรือวางแผนในการกำหนดสินค้าคงคลัง กระบวนการจัดซื้อจะจัดซื้อตามความสะดวก เมื่อวัตถุดิบใกล้หมดจึงจะดำเนินการซื้อ โดยจะซื้อกับกลุ่มผู้จัดหาวัตถุดิบกลุ่มเดิมๆ ที่เคยซื้อเนื่องจากจะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบเป็นหลัก ในส่วนของการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กระจายเองโดยใช้หน้าร้านเป็นแหล่งกระจายสินค้า ซึ่งในกระบวนการผลิตนั้นใช้แรงงานคนประมาณ 2-3 คน และมีการใช้เครื่องจักรขนาดเล็กในบางธุรกิจเท่านั้น แต่ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่มีการใช้เครื่องจักร เน้นการใช้แรงงานคนในการผลิตเป็นหลัก

5. **ด้านทรัพยากรมนุษย์** ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่มีเกณฑ์การสรรหาหรือคัดเลือกพนักงานอย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่จะให้สมาชิกในครอบครัวหรือญาติเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตเป็นหลัก การจ่ายค่าตอบแทนส่วนใหญ่จะเป็นรายวันและรายชั่วโมง ตามลักษณะงานเป็นหลักและมีสวัสดิการเล็กน้อย และในส่วนที่ผู้ประกอบการยังขาดการดำเนินการคือ การส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติม

5.1.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นสรุปผลการวิจัยในส่วนของการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย โดยมีผลการสรุปดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเจ้าของสวนมะพร้าวไม่ได้มีการดำเนินงานในธุรกิจที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งไม่มีแนวคิดในการทำสวนมะพร้าวให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายด้าน

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

การรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ถูกต้อง ส่วนใหญ่จะทราบและรู้ถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่า และผู้ประกอบการบางส่วนได้มีการดำเนินงานในธุรกิจซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ไม่ทราบว่าการทำงานดังกล่าวเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีแนวคิดที่จะจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.1.3 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการสรุปผลการวิจัยในส่วนความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีผลการสรุปดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

รูปแบบกิจกรรม การจัดรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สวนมะพร้าวส่วนใหญ่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมหรือการแสดงสินค้าและบริการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว แต่มีบางสวนมะพร้าวที่มีการตั้งเป็นจุดรับซื้อมะพร้าวผลสดเพื่อส่งต่อไปยังตลาด ซึ่งมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เข้ามาเข้ามาชมในส่วนของการปอกมะพร้าวหรือการใช้ลิ้งเก็บมะพร้าว ส่งผลให้เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนน้อยมีความพร้อมในการจัดรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมะพร้าวสมุย เนื่องจากมีข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

รูปแบบกิจกรรม ผู้ประกอบการส่วนน้อยที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมการสาธิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว เช่น สาธิตการกวนขนมกะละแม สาธิตการปอกและใช้ลิ้งเก็บมะพร้าว สาธิตการทำอาหารที่มีส่วนผสมจากมะพร้าว สาธิตการทำของที่ระลึกต่างๆ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวการเข้าชมของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น จากกิจกรรมดังกล่าวไม่ได้สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่ชัดเจน

5.1.4 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการสรุปผลการวิจัยในส่วนความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีผลการสรุปดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

รูปแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าของเจ้าของสวนมะพร้าวทั้งหมดคือ มะพร้าวผลสด โดยการนำผลสดจากการเก็บเกี่ยวทั้งหมดขายต่อให้กับกลุ่มผู้รับซื้อมะพร้าว ซึ่งไม่มีการแปรรูปผลสดเป็นสินค้าอื่นใด อีกทั้งยังไม่มีแนวคิดที่จะพัฒนาสินค้าหรือผลผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เนื่องจากเจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นเกาะสมุยแต่ไม่ได้อยู่ดูแลหรือไปทำงานนอกพื้นที่เกาะสมุยและบางส่วนเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนน้อยไม่ใช่คนในท้องถิ่นเกาะสมุย

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

รูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการทุกกลุ่มมีการนำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพราะสินค้าและบริการทั้งหมดนำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ยังไม่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของเกาะสมุยจึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีรูปแบบใหม่และมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.1.5 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการสรุปผลซึ่งมาจากข้อมูลด้านปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการจากการจัดประชุมกลุ่ม รวมถึงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ซึ่งผลที่ได้ออกมาเป็นหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยหลักสูตรการอบรมมีการจัดแบ่งตามกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมด 6 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1. เจ้าของสวนมะพร้าว

1.1 หลักการและเหตุผล

เดิมพื้นที่สวนมะพร้าวของเกาะสมุยเป็นพื้นที่ซึ่งมีการปลูกมะพร้าวเพียงอย่างเดียว แต่เมื่อเกษตรกรชาวสวนมะพร้าวประสบปัญหาการขาดรายได้ ปัญหาศัตรูมะพร้าวแพร่ระบาดสร้างความเสียหายให้กับสวนมะพร้าวทำให้มะพร้าวยืนต้นตาย ผลผลิตมะพร้าวไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรชาวสวนมะพร้าวซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต และนอกจากปัญหาที่ได้กล่าวมานั้นมะพร้าวยังถือเป็นพืชเอกลักษณ์และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญกับคนเกาะสมุยมาเป็นเวลายาวนาน จากการสร้างอาชีพ สร้างรายได้และการจ้างงานในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งภาคการเกษตร อาหารและบริการในด้านการท่องเที่ยว อาทิเช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านของที่ระลึกหรือธุรกิจเวชสำอาง ช่วยให้คนในพื้นที่มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีเงินส่งลูกหลานให้ได้เรียนหนังสือหรือทางด้านความเชื่อมากมายที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวซึ่งมีความผูกพันกับชีวิตของคนเกาะสมุย

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงนำมาสู่การจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบโดยให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการให้สวนมะพร้าวของตนมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากรายได้หลักของผลผลิตจากสวนมะพร้าวเพียงอย่างเดียว ซึ่งในการจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบได้มีการวางแผนการเพิ่มกิจกรรมให้เหมาะสมกับรูปแบบสวนมะพร้าว โดยได้นำหลักการเกษตรทฤษฎีใหม่/เกษตรผสมผสานมาประยุกต์ใช้ภายในสวนมะพร้าวซึ่งมีพื้นที่ว่างระหว่างร่องมะพร้าวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการปลูกพืชแซมประเภทพืชที่มีอายุสั้นจำพวกพืชผักผลไม้ที่เป็นพืชล้มลุกได้แก่ แตงกวา พริกทอง ถั่วต่างๆ รวมถึงการเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่สวนมะพร้าว เช่น การเลี้ยงผึ้ง เป็ด ไก่หรือวัว ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรในระหว่างรอผลผลิตมะพร้าว เป็นการเพิ่มปุ๋ยให้แก่สวนมะพร้าว ช่วยกำจัดวัชพืชหากมีการเลี้ยงวัวซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ้างกำจัดวัชพืชและการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้าไปผสมผสานกับการทำสวนมะพร้าว

ดังนั้น เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวจะต้องมีองค์ความรู้ที่ครบถ้วนเพื่อการจัดการรูปแบบสวนมะพร้าวให้มีความอุดมสมบูรณ์ในทุกๆ ด้าน โดยสามารถนำไปใช้ให้เกิดการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าไปชม เรียนรู้และร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ในสวนมะพร้าวซึ่งจะเป็นแนวทางในการช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์มะพร้าวให้อยู่คู่กับเกาะสมุยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการคัดเลือกพันธุ์ การเตรียมหลุมปลูก วิธีการปลูก การดูแลรักษา การเพิ่มผลผลิต การกำจัดศัตรูพืชและการเก็บเกี่ยวผลผลิต
2. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกพืชแซม
3. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการทำการเกษตรทฤษฎีใหม่ และการจัดทำสวนมะพร้าวแบบเกษตรอินทรีย์
4. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวสามารถคิดวิเคราะห์และออกแบบกิจกรรม รูปแบบการเรียนรู้ต่างๆ ในสวนมะพร้าวเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมทำกิจกรรมในสวนมะพร้าว
6. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวสามารถอธิบายรูปแบบกิจกรรม และการเรียนรู้ต่างๆ ในสวนมะพร้าวที่เป็นวิถีชีวิตชุมชนของคนเกาะสมุย เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

เกษตรกรชาวสวนมะพร้าว จำนวน 20 ราย

1.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่จะมาให้ความรู้
2. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรมผ่านประธานศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรทั้ง 7 ตำบลในอำเภอเกาะสมุย
3. ติดต่อกลุ่มเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

1.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

5 ชั่วโมง

1.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
3 ชั่วโมง	การจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ	- การคัดเลือกพันธุ์สำหรับการเพาะปลูก - การเตรียมหลุมในการเพาะปลูก - วิธีการปลูก - การดูแลบำรุงรักษาในแต่ละช่วงอายุของมะพร้าว เช่น การใส่ปุ๋ย การกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น - การเพิ่มผลผลิต - การเก็บเกี่ยวผลผลิต - การปลูกพืชแซม - โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ - การจัดทำสวนมะพร้าวให้เป็นแบบเกษตรอินทรีย์

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
1 ชั่วโมง	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในตลาดโลก ภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย
1 ชั่วโมง	Workshop	- ลงพื้นที่จริงในสวนมะพร้าวเพื่อสำรวจรูปแบบของสวนมะพร้าว - กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของสวนมะพร้าวและวิทยากรในการจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ โดยเป็นการร่วมวางแผนในการเริ่มต้นจัดทำสวนต้นแบบที่มีการผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การร่วมกันออกแบบรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับสวนมะพร้าวต้นแบบ ซึ่งสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้และมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรม

1.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์
3. การระดมสมอง คิดและวิเคราะห์

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวได้รับความรู้และเทคนิคเพิ่มเติมในการนำไปใช้สำหรับการคัดเลือกพันธุ์ การเตรียมหลุมปลูก วิธีการปลูก การดูแลรักษา การเพิ่มผลผลิต การกำจัดศัตรูพืช และการเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อให้สวนมะพร้าวมีความสมบูรณ์มากขึ้น
2. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวสามารถนำความรู้ในด้านการปลูกพืชแซม การเกษตรทฤษฎีใหม่ และการจัดทำสวนมะพร้าวแบบเกษตรอินทรีย์ มาปรับใช้ในสวนมะพร้าวของตนเองเพื่อให้มีความหลากหลายทางการเกษตรมากขึ้น
3. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวสามารถวางแผนและบริหารจัดการสวนมะพร้าวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้
4. เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวสามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสวนมะพร้าวของตนเองได้

1.9 ผลการประเมิน

หลักสูตร การจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 อยู่ในระดับดีมาก

ด้านหลักสูตรที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสนใจและต้องการได้รับการฝึกอบรมในครั้งต่อไป คือ การปลูกพืชแซมในสวนมะพร้าว การเพิ่มมูลค่าผลผลิตจากสวนมะพร้าว เช่น ด้านต้นทุนการผลิต ผลผลิตที่ได้รับหากมีการเพิ่มปัจจัยการผลิตจะมีความคุ้มค่าและยั่งยืนหรือไม่ การแปรรูปน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น

และการจัดการสวนมะพร้าวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว การนำนวัตกรรมที่ทันสมัยและเหมาะสมมาใช้ในการบริหารจัดการสวนมะพร้าว

ด้านข้อคิดเห็นอื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการช่วยให้การฝึกอบรมครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ ความร่วมมือของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวมมีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับดีมาก

ด้านข้อเสนออื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม คือ ต้องการให้มีการดำเนินการและมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

1.10 การติดตามผล

จากการที่มีการจัดอบรมตามหลักสูตรของเจ้าของสวนมะพร้าว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการอบรมสูงสุดนั้น จึงต้องมีการติดตามผลและประเมินผลอย่างเป็นระยะภายหลังจากการฝึกอบรมไปเรียบร้อยแล้ว โดยทางผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการติดตามผลดังนี้

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
การจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ	1. การเชิญชวนกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกมาเข้าร่วมการจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ	1-3 เดือน	ประธานศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรทั้ง 7 ตำบล	ควรมีการจัดประชุมติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานในด้านต่างๆ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งของประธานศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรทั้ง 7 ตำบล และกลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมการจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ
	2. การถ่ายทอดความรู้ในการจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบ	3-6 เดือน		
	3. สวนมะพร้าวต้นแบบของแต่ละตำบล	1 ปี		
	4. สวนมะพร้าวต้นแบบของแต่ละตำบลสามารถมีกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว	1-2 ปี		

2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว (น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น)

2.1 หลักการและเหตุผล

ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นในอำเภอเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวในรูปแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีปริมาณการผลิตน้อยและส่งขายตามร้านค้าปลีกในอำเภอเกาะสมุย จึงทำให้รูปแบบการจัดทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นเป็นรูปแบบดั้งเดิม ยังไม่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือและช่องทางในการกระจายสินค้ายังคงอยู่ในท้องถิ่น อีกทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีความสวยงามหรือดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร และในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อปริมาณของผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวที่มีคุณภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นเช่นกัน แต่ผลผลิตมะพร้าวและน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นยังมีปริมาณน้อยและยังไม่มีมาตรฐานรองรับ และปัจจุบันรูปแบบของเครื่องสำอางหรือเวชสำอางมีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น

เช่นกัน ซึ่งน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นนั้นสามารถใช้เป็นส่วนประกอบหรือส่วนผสมสำหรับเครื่องสำอางหรือเวชสำอางได้หลากหลายชนิดเช่นเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2 วัตถุประสงค์

1. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจในขั้นตอนการการคัดเลือกผลมะพร้าว ขั้นตอนการปอก การขูดมะพร้าวและการคั้นน้ำกะทิสด ขั้นตอนการเก็บน้ำมันมะพร้าวและการไล่ความชื้น ขั้นตอนการบรรจุน้ำมันมะพร้าวใส่บรรจุภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากน้ำมันมะพร้าวเป็นเวชสำอางอื่นๆ เช่น สบู่ก้อน โลชั่น แชมพู เป็นต้น
3. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจแนวทางในการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของน้ำมันมะพร้าวสมุย และการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่มาตรฐานอาหารและยา กฎเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ของมาตรฐานอาหารและยา
4. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจทฤษฎี หลักการ รูปแบบ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสามารถออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
6. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ การเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบป้ายฉลากเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
7. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นรู้และเข้าใจช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.3 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น จำนวน 10 ราย

2.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่จะมาให้ความรู้
2. แจ้งข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรม
3. ติดต่อกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

2.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

4 ชั่วโมง

2.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
2 ชั่วโมง	คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ และการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- การคัดเลือกผลมะพร้าวสำหรับการผลิตน้ำมันมะพร้าว - ขั้นตอนการปอก การขูดมะพร้าวและการคั้นน้ำกะทิสด - ขั้นตอนการเก็บน้ำมันมะพร้าวและการไล่ความชื้น - ขั้นตอนการบรรจุน้ำมันมะพร้าวใส่บรรจุภัณฑ์

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
		- การต่อยอดผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น สบู่ก้อน โลชั่น แชมพู เป็นต้น - แนวทางการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของน้ำมันมะพร้าวสมุย - การเตรียมความพร้อมการเข้าสู่มาตรฐานอาหารและยา และมาตรฐานอื่นๆ - กฎเกณฑ์และเงื่อนไขของมาตรฐานอาหารและยา - ทฤษฎี หลักการ รูปแบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	บรรจุภัณฑ์	- ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ ประเภท และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ - รูปแบบบรรจุภัณฑ์ - การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด - การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ - การเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับน้ำมันมะพร้าวและผลิตภัณฑ์อื่นๆ - การออกแบบป้ายฉลากและข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญสำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	ช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์	- การบริหารจัดการช่องทางการตลาดในสมัยใหม่ - การส่งเสริมทางการตลาด โดยเน้นการตลาดทางตรง - พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์
3. ลงมือปฏิบัติจริง

2.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นทราบเทคนิคต่างๆ ในกระบวนการทั้งหมดของการผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นเพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น
2. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสามารถนำความรู้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นมาทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้เช่น สบู่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ง่าย ขั้นตอนไม่ยุ่งยากและต้นทุนต่ำ
3. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสามารถเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าและการใช้งาน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
4. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสามารถใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่สามารถทำได้ด้วยตนเองได้ เช่น การสร้างเพจผ่านเฟสบุ๊ค เป็นต้น

5. ผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

2.9 ผลการประเมิน

หลักสูตร คุณภาพและมาตรฐานในการผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับดี

ด้านหลักสูตรที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสนใจและต้องการได้รับการฝึกอบรมในครั้งต่อไป คือ การต่อยอดในการพัฒนาระบบการผลิตสินค้าจากมะพร้าวให้มีความหลากหลาย

ด้านข้อคิดเห็นอื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการช่วยให้การฝึกอบรมครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ สถานที่ที่ใช้ในการจัดอบรมควรมี PowerPoint

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับดี

2.10 การติดตามผล

จากการที่ได้มีการจัดอบรมตามหลักสูตรของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการอบรมสูงสุดนั้น จึงต้องมีการติดตามผลและประเมินผลอย่างเป็นระยะ ภายหลังจากการฝึกอบรมไปเรียบร้อยแล้ว โดยทางผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการติดตามผล ดังนี้

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
คุณภาพและมาตรฐานในการผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น	สอบถามจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมอบรม สามารถนำความรู้ไปพัฒนาระบบการผลิตน้ำมันมะพร้าวให้มีความคุณภาพมาตรฐานได้มากขึ้นกว่าเดิม	3-4 เดือน	- กองสวัสดิการสังคมสำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย - พัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย	1. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการติดตามผลอาจจะต้องมีการจัดอบรมเพิ่มเติมบางหลักสูตรที่ต้องการความรู้ที่เฉพาะเจาะจงมาก เช่น การจัดทำสบู่ แชมพู ครีมนวด ครีมนวดน้ำ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากน้ำมันมะพร้าวเพื่อผู้ประกอบการจะได้มีความรู้ความชำนาญที่เพิ่มขึ้น
การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์	สอบถามและสังเกตผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าที่ต่อยอดจากน้ำมันมะพร้าว โดยมีผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นสามารถตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้าได้ดี	6 เดือน-1 ปี		2. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการติดตามผล ต้องลงพื้นที่ในการสอบถามและสังเกตการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ ทุก 1 เดือน เพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ
บรรจุภัณฑ์	สังเกตจากบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนให้หลากหลายเพื่อเหมาะสมกับประโยชน์ในการใช้งานและมีความสวยงาม	6 เดือน-1 ปี		

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	สอบถามและสังเกตถึงความหลากหลายของช่องทางในการจัดจำหน่ายและรูปแบบในการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากจำนวนยอดขายหรือลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น	6 เดือน-1 ปี		
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ผลักดันและเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกด้าน เพื่อให้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น	1-2 ปี		

3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (ขนมกาละแม)

3.1 หลักการและเหตุผล

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแม ในเกาะสมุยส่วนใหญ่ดำเนินกิจการในรูปแบบธุรกิจครอบครัวและกลุ่มแม่บ้านชุมชน ซึ่งปัญหาที่ทุกกลุ่มประสบคือ ขนมกาละแมมีอายุค่อนข้างสั้นคือ 4-5 วันเท่านั้น และหลังจากนั้นจะคืนตัวทำให้เนื้อขนมมีลักษณะแข็ง มีกลิ่นหืน จึงทำให้ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมซื้อไปฝาก ด้วยระยะเวลาที่จำกัดและการเดินทางไกลจึงส่งผลให้ปริมาณการซื้อน้อย ประกอบกับบรรจุภัณฑ์ยังไม่สวยงามซึ่งไม่เหมาะสำหรับการนำไปเป็นของฝาก และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่ได้มีผลต่อการยืดอายุขนมกาละแม จึงส่งผลให้ตลาดสินค้าของขนมกาละแมยังคงอยู่ภายในท้องถิ่นอำเภอเกาะสมุยเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการขนมกาละแมแต่ละกลุ่มยังขายได้ในปริมาณน้อย

3.2 วัตถุประสงค์

1. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมรู้และเข้าใจในกรรมวิธีการกวนขนมกาละแมที่สามารถยืดอายุและผิวสัมผัสนุ่ม
2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมรู้และเข้าใจการเลือกบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม
3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมรู้และเข้าใจทฤษฎี หลักการ รูปแบบ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมสามารถออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการที่ผลิตขนมกาละแม จำนวน 12 ราย

3.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่จะมาให้ความรู้

2. แจ้งข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรม
3. ติดต่อกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

3.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

4 ชั่วโมง

3.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
3 ชั่วโมง	กรรมวิธีในการกวนขนมกาละแม เพื่อยืดอายุของขนม เพื่อความนิ่ม และความยืดหยุ่นของผิวสัมผัสของ เนื้อขนมกาละแม พร้อมทั้งการบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการกวน - กรรมวิธีการกวนขนมกาละแมแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด โดยเริ่มตั้งแต่ การเตรียมแป้ง น้ำกะทิ น้ำตาลทราย แบะแซและส่วนผสมอื่นๆ ตามสัดส่วน ซึ่งมีความสำคัญต่อการยืดอายุและความเหนียวนุ่มของกาละแม - ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	การออกแบบบรรจุภัณฑ์	- ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ ประเภท ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ - รูปแบบบรรจุภัณฑ์ - การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด - การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถยืดอายุ - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีความโดดเด่นและเพิ่มมูลค่าสำหรับการเป็นของฝาก

3.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์
3. การระดมสมอง คิดและวิเคราะห์
4. ลงมือปฏิบัติจริง

3.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมทราบเทคนิค ขั้นตอน และวิธีการกวนขนมกาละแมที่สามารถยืดอายุและผิวสัมผัสที่ยังคงความนุ่ม
2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมสามารถเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สามารถยืดอายุขนมได้

3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมกอละแมสามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำขนมกอละแมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

3.9 ผลการประเมิน

หลักสูตร การยืดอายุและความเหนียวนุ่มของผิวสัมผัสของขนมกอละแม และการออกแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมทั้งการบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับดี

ด้านหลักสูตรที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสนใจและต้องการได้รับการฝึกอบรมในครั้งต่อไป คือ หลักสูตรการทำขนมไทยเพื่อการส่งออก หรือสามารถนำไปวางจำหน่ายภายในห้างสรรพสินค้าและการออกบูธตามงานต่างๆ

ด้านข้อคิดเห็นอื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการช่วยให้การฝึกอบรมครั้งนี้อาจมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลรายละเอียดให้มากขึ้น

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับดีมาก

3.10 การติดตามผล

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
การยืดอายุและความเหนียวนุ่มของผิวสัมผัสของขนมกอละแม	สังเกตและสอบถามถึงการทดลองกวนกอละแมตามที่ได้อบรมมาสามารถยืดอายุและยังคงมีความเหนียวนุ่ม	3-6 เดือน	- กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย - พัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย	1. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการติดตามผล ต้องลงพื้นที่ในการสอบถามและสังเกตการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ ทุก 1 เดือน เพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ
การออกแบบบรรจุภัณฑ์	สังเกตจากบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนให้มีความหลากหลาย สามารถยืดอายุขนมกอละแมและมีความสวยงาม	3-6 เดือน		
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ผลักดันและเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกด้าน เพื่อให้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น	1-2 ปี		

4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว

4.1 หลักการและเหตุผล

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวในเกาะสมุยเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีจำนวนน้อย เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบและตลาดสินค้ายังคงเป็นตลาดในท้องถิ่นเท่านั้น ปัญหาที่พบเจอสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ คือ คุณภาพของสินค้ายังไม่ตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังคงเป็นถุงพลาสติกธรรมดาที่ไม่มีรายละเอียดของสินค้าหรือข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ทำให้สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายและยังคงขาดความสวยงาม ส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกลุ่มสินค้าดังกล่าวไม่ได้มีการจัดทำอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนทำให้กลุ่มลูกค้ารู้จักน้อยและตลาดค่อนข้างแคบ

4.2 วัตถุประสงค์

1. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวรู้และเข้าใจในเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม
2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวรู้และเข้าใจการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย
3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวรู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการ รูปแบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวสามารถออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.3 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว จำนวน 7 ราย

4.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่จะมาให้ความรู้
2. แจกข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรม
3. ติดต่อกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

4.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

3 ชั่วโมง

4.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
1 ชั่วโมง	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย	- การบริหารจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่ - การส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการตลาดทางตรง - พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1 ชั่วโมง	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์)	- ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ ประเภท ประโยชน์บรรจุภัณฑ์

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
	จากกะลาและตอมะพร้าว)	- รูปแบบบรรจุภัณฑ์ - การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด - การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว
1 ชั่วโมง	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในตลาดโลก ภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย

4.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสิทธิภาพ
3. ลงมือปฏิบัติจริง

4.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวสามารถเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม
2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวมีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นและมีรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบง่ายได้
3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลา ตอมะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าวสามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าของตนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

4.9 ผลการประเมิน

หลักสูตร การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อยู่ในระดับดี

ด้านข้อคิดเห็นอื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการช่วยให้การฝึกอบรมครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ การอบรมบรรจุภัณฑ์ควรมีการต่อยอดเพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับดี

4.10 การติดตามผล

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์และช่องทางการจัดจำหน่าย	สอบถามและสังเกตถึงความหลากหลายของช่องทางในการจัดจำหน่ายและรูปแบบในการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากจำนวนยอดขายหรือลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น	6 เดือน-1 ปี	- กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย - พัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย	1.หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการติดตามผลต้องลงพื้นที่ในการสอบถามและสังเกตการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ ทุก 1 เดือนเพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและต่อมะพร้าว)	สังเกตจากบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมและมีความสวยงาม	3-6 เดือน		
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ผลักดันและเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกด้านเพื่อให้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น	1-2 ปี		

5. ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น

5.1 หลักการและเหตุผล

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยนั้น ผู้ประกอบการในแต่ละจุด (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) ของแต่ละเส้นทางต้องเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง และสามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ของสถานประกอบการของตนเองให้ได้ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชื่อมโยงกันในแต่ละจุดของแต่ละเส้นทาง โดยแต่ละจุดนั้นมีจุดแข็งหรือจุดเด่นที่แตกต่างกันจึงต้องวิเคราะห์และออกแบบกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ออกมาเพื่อสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมุยอย่างแท้จริง เพื่อสร้างประสบการณ์และการจดจำที่ดีของนักท่องเที่ยวต่อไป

5.2 วัตถุประสงค์

1. ผู้ประกอบการรู้และเข้าใจทฤษฎี หลักการ รูปแบบ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ผู้ประกอบการสามารถออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ผู้ประกอบการในแต่ละเส้นทางรู้และเข้าใจกระบวนการบริหารจัดการ และการดำเนินงานด้านการจัดรูปแบบการท่องเที่ยว

5.3 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการที่อยู่ในเส้นทางกลุ่มตัวอย่าง 2 เส้นทางคือ เส้นทางที่ 1 Touching Samui CoCo Life (ตำบลอ่างทอง) จำนวน 4 ราย เส้นทางที่ 2 Healthy Samui CoCo Life (ตำบลตลิ่งงาม) จำนวน 5 ราย

5.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่จะมาให้ความรู้
2. แจกข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรม
3. ติดต่อกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวมะพร้าว 2 เส้นทางเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

5.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

3 ชั่วโมง

5.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
1 ชั่วโมง	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ - ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - แนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน - พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในตลาดโลก ภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย - การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อให้เชื่อมโยงกับมะพร้าวสมุย - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2 ชั่วโมง	Workshop และ การนำเสนอรูปแบบกิจกรรมในแต่ละเส้นทาง	- กิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เพื่อนำรูปแบบกิจกรรมมาเชื่อมโยงกับการจัดเส้นทางเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - กิจกรรมกลุ่มในการวางแผนการบริหารจัดการและการดำเนินงานเส้นทางการท่องเที่ยว - การลงพื้นที่ในแต่ละจุดเพื่อร่วมกันคิดกิจกรรมและรูปแบบในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกัน

5.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสพการณ์

3. การระดมสมอง คิดและวิเคราะห์

5.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการ (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) สามารถวิเคราะห์และออกแบบกิจกรรม รูปแบบการเรียนรู้ต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับสินค้าหรือบริการในสถานประกอบการของตนเองสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้
2. ผู้ประกอบการแต่ละจุด (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) ในเส้นทางการท่องเที่ยวสามารถนำกิจกรรม รูปแบบการเรียนรู้ต่างๆ ของตนเองมาเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้
3. ผู้ประกอบการ (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) สามารถอธิบายหรือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรม และรูปแบบการเรียนรู้ต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยได้
4. ผู้ประกอบการ (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) สามารถบริหารจัดการและดำเนินการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน

5.9 ผลการประเมิน

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 อยู่ในระดับดีมาก

ด้านข้อคิดเห็นอื่นๆ จากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการช่วยให้การฝึกอบรมครั้ง นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างมาก

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับดีมาก

5.10 การติดตามผล

ประเด็น ที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาใน การติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์	สอบถามและสังเกต ผู้ประกอบการในแต่ละ จุดของแต่ละเส้นทางว่า สามารถนำเสนอ กิจกรรมและสินค้าที่มี ความหลากหลาย เพิ่มขึ้นสามารถตอบ โจทย์ตามความต้องการ ของลูกค้าได้ดี และมี กิจกรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยว สามารถเลือกได้ตาม ความเหมาะสม	6 เดือน-1ปี	- กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนคร เกาะสมุย - พัฒนาชุมชนอำเภอ เกาะสมุย - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน เกาะสมุย	1. หน่วยงานที่มี หน้าที่ในการติดตาม ผลต้องลงพื้นที่ในการ สอบถามและสังเกต การพัฒนาการ ดำเนินงานในด้าน ต่างๆ ทุก 6 เดือน

6. มัคคุเทศก์นำเที่ยว

6.1 หลักการและเหตุผล

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย นอกจากผู้ประกอบการในแต่ละจุด (ผู้นำเที่ยวท้องถิ่น) ของแต่ละเส้นทางที่สามารถออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ของตนเองแล้ว นั้น มัคคุเทศก์นำเที่ยวจะต้องมีความรู้ในเรื่องจุดแข็งหรือจุดเด่นที่แตกต่างกันของแต่ละจุด กิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมุยอย่างลึกซึ้ง เพื่อถ่ายทอดและสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและรับข้อมูลที่ถูกต้อง

6.2 วัตถุประสงค์

1. มัคคุเทศก์นำเที่ยวรู้และเข้าใจกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในแต่ละจุดของทั้ง 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. มัคคุเทศก์นำเที่ยวสามารถอธิบายรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง

6.3 กลุ่มเป้าหมาย

มัคคุเทศก์นำเที่ยว ในอำเภอเกาะสมุย จำนวน 20 ราย

6.4 วิธีการดำเนินงาน

1. ติดต่อวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกลุ่มผู้นำของผู้ประกอบการในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะมาให้ความรู้
2. แจ้งข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการอบรม
3. ติดต่อกลุ่มมัคคุเทศก์บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อิสระ ในอำเภอเกาะ สมุยเข้าร่วมอบรม
4. นัดหมายวันเวลาในการจัดอบรม พร้อมจัดเตรียมสถานที่และอาหารว่าง
5. ดำเนินการจัดอบรม
6. สรุปผลและประเมินผลการอบรม

6.5 ระยะเวลาในการจัดอบรม

2 ชั่วโมง

6.6 หลักสูตรการอบรม

ระยะเวลา	หัวข้อ	รายละเอียดการอบรม
2 ชั่วโมง	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	- ทฤษฎี หลักการ รูปแบบ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ - ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของแต่ละเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้เชื่อมโยงกับมะพร้าวสมุย - รายละเอียดของกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ แต่ละกลุ่มของเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 2 เส้นทาง - ความเชื่อมโยง ความโดดเด่น ความแตกต่างและความสำคัญของ รูปแบบการท่องเที่ยวของแต่ละเส้นทาง

6.7 รูปแบบการจัดอบรม

1. บรรยาย
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์

6.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มัคคุเทศก์นำเที่ยวสามารถอธิบายกิจกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างถูกต้องและลึกซึ้ง
2. มัคคุเทศก์นำเที่ยวสามารถสื่อสารและนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมุยได้อย่างถูกต้อง

6.9 ผลการประเมิน

รายการประเมินการฝึกอบรม

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับดี

รายการประเมินวิทยากร

ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมโดยรวม มีความพึงพอใจต่อวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับดี

6.10 การติดตามผล

ประเด็นที่ต้องติดตามผล	วิธีการติดตามผล	ระยะเวลาในการติดตามผล	ผู้ที่มีหน้าที่ในการติดตามผล	ข้อเสนอแนะ
การนำเสนอข้อมูลรายละเอียดของรูปแบบกิจกรรมและการเรียนรู้ของสถานประกอบการแต่ละที่ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	สังเกต ฟังการนำเสนอข้อมูลและประเมินจากกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าได้รับความรู้หรือข้อมูลในรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในแต่ละจุดของแต่ละเส้นทางว่า มัคคุเทศก์นำเที่ยวสามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและมีความเข้าใจในข้อมูลอย่างถ่องแท้	1-3 เดือน	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย - กลุ่มผู้ประกอบการในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	1. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการติดตามผลต้องลงพื้นที่ในการสอบถามและสังเกตการนำเสนอข้อมูลของมัคคุเทศก์นำเที่ยวโดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในเส้นทางการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสรุปข้อมูลจากการอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปแล้วนั้น เพื่อให้แนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น คณะผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้มีทิศทางการดำเนินงานในการพัฒนาที่ชัดเจนสำหรับหน่วยงานราชการที่ดูแลและรับผิดชอบในการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือในด้านอื่นๆ ได้นำไปใช้

โดยเล่นคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น มีรายละเอียดที่ครบถ้วนสำหรับการดำเนินการจัดอบรมซึ่งสามารถนำหลักสูตรต่างๆ ไปจัดอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการได้ ซึ่งรายละเอียดของเล่นคู่มือการพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ ประกอบด้วย ความสำคัญ ประโยชน์ของคู่มือ ขอบเขต และคำจำกัดความของคู่มือ

ส่วนที่ 2 หลักสูตรการอบรม ประกอบด้วยหลักสูตรในการอบรมผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มแยกกัน มีทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว (น้ำมันมะพร้าว) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว (กอละแม) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กะลา ตอ มะพร้าวและไม้กวาดก้านมะพร้าว มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและมัคคุเทศก์นำเที่ยว ซึ่งแต่ละหลักสูตรประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลาในการอบรม หลักสูตรในการอบรม และผลที่คาดว่าจะได้รับ

ส่วนที่ 3 เนื้อหาหลักสูตร โดยจะมีรายละเอียดของเนื้อหาของการอบรมโดยแยกเป็นแต่ละหลักสูตรอย่างละเอียด

ส่วนที่ 4 การประเมินผลการอบรมและการติดตามผล ประกอบด้วย รูปแบบการประเมินผล โดยใช้แบบประเมินแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ ประเมินผลหลักสูตรอบรมและวิทยากร ส่วนการติดตามผลนั้น จะมีรูปแบบในการติดตามผลที่แตกต่างกันโดยแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมด 6 กลุ่มด้วยกัน

จากเนื้อหาในเล่นคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งหมด 4 ส่วนนั้น สามารถนำไปใช้ได้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่ยังไม่ได้เข้าร่วมอบรมและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นการอบรมกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ตอบรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.2 การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ และการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

5.2.1 จากการศึกษาความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ในแต่ละด้านของการจัดการธุรกิจจะมีความแตกต่างตามศักยภาพความพร้อมในการจัดการธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ ทั้งในส่วนเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย การบริหารจัดการธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบครอบครัว โดยเจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหารจัดการเองทั้งหมดในทุกๆ ด้าน ดังนั้นการบริหารจัดการบางอย่างอาจจะประสบปัญหาเนื่องจากผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะที่ยังไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการธุรกิจในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีการปรับตัวปรับเปลี่ยนรูปแบบในการบริหารจัดการเพื่อให้ทันกับการแข่งขันทางธุรกิจในยุคสมัยที่ต้องการการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและกระจายความรับผิดชอบในการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ได้กล่าวถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจขาด

ความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนรู้ถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารในลักษณะนี้แม้มีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึงหากธุรกิจไม่ใหญ่นัก แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็เกิดปัญหาขึ้นได้

ด้านการตลาด กลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าวและกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยจะมีความแตกต่างและความชัดเจนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ และความแตกต่างจากคู่แข่ง เมื่อประเด็นดังกล่าวมีความแตกต่างกันกลยุทธ์ทางการตลาดก็จะต้องมีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้าและจุดเด่นของสินค้าหรือบริการ ในส่วนกลยุทธ์การตลาดของเจ้าของสวนมะพร้าวนั้น ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนหรือปรับปรุงกลยุทธ์ใด เพราะระบบตลาดของมะพร้าวนั้น จะเดินไปตามกลไกของตลาดสินค้าเกษตรและปัจจัยเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่ในส่วนของกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยต้องการวางแผนและมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของสินค้าบางชนิด เช่น ขนมะกะเมหรือขนมอื่นๆ ให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นธรรมชาติและสามารถเก็บได้ระยะเวลานานยิ่งขึ้น หรือบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ ที่ทำจากตอมะพร้าว ที่ยังขาดความสวยงามและสะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของสมัย หรือผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ยังขาดความโดดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ และไม่ได้เน้นความสะดวกในการใช้งานนั้น ซึ่งการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสวยงาม ความโดดเด่นและสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมัยที่เด่นชัดมากขึ้น จะทำให้การรับรู้ในด้านภาพลักษณ์ของสินค้าอยู่ในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ซึ่งส่งผลให้ราคาสินค้าบางกลุ่มสามารถปรับให้สูงขึ้นได้ เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและชัดเจนสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยนั้นจะทำให้ผู้ขายสามารถกำหนดราคาได้สูงเพิ่มมากขึ้น หรือมากกว่าราคาสินค้าที่เป็นไปตามระบบหรือกลไกตลาด หรือให้คนกลางทางการตลาดเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนการกระจายสินค้าหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้านั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังใช้ช่องทางตรงในการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรงผ่านหน้าร้านเป็นหลัก ซึ่งหากมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น และมีความหลากหลายของกลุ่มคนกลางมากขึ้น จะส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้าหรือสามารถหากซื้อสินค้าได้สะดวก รวดเร็ว และสินค้าสามารถขายได้เป็นจำนวนมากขึ้นด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการสินค้าดังกล่าวควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลักในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มคนกลางว่ากลุ่มใดที่เหมาะสมที่สุดสำหรับลูกค้าแต่ละประเภทหรือแต่ละกลุ่ม นอกจากนั้นแล้วช่องทางใหม่ยังนำไปสู่การเปิดตลาดใหม่ในกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ได้เช่นกันและยังเป็นการเพิ่มยอดขายได้อีกทาง ส่วนสุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งในปัจจุบันกลยุทธ์ดังกล่าวยังคงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างการรับรู้และจูงใจให้กลุ่มลูกค้ามาซื้อสินค้า โดยในส่วนของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยนั้นยังไม่มี ความชัดเจนในการส่งเสริมการตลาดมากนัก เน้นใช้เครื่องมือการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั่วไปที่ยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากนัก ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนและปรับปรุงรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจนมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ที่ชัดเจนมากขึ้น และสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ห้าวหาญ ทวีแสง (2555) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษาการจัดประกวดแข่งนกเขาชวา ในจังหวัดยะลา พบว่าผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประสบความสำเร็จ แต่กระนั้น ก็พบว่า ทั้งผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงนกเขาชวา และผู้ประกอบการธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องยังขาดทักษะที่สำคัญบางประการ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริม อบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะเฉพาะ

ทาง เพื่อให้สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด โดยทักษะที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาประกอบด้วย ทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และทักษะด้านการตลาด ทั้งในส่วนของพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด และการจัดหาช่องทางการตลาดใหม่ และนิออน ศรีสมยง (2559) ได้ศึกษาการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า การพัฒนาธุรกิจเพื่อให้สินค้าของตนเองนั้นสามารถอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง หรือการเข้ามาของธุรกิจรายใหม่จำนวนมากนั้น ธุรกิจต้องพัฒนาในเรื่องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนกับสินค้าของคู่แข่ง

ด้านการบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนการค้าและใช้เงินลงทุนส่วนตัวในการทำธุรกิจ แต่ไม่ได้มีการจัดทำบัญชีรับจ่ายและจัดทำสรุปงบการเงิน ซึ่งในส่วนการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายและงบการเงินนี้เป็นส่วนสำคัญมากเพราะจะทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน รวมไปถึงสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจในแต่ละรอบระยะเวลาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงตำแหน่งของธุรกิจในปัจจุบันและจุดหมายปลายทางของธุรกิจที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในอนาคต และหากธุรกิจประสบปัญหาทางการเงิน จะมีการวางแผนหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด ดังนั้นในส่วนด้านบัญชีและการเงินจึงเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้และเข้าใจเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ได้กล่าวถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากขาดการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และไม่มีความชัดเจนถึงฐานะทางการเงินหรือผลการดำเนินงานของธุรกิจ จึงทำให้ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมจากระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง และ กนิษฐา ปะบุตร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจ SME ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ศักยภาพการบริหารการเงินมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร

ด้านการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนการผลิตและกระบวนการจัดซื้อที่ชัดเจน อีกทั้งยังไม่มีขั้นตอนในการกำหนดสินค้าคงคลังที่ชัดเจน ส่งผลให้ธุรกิจอาจจะเสียโอกาสทางด้านต้นทุนและเสียโอกาสทางการขายสินค้าได้ ซึ่งในส่วนของวางแผนการผลิตและจัดซื้อที่ต้นนั้นจะทำให้ธุรกิจสามารถจัดซื้อสินค้าได้ในราคา แหล่งผู้ขาย คุณลักษณะ ปริมาณ และเวลาที่ถูกต้อง และหากมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดีจะทำให้ธุรกิจมีสินค้าหรือบริการในปริมาณ เวลา ราคา และคุณภาพตรงตามที่ถูกความต้องการทั้งในและนอกฤดูกาล อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจมีการรักษาอัตราค่าต้นทุนการผลิตที่สม่ำเสมอ และช่วยในการลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนค่าเสียโอกาสได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ มานพ จันทน์เทศ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยและพัฒนากำหนดยุทธศาสตร์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในภาคตะวันตก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพในด้านการลดต้นทุนการผลิตของการจัดการสั่งซื้อวัตถุดิบ การใช้จ่ายของสินค้าคงคลัง โดยต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการลดต้นทุนอย่างแท้จริง

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีขั้นตอนที่ชัดเจนในการคัดเลือกพนักงาน และสอนงานหรืออบรมพนักงานใหม่ เนื่องจากการผลิตสินค้าหรือบริการมีจำนวนบุคลากรน้อย จึงมองข้ามกระบวนการดังกล่าวไป ซึ่งการสรรหาและคัดเลือกพนักงานหากมีเกณฑ์การสรรหาและขั้นตอนที่ชัดเจนส่งผลให้ธุรกิจได้บุคลากรที่มีคุณภาพมาทำงาน ส่งผลให้กระบวนการทำงานที่มี

ประสิทธิภาพเพราะบุคลากรมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ตรงตามลักษณะงาน อีกทั้งยังสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในส่วนของการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและมีสวัสดิการเล็กน้อย ซึ่งหากธุรกิจมีการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น การดำรงอยู่ของบุคลากรในองค์กรที่นานขึ้น และยังเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจอีกด้วย ส่วนการอบรมความรู้เพิ่มเติมที่ผู้ประกอบการไม่ได้มีการจัดส่งบุคลากรไปอบรม แต่จะมีบ้างที่เจ้าของธุรกิจเข้าไปอบรมความรู้ด้านต่างๆ ซึ่งในส่วนของ การอบรมความรู้เพิ่มเติมในด้านต่างๆ ปัจจุบันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ธุรกิจต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับคู่แข่ง ดังนั้นการอบรมเพิ่มพูนทักษะและความรู้ ที่จะทำให้ธุรกิจมีการพัฒนา มีมุมมองในแนวคิดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ วิลาวรรณ รัชพิศาล (2554) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร คือ ช่วยสร้างความเจริญเติบโตมั่นคงให้แก่องค์กร งานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะทำให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและมีความพร้อมเข้ามาเชื่อมโยงภารกิจต่างๆ ของแต่ละหน่วยงานในองค์กร ช่วยสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เมื่อบุคลากรได้ปฏิบัติงานที่ตนเอง มีความรู้ความสามารถ และยังสามารถส่งผลทำให้เกิดการทุ่มเท เสียสละ จงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้น ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรตื่นตัวที่จะเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานของตนเอง โดยเฉพาะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ย่อมจะช่วยเสริมสร้างให้บุคลากรมีคุณภาพ มีงานทำ สร้างผลผลิตให้แก่องค์กร

5.2.2 จากการศึกษาความพร้อมด้านการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย ดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยยังไม่เข้าใจและไม่มีความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความรู้ความเข้าใจในการออกแบบและการบริหารจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งผู้ประกอบการเองต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินการต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจและเพื่อให้ธุรกิจเองเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นีออน ศรีสมยง (2559) ได้ศึกษาการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการต้องมีการเร่งพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญและเพิ่มความรู้อย่างจำเป็นให้กับบุคลากรในองค์กรเพื่อเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยของผู้ประกอบการในการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.2.3 จากการศึกษาความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น

ส่วนของเจ้าของสวนมะพร้าวยังไม่มีรูปแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน มีเพียงกิจกรรมที่ทำปกติในการจัดเก็บมะพร้าวและส่งต่อให้กับจตุรัสซอเท่านั้น ซึ่งหากนักท่องเที่ยวผ่านมาจะแวะเข้ามาชมกิจกรรมดังกล่าว โดยปกติแล้วในสวนมะพร้าวจะมีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายตั้งแต่ กระบวนการเก็บผลมะพร้าวสดที่ใช้ลิงหรือคนสอยและมีการปอกมะพร้าวด้วยวิธีแบบภูมิ

ปัญญาชาวบ้าน จากสวนมะพร้าวสามารถกำหนดรูปแบบกิจกรรมให้ชัดเจนโดยมีเพียง 2 ส่วนคือ กระบวนการเก็บโดยใช้ลิงหรือใช้คนสอยและกระบวนการปอกมะพร้าว แต่หากในสวนมะพร้าวนั้นสามารถตั้งเป็นจุดรับซื้อด้วยจะทำให้สามารถเพิ่มรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เช่น การย่างมะพร้าว การเผากะลามะพร้าว การอัดเปลือกมะพร้าว เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยนั้น จะเป็นกลุ่มผลิตอาหาร ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ของที่ระลึกจากมะพร้าว ร้านอาหาร โดยส่วนใหญ่จะมีนำเสนอกระบวนการผลิตบางส่วนให้กับนักท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งในส่วนรูปแบบกิจกรรมที่สามารถทำได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ เพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การนำเสนอกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่ต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายและให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าด้วย เช่น การกวนขนมกะละแม สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวเห็นตั้งแต่กระบวนการของการเตรียมส่วนผสม วิธีการกวนโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการกวน การบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงกระบวนการขั้นตอนการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และมะพร้าวสมัยมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร หรือการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ในบางสินค้านักท่องเที่ยวไม่สามารถมีส่วนร่วมในการทำได้ แต่สามารถเห็นได้ทุกกระบวนการของการได้มาซึ่งน้ำมันมะพร้าว และสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยทั้งหมด อาทิเช่น กลุ่มผลิตอาหาร ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ของที่ระลึกจากมะพร้าว และร้านอาหาร สามารถแสดงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการผลิตทั้งหมดให้นักท่องเที่ยวได้ชมทุกขั้นตอน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการบางขั้นตอนผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและสามารถให้นักท่องเที่ยวได้ทำสินค้าจากฝีมือตนเอง เป็นการสร้างมูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งได้ อีกทั้งยังสามารถเสนอขายสินค้าได้เช่นกัน ในส่วนของบริษัททัวร์ยังไม่มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวโดยตรงอย่างชัดเจน เป็นแค่เพียงการนำการท่องเที่ยวมะพร้าวไปเสริมกับการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งเป็นการผสมผสาน ดังนั้นในกระบวนการของการจัดรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวนั้น ผู้ประกอบการบริษัททัวร์สามารถนำกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นของกระบวนการเก็บมะพร้าว ปอกมะพร้าว ย่างมะพร้าว เป็นต้น ณ สวนมะพร้าว และจุดรับซื้อและผ่านมายังร้านอาหารที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารที่มีมะพร้าวเป็นส่วนประกอบ รวมไปถึงร้านขายสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมะพร้าว เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการทำและมีส่วนร่วมโดยสามารถจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวใน 1 วันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ห้าวหาญ ทวีแสง (2555) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษาการจัดประกวดแข่งนกเขาขาว ในจังหวัดยะลา พบว่าผู้ประกอบการต้องมีรูปแบบกิจกรรมตลอดจนวิถีชีวิตต่างๆ ของชุมชนในเชิงการเรียนรู้และการทดลองเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่เป็นจริงในชุมชน เพื่อสร้างความได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์วัฒนธรรม

5.2.4 จากการศึกษาความพร้อมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยของเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น

ผลิตภัณฑ์ของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยมีความแตกต่างกัน เพราะสินค้าหลักของเจ้าของสวนคือ วัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือบริการ และของกลุ่มผู้ประกอบการที่สามารถนำสินค้ามาแปรรูปเป็นทั้งสินค้าที่เป็นของกินและของใช้ได้อีกมากมายหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ซึ่งในส่วนของผู้ผลิตนั้นยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมัย และยังมีความต้องการในส่วนของการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ความหลากหลาย ความโดดเด่น เป็นต้น เพื่อนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าที่

มากขึ้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าวเพราะมีความจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกันทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดการรับรู้ในเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ของมะพร้าวสมุย ซึ่งสอดคล้องกับ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ได้กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าสามารถสร้างสรรค์ได้จากศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเข้าไปในผลิตภัณฑ์ โดยนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดความโดดเด่นแตกต่างทั้งในด้านรูปทรง ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอยหรือตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกโดยมุ่งสร้างความพึงพอใจและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในส่วนของความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความพร้อมของรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยซึ่งแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการ โดยหลักสูตรที่มีการจัดอบรมนั้นจะเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น มีความหลากหลายของสินค้าและเน้นการพัฒนาด้านการตลาด เช่น พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และพัฒนารูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเน้นการพัฒนาความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อผู้ประกอบการได้นำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองเพื่อเพิ่มความหลากหลายและความน่าสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างและยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการนั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการพัฒนาและเพิ่มทักษะด้วยรูปแบบการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้และลงมือปฏิบัติจริงในแต่ละเรื่อง เฉพาะด้านจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นการนำเทคนิคหรือนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกลุ่มเดียวกัน โดยการจัดอบรมในแต่ละครั้งจะต้องมีการวัดผลประเมินและติดตามผลจากการอบรม เพื่อจะได้วัดผลได้ว่าในการอบรมนั้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยแค่ไหน จำเป็นที่จะต้องมีการอบรมเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องหรือไม่ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการติดตามผลเป็นระยะอย่างต่อเนื่องกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง การอบรมจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจสูงมาก ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่หลากหลายในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นนทวัชร อนันท์พรจินดา (2555) ศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจากฐาน การดำเนินงานโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) พบว่าผู้ประกอบการยังขาดความรู้พื้นฐานในการทำธุรกิจ ขาดทักษะการบริหารจัดการ ขาดการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ และขาดประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจากการขาดความรู้และทักษะด้านต่างๆ นั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาความรู้และทักษะด้านต่างๆ ด้วยการฝึกอบรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะที่ต้องการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจและสามารถนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรนนท์ สุวรรณปิฎกกุลและชุติมา ไวศรายุทธ์ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการด้านอาหารแต่ละกลุ่มตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่แตกต่างกันส่งผล

ต่อศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่แตกต่างกันซึ่งเป็นผลมาจากรูปแบบการดำเนินงานและวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความรู้ด้านคุณภาพและความปลอดภัยโดยการฝึกอบรมซึ่งมีการแยกกลุ่มตามความรู้ของผู้ประกอบการในแต่ละระดับเพื่อให้เหมาะสมกับทักษะและรูปแบบการดำเนินงาน และเพิ่มทักษะด้านการตลาดและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น การสร้างตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ประกอบการด้านอาหารมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มทักษะเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการพัฒนาและเพิ่มทักษะด้วยรูปแบบการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปแล้วนั้น โดยได้มีการจัดทำคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้มีทิศทางการดำเนินงานในการพัฒนาที่ชัดเจนสำหรับหน่วยงานราชการที่ดูแลและรับผิดชอบในการพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือในด้านอื่นๆ ได้นำไปใช้ โดยเล่มคู่มือการพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น มีรายละเอียดที่ครบถ้วนสำหรับการดำเนินการจัดอบรมซึ่งสามารถนำหลักสูตรต่างๆ ไปจัดอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะผู้ประกอบการได้ โดยรายละเอียดของเล่มคู่มือการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้ บทนำ หลักสูตรการอบรม เนื้อหาหลักสูตร การประเมินผลการอบรมและการติดตามผล ซึ่งสอดคล้องกับคู่มือของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2552) ได้ทำการอบรมและจัดทำคู่มือแนะนำบริการ กสอ. ซึ่งเป็นคู่มือในการอบรมให้ความรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การบริหารการตลาดยุคใหม่ การบริหารการผลิตเพื่อลดต้นทุน การเพิ่มศักยภาพการวางแผนภาษี การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด เป็นต้น ซึ่งในเล่มคู่มือประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หลักสูตรอบรม เป็นต้น และ สอดคล้องกับคู่มือของ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน (2558) ได้จัดทำคู่มือ การดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี 2558 ซึ่งเป็นคู่มือในการดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ ให้ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP และสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาด โดยเล่มคู่มือประกอบด้วย บทนำ ความรู้ในด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ และ แนวทางการดำเนินการจัดอบรมในหลักสูตรต่างๆ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะมีการจัดอบรมเพิ่มเติมในหัวข้อดังนี้ 1) หัวข้อบรรจุภัณฑ์ในเชิงลึกของบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์เพื่อความสวยงามและความเป็นอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของมะพร้าวสมุย เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการจัดอบรมแยกกลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่ม เพราะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มจะได้มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนสื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุย 2) หัวข้อการสร้างนวัตกรรม

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากมะพร้าวเพื่อให้สินค้าที่ทำจากมะพร้าวมีความหลากหลาย มีมูลค่าเพิ่ม และเป็นทางเลือกของกลุ่มลูกค้า

2. กลุ่มผู้ประกอบการด้านผู้นำเที่ยวท้องถิ่นในแต่ละเส้นทางควรมีการจัดประชุมกันอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งเพื่อพูดคุยหารือในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมของเส้นทางหรือนำเสนอกิจกรรมใหม่ๆ หรือเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำไม่รู้สึกรำคาญและอยากกลับมาอีกครั้ง

3. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะจัดทีมพี่เลี้ยงหรือผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ในการติดตามผลหลังจากการอบรมและการให้คำแนะนำและลงพื้นที่ให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามความก้าวหน้าเพื่อส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการติดตามผลมากยิ่งขึ้น

4. กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครเกาะสมุย และพัฒนาชุมชนอำเภอเกาะสมุย ควรจะมีการจัดประชุมกลุ่มย่อยของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการทุกๆ 3 เดือนเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานและสอบถามปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาซึ่งแผนในการช่วยเหลือหรือสนับสนุนต่อไปในการจัดอบรมเพิ่มเติม

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเพิ่มในส่วนของการนำเอาความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของมะพร้าวสมุยเพื่อนำมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่เป็นสินค้าที่ทำมาจากส่วนประกอบของมะพร้าวทั้งหมด เพื่อบรรจุภัณฑ์นั้นจะได้มีรูปแบบและเอกลักษณ์ที่เหมือนกันของมะพร้าวสมุยเพื่อแสดงถึงความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนเมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสินค้าจากมะพร้าวสมุย

บรรณานุกรม

- กนิษฐา ปะบุตร. (2550). ผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี 2542. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [ระบบออนไลน์].
- กระทรวงสาธารณสุข, กรมสุขภาพจิต. (2546). รายงานวิจัยการพัฒนาแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ สำหรับประชาชนไทย อายุ 12-60 ปี. นนทบุรี: สำนักพิมพ์วงศ์มัลโปรดัคชั่น.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). คู่มือแนะนำบริการ กสอ. โครงการกลยุทธ์บริหารการตลาดยุคใหม่. ค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2560. สืบค้นจาก info.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=a3eJapFetvY%3D&tabid=31
- เกวลิณ ญาแพทย. (2555). กลยุทธ์ในการกำหนดราคาและการส่งเสริมการตลาด. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.geawwalee.blogspot.com
- ข้อมูลเกาะสมุย. (2553). ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.thaidive.com/KohSamui-info-Thai.html
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2547). โลจิสติกส์เพื่อการผลิตและการจัดการการดำเนินงาน. กรุงเทพมหานคร: รัฐพรการพิมพ์.
- จิตตานันท์ ดิกุลและคณะ. (2550). โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.
- จิระนันท์ ทองสมัคร, รุ่งรวี จิตภักดี, และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย 8(2): 91-104
- เจน จันทรสุภาเสน. (2557). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยว. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 3(2):25-31
- เจือจันทร์ จงสถิตอยู่. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. กรุงเทพฯ
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฐิติศักดิ์ เวชกามา. (2557). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 9(1) (มกราคม-มิถุนายน): 64-77.
- ตุลา มหาสุธานนท์. (2545). หลักการจัดการ หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดน่าน. ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธันยมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อยอมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร.

- ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2555). ศักยภาพของประเทศสมาชิกอาเซียนกับการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย. *วารสารนักบริหาร*. 32(3). 26-39.
- ธีระ สิ้นเดชารักษ์ และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย*. คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2555). อพท. ร่วมกับ มช. ประกาศพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หวังท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อชุมชนยั่งยืน. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558. สืบค้นจาก <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/201-201>.
- นืออน ศรีสมยง. (2559). การศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาผู้ประกอบการ การแพทย์ทางเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. ปีที่ 7, ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค. 2559), หน้า 40-59.
- นนทวัชร อนันต์พรจินดา. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจากฐานการดำเนินงาน โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่(NEC). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2555.
- ประภัทร สุทธาเวช. (2550). *วิวัฒนาการและการพัฒนาการท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต, พิมพ์ครั้งที่ 1
- ปรีรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal* 9,1 (มกราคม-เมษายน).
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรสกลิต จันท. (2551). *นวัตกรรมทางการตลาดและการรับรู้ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่มีผลต่อการยอมรับแฟชั่นแบรนด์เนมไทยของคนไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิภพ ลลิตตาภรณ์. (2546). *ระบบการวางแผนและควบคุมการผลิต*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. อุบลราชธานี: นักวิชาการพัฒนาชุมชน.
- มานพ จันทรเทศ. (2550). *การวิจัยและพัฒนากำหนดยุทธศาสตร์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในภาคตะวันตก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- มูทริกา พฤษภาพงษ์. (2554). *เที่ยวอย่างเข้าใจไปกับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2559. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000080464>
- เริงรัก จำปาเงิน. (2544). *การจัดการการเงิน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัทบุ๊คเน็ต จำกัด.
- วิจารณ์ พาณิช . (2546). *การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้*. สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส). กรุงเทพฯ, หน้า 2-5.
- วิชัย เทียนถาวร. (2559). *มะพร้าว*. มติชนรายวัน. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2560. สืบค้นจาก www.matichon.co.th/news/284510.

- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2545). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยวทางเรือ ล่องแม่น้ำโขง: กรณีศึกษาแม่ฮ่องสอนทัวร์*. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณ สุวรรณปฏิกุล และชุติมา ไวศรายุทธ์. (2554). แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ ด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2554.
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2554). *ความรู้พื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์* (หน้า1-9). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิจิตรหัตถการ
- ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ(ศสอ). (2554). *การบริหาร การจัดการบริหารธุรกิจขนาดย่อม SMEs*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2560. สืบค้นจาก www.aecthaibiz.com
- สิทธิชัย ฝรั่งทองกุล. (2548). *การบริหารควบคุมสินค้าคงคลัง*. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.busandtruckmedia.com
- สมพร ศิลป์สุวรรณ. (2549). *กลยุทธ์ในการเป็นผู้บริหารระดับกลางมืออาชีพ*. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.km.nida.ac.th/home/images/pdf/pro12.pdf
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ. (2554). *ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เสนอต่อองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
- สุนันทา เลานันท์. (2542). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร: โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- สุทธิรักษ์ ดมยาศิริกุล. (2548). *ความสำคัญของการบัญชี*. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.tacthai.com
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย. (2555). *มะพร้าวสมุย*. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558. สืบค้นจาก <http://radio.prd.go.th/samui/main.php?filename=samuiamphaw>.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2557). *รายชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ได้รับการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2557*. อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2553 และแนวโน้มปี 2554*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2558). *คู่มือการดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี 2558*. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2 5 6 0 . สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER11/DRAWER028/GENERAL/DATA0000/00000049.PDF>
- ห้าวหาญ ทวีแสง. (2555). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจนิกเทคบาเลนครยะลา*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อรทัย วานิชดี. (2545). *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ประสานมิตร.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2560. สืบค้นจาก

http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create&Active=Create_Guide.

อังคณา สุวรรณภู. (2554). *มะพร้าว ณ สมุย*. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก www.doa.go.th

Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie.—Eleventh ed. (2006). *Tourism: principles, practices, philosophies*.

Katerina K. Sarri, Ioannis L. Bakouros, Eugenia Petridou, (2010). *Entrepreneur for creativity and Innovation*. Journal of European Industrial Training, Vol, 34 Issue: 3 pp.270-228.

Koh, Khoo Y. and Hatten, Timothy. (2002). *The Tourism Entrepreneur*. International Journal of Hospitality & Tourism. Administration, Vol.3, No.1, pp.21-44.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. N.1.: Prentice Hall.

Ivancevich, John M. (2001). *Human Resource Management*. 8 th ed. New York: McGraw – Hill.

Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1990). *Delivery quality service, balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press

Richards. (2008). Creative tourism and local development. In *Creative tourism, a global conversation: how to provide unique creative experiences for travelers worldwide*, ed. by Wurzbarger, R., Aageson, T., Pattakos, A., and Pratt, Santa Fe. New Mexico: Sunstone Press.

Rosnani Josoh, Babak Ziyae, Soaib Asimiran, Suhaida Abd. Kadir. (2011). *Intertional Business & Economics Research*. Journal-January.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการบริหารจัดการ

1. ในมุมมองของท่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร มีควรมีลักษณะแบบใด
2. การดำเนินงานที่ผ่านมาธุรกิจของท่านมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่
3. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรในการบริหารจัดการอย่างไร
4. สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกด้านใดบ้างที่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานของท่านและในขณะเดียวกันส่งผลกระทบในการบริหารจัดการธุรกิจของท่าน
5. ที่ผ่านมามีกิจการของท่านมีกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในด้านใดบ้าง

ด้านการตลาด

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธุรกิจของท่านคือใคร
2. ท่านคิดว่าจุดเด่นของสินค้าหรือบริการคืออะไร
3. สินค้าและบริการในธุรกิจของท่านแตกต่างอย่างไรกับคู่แข่งในท้องตลาด
4. ธุรกิจของท่านมีวิธีการในการกำหนดราคาสินค้าโดยใช้เกณฑ์อะไรเป็นตัวกำหนดราคาขายสินค้าและบริการ
5. สินค้าและบริการในธุรกิจของท่านมีช่องทางการกระจายสินค้าอย่างไรและในปัจจุบันมีการวางจำหน่ายสินค้าที่ใดบ้าง ในอนาคตท่านมีการวางแผนในการกระจายสินค้าอย่างไร
6. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมการตลาดทางด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการใช้พนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขายอย่างไร
7. ในแต่ละปีมีกิจการของท่านมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดหรือไม่อย่าง (ถ้ามี) มีการจัดสรรอย่างไร

ด้านบัญชีและการเงิน

1. ธุรกิจของท่านมีการจดทะเบียนกิจการ หรือ จดทะเบียนพาณิชย์ หรือจดทะเบียนนิติบุคคลหรือไม่
2. ธุรกิจของท่านนำเงินส่วนใดมาใช้ในการลงทุนในธุรกิจ
3. ธุรกิจของท่านมีการจัดทำบัญชีรับจ่ายหรือไม่ ทำอย่างไร
4. ธุรกิจของท่านมีการจัดทำสรุปการเงินหรือไม่ ทำบะอะไรบ้าง

ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง

1. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งใด มีกระบวนการจัดซื้ออย่างไร
2. ธุรกิจของท่านมีขั้นตอนอย่างไรการกำหนดสินค้าคงคลัง
3. ปัจจุบันนี้ธุรกิจของท่านมีการกระจายสินค้าไปยังแหล่งใดบ้าง และใช้รูปแบบการขนส่งใด
4. ในกระบวนการผลิตนั้นใช้แรงงานคน (กี่คน) หรือเครื่องจักร (ผลิตอะไร) หรือไม่

ด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ธุรกิจของท่านมีเกณฑ์การสรรหาและขั้นตอนในคัดเลือกพนักงานอย่างไร

2. ธุรกิจของท่านมีการสอนงานหรืออบรมพนักงานใหม่อย่างไร
3. ธุรกิจของท่านมีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างไร เป็นไปตามกฎหมายแรงงานขั้นต่ำหรือไม่
4. ธุรกิจของท่านมีสวัสดิการอะไรบ้างให้กับพนักงาน
5. ธุรกิจของท่านเคยมีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมภายใต้หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนหรือไม่ (ถ้าส่ง) อบรมพัฒนาในด้านใด

ส่วนของความพร้อมรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์

1. ธุรกิจของท่านมีสินค้าประเภทใดและบริการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว
2. สินค้าและบริการในธุรกิจของท่านมีการสื่อสารให้เห็นถึงการท่องเที่ยวในอำเภอ เกาะสมุย หรือไม่
3. ธุรกิจของท่านมีการนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
4. ธุรกิจของท่านมีการนำเสนอกิจกรรมอื่นๆ อะไรบ้างนอกจากสินค้า / บริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว
5. ธุรกิจของท่านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง และมีการนำมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวอย่างไร
6. สินค้า / กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว มีอะไรบ้างที่สามารถให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการชมการสาธิตการผลิตได้
7. ธุรกิจของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ / การใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการผลิต ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุย

ส่วนความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจและการรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการบริหารจัดการ

1. ในทัศนะมุมมองของท่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร และควรมีลักษณะแบบใด
2. ท่านคิดว่าสวนมะพร้าวของท่านมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่
3. สวนมะพร้าวของท่านมีกระบวนการบริหารจัดการอย่างไร
4. ท่านคิดว่าสวนมะพร้าวของท่านสามารถที่จะจัดทำเป็นแหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเพื่อการศึกษาซึ่งจะทำให้เกิดรายได้ช่องทางหนึ่งได้หรือไม่
5. ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อจัดการสวนมะพร้าวของท่านและที่ผ่านมาท่านสามารถแก้ไข ปัญหาปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลกระทบอย่างไร
6. สวนมะพร้าวของท่านมีความแตกต่างกับสวนมะพร้าวของคู่แข่งรายอื่นอย่างไร อาทิ วิธีการปลูก วิธีการจัดสวนจัดแปลงผลผลิต วิธีการเก็บดูแลรักษาผลผลิต เป็นต้น

ด้านการตลาด

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ที่มาซื้อมะพร้าวในสวนมะพร้าวของท่านคือกลุ่มใด
2. จุดเด่นของสินค้าในสวนมะพร้าวของท่านคืออะไร
3. ท่านมีกำหนดราคาสินค้าและบริการโดยใช้เกณฑ์อะไรเป็นตัวกำหนดและที่ผ่านมามีปัญหา อะไรบ้างที่ส่งผลกระทบต่อราคาขายสินค้า
4. ท่านมีวิธีการขายผลิตภัณฑ์มะพร้าวในสวนของท่านอย่างไร
5. สวนมะพร้าวของท่านมีการทำสินค้าแปรรูปเองหรือไม่ (ถ้ามี) สินค้าแปรรูปดังกล่าว ได้ทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อะไร
6. ท่านมีการส่งเสริมการตลาดในด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย มะพร้าวในสวนของท่านอย่างไรบ้าง
7. แต่ละปีในการเก็บเกี่ยวผลผลิตในสวนมะพร้าวเพียงพอต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบันหรือไม่
8. สวนมะพร้าวของท่านมีการส่งออกในพื้นที่หรือต่างประเทศหรือไม่ (ถ้ามี) เทียบเท่าเปเปอร์เซ็นต์

ด้านบัญชีและการเงิน

1. ในการบริหารกิจการสวนมะพร้าวท่านนำเงินส่วนใดมาใช้ในการลงทุน
2. ท่านมีการจัดทำบัญชีรับจ่ายของสวนมะพร้าวหรือไม่ ทำอย่างไร
3. ท่านมีการจัดทำสรุบบการเงินของสวนมะพร้าวหรือไม่ ทำบอะไรบ้าง
4. ท่านมีปัญหาเรื่องการบริหารการเงินในการทำสวนมะพร้าวหรือไม่

ด้านการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง

1. สวนมะพร้าวของท่านมีการวางแผนการจัดเก็บผลผลิตอย่างไร (รอบของการเก็บ และปริมาณในการเก็บต่อครั้ง) เพียงพอต่อความต้องการของตลาดหรือไม่ (ถ้าไม่) ท่านมีแนวคิดที่จะขยายสวนมะพร้าวเพื่อเพิ่มผลผลิตหรือไม่
2. ท่านมีวิธีการบริหารการจัดการการเก็บมะพร้าวสำรองไว้หรือไม่อย่างไรและจำนวนเท่าไร เพื่อที่จะได้มีผลผลิตในการจัดหน่ายได้ทั้งปี

3. ธุรกิจของท่านมีการส่งขายมะพร้าวไปยังแหล่งใดบ้าง จังหวัดไหนบ้าง และใช้รูปแบบการขนส่งแบบไหน
4. ขั้นตอนในกระบวนการเก็บเกี่ยวลูกมะพร้าวนั้นสวนของท่านใช้แรงงานคนหรือสัตว์
5. ในกรณีที่มีมะพร้าวที่เก็บเกี่ยวเหลืออยู่ท่านมีวิธีการเก็บรักษาและบริหารจัดการสินค้าคงเหลือนั้นอย่างไร

ด้านทรัพยากรมนุษย์

1. สวนมะพร้าวของท่านมีพนักงานกี่คน แต่ละคนทำหน้าที่อะไรบ้าง
2. สวนมะพร้าวของท่านมีการคัดเลือกพนักงานอย่างไร
3. สวนมะพร้าวของท่านมีการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานอย่างไร
4. สวนมะพร้าวของท่านมีสวัสดิการอะไรบ้างให้กับพนักงาน
5. สวนมะพร้าวของท่านมีการบริหารคนในรูปแบบธุรกิจหรือครัวเรือน (ในกรณีแบบครัวเรือน) ท่านมีแนวคิดในการบริหารจัดการสวนมะพร้าวเป็นรูปแบบธุรกิจหรือไม่เพราะเหตุผลใด

ส่วนของความร่วมมือรูปแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์

1. สวนมะพร้าวของท่านมีสินค้าและบริการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว นอกเหนือจากมะพร้าวสด (กรณีมีการแปรรูป) ท่านดำเนินกิจการแปรรูปมานานเท่าใด
2. ท่านคิดว่าสินค้าและบริการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่มีชื่อเสียงและสื่อถึงการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย
3. สวนมะพร้าวของท่านสามารถที่จะนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวของอำเภอ เกาะสมุยหรือไม่ เพราะอะไร
4. สวนมะพร้าวของท่านมีการนำเสนอกิจกรรมอื่นๆ อะไรบ้างให้นักท่องเที่ยวนอกเหนือจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว (อาทิเช่น) ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
5. สวนมะพร้าวของท่านมีกิจกรรมอะไรบ้างเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และท่านสามารถนำกิจกรรมดังกล่าวมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวหรือไม่ (ถ้าเชื่อมโยง) ท่านทำอย่างไร
6. สวนมะพร้าวของท่าน มีการแสดงสินค้าและบริการของสวนมะพร้าว เพื่อที่จะส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ได้เกิดการศึกษา การเรียนรู้ด้านเกษตรกรรม ตามวิถีภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือไม่
7. สวนมะพร้าวของท่านมีความพร้อมที่จะสร้างที่พักอาศัยตามวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของคนในอำเภอเกาะสมุย ในรูปแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่รักธรรมชาติหรือไม่
8. สวนมะพร้าวของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การใช้วัสดุในการดำเนินงานและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ลักษณะของอำเภอเกาะสมุย (ถ้ามี) คืออะไรและมีขั้นตอนกระบวนการอย่างไรในการสื่อถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของอำเภอเกาะสมุย

ภาคผนวก ข
แบบประเมินการฝึกอบรม

แบบประเมินการฝึกอบรม



โครงการ การพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตร การพัฒนาคุณภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น



วันอังคารที่ 4 เมษายน 2560 เวลา 9.00-15.00 น. ณ บ้านมะพร้าว ต.อ่างทอง อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี
โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการจัดฝึกอบรมครั้งต่อไป

รายการประเมิน การฝึกอบรม	ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ต้องปรับปรุง (1)
1. เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงกับวัตถุประสงค์				
2. ระยะเวลาในการฝึกอบรมเหมาะสม				
3. รูปแบบและวิธีการฝึกอบรมเหมาะสม				
4. ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือประยุกต์ใช้ได้จริงในธุรกิจ				
5. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
6. หลักสูตรที่ท่านสนใจและต้องการได้รับการฝึกอบรมในครั้งต่อไป โปรดระบุ				
7. ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่ท่านเห็นว่าจะช่วยให้การฝึกอบรมครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น				
รายการประเมิน วิทยากร	ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ต้องปรับปรุง (1)
1. ความสามารถในการถ่ายทอด/สื่อสาร/ให้ความเข้าใจ				
2. การเรียงลำดับบรรยายเนื้อหาได้ครบถ้วน				
3. การเปิดโอกาสให้ซักถามและแสดงความคิดเห็น				
4. การตอบคำถามได้ตรงตามประเด็นและชัดเจน				
5. การใช้เวลาเหมาะสมมาก/น้อย				
6. มีคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถตรงเนื้อหาที่สอน ใช้อุปกรณ์สื่อการสอนที่เหมาะสม				
7. จำนวนผู้ฝึกอบรมเหมาะสมกับหัวข้อการสอนหรือกิจกรรมที่ใช้				
8. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ				

ภาคผนวก ค
ภาพกิจกรรมของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการสินค้า/บริการ
ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัย

