



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถี
ชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

Promoting the Potential of Community Based Agro-tourism
Destination for All in Chumphon Province

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง และคณะ

พฤษภาคม 2563

สัญญาเลขที่ RDG62T0071

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

Promoting the Potential of Community Based Agro-tourism Destination
for All in Chumphon Province

โดย

คณะวิจัย

สังกัด

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. ว่าที่ร้อยตรี ดร. ภูมิพัฒน์ ชาณุกิจ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ บุญย์เพิ่ม | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 4. อาจารย์รังสิต เจียมปัญญา | มหาวิทยาลัยรังสิต |

ชุดโครงการ การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

ชื่อเรื่อง : การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ชื่อผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง และคณะ

ปีที่ศึกษาแล้วเสร็จ : 2563

บทสรุปผู้บริหาร

ความนำ

แผนพัฒนาจังหวัดชุมพรในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร พ.ศ. 2561-2564 กำหนดวิสัยทัศน์ “ชุมพรเมืองน่าอยู่ บนพื้นฐานการเกษตรกรรมและการท่องเที่ยวคุณภาพ เชื่อมโยงการพัฒนาสองฝั่งทะเล” โดยกำหนดตำแหน่งในการพัฒนาจังหวัดชุมพร (Positioning) คือ “การพัฒนาการเกษตรควบคู่การท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ” จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่าจังหวัดชุมพรยังมีข้อจำกัด (weakness) ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การบริการขนส่งสาธารณะ การให้บริการนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านของฝาก คุณภาพการบริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นปัญหาที่ควรเร่งปรับปรุงแก้ไข จากปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร พบว่าทางจังหวัดได้กำหนดโครงการสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดทำศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล ไว้ในแผนพัฒนาจังหวัด 2561-2564

นอกจากนี้สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร พบว่า การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ โดยในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจังหวัด 1.3 ล้านคน รายได้ 5,880.55 ล้านบาท เมื่อพิจารณาข้อมูลในช่วง 3 ปี พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น (แผนพัฒนาจังหวัดชุมพร 2561-2564, 2559: 13) จังหวัดชุมพรมีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากลที่ควบคู่กับการเพิ่มรายได้จากเกษตร เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ความต้องการเพิ่มรายได้จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์และการเพิ่มช่องทางการตลาด รวมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรมากขึ้น เป็นโอกาสที่จังหวัดชุมพรจะมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรให้เป็นเมืองรองที่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนและคำนึงถึงนักท่องเที่ยวทั้งมวลคณะผู้วิจัยจึงจัดทำแผนงานวิจัย เรื่อง การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลใน จังหวัดชุมพรประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ได้แก่

โครงการย่อยที่ 1 “การพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

โครงการย่อยที่ 2 “การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

การศึกษา การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรทำให้ได้รูปแบบการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อคนทั้งมวลที่เหมาะสมและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับพื้นที่ในจังหวัดชุมพร และได้รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสมกับคนทั้งมวล นำไปสู่การยกระดับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐาน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องจากแผนงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ดังนั้นการดำเนินการของแผนงานวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ คือ 1) การเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดำเนินการวิจัย และ 2) การบูรณาการผลการศึกษารายย่อยของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย

การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัยของแผนงานวิจัย “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ประกอบด้วยขั้นตอนในการเลือกพื้นที่ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.1 ประชากรที่ศึกษา ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ

1) **กลุ่มที่ 1** คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลคือ 1)

ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร 2) เกษตรจังหวัด 3) หัวหน้าสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชุมพร 4) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร 5) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชุมพร และ 6) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดชุมพร

2) **กลุ่มที่ 2** คือเจ้าของหรือตัวแทนเกษตรกรของแต่ละพื้นที่/อำเภอที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ซึ่งการประเมินศักยภาพของพื้นที่แต่ละพื้นที่ จะใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามความพร้อมของการเข้าร่วมโครงการ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควตาจำนวนประมาณ 30-40 คน (อำเภอเมืองจำนวน 40 คน อำเภอหลังสวนจำนวน 31 คน และอำเภอพะโต๊ะจำนวน 36 คน) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมินศักยภาพของพื้นที่ของตนเอง

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

- 1) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร
- 2) แบบประเมินศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้ คือ

1) **ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร**จากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกที่ทำให้มองเห็นภาพของพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม

2) **การสำรวจศักยภาพของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล** ขั้นตอนนี้จะเป็นการสำรวจศักยภาพในพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกจากขั้นตอนแรก การสำรวจศักยภาพของพื้นที่โดยชุมชนเป็นผู้ประเมินโดยใช้แบบประเมินศักยภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการคัดเลือกพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสม จึงได้สำรวจความคิดเห็นเจ้าของหรือตัวแทนเกษตรกรของแต่ละสวนเกษตรผสมผสานในชุมชน 3 พื้นที่ คือ 1) อำเภอเมือง 2) อำเภอหลังสวน และ 3) อำเภอพะโต๊ะ โดยใช้แบบประเมินศักยภาพตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามตัวชี้วัดของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2553) เป็นเครื่องมือในการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน ผลการประเมินศักยภาพของแต่ละพื้นที่

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม และใช้สถิติเชิงพรรณนา กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

2. การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อย

การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ ดังนี้

2.1 สรุปผลจากโครงการวิจัยย่อยที่ 2 การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวลของพื้นที่ศึกษาในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย 1) ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวล 2) ผลการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวลของพื้นที่ศึกษาในจังหวัดชุมพร

2.2 สรุปผลจากโครงการย่อยที่ 1 การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ประกอบด้วย 1) ผลการศึกษาความเป็นได้ของรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสมกับพื้นที่ 2) ผลการศึกษาการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

2.3 ความเชื่อมโยงผลโครงการวิจัยย่อยที่ 2 และ โครงการย่อยที่ 1 เป็นสรุปข้อมูลหรือผลการศึกษาที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของผลโครงการย่อยที่ 2 และ โครงการย่อยที่ 1 เช่น ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 1 หลังจากกำหนดกิจกรรมที่เป็นฐานความรู้จะส่งข้อมูลให้โครงการย่อย 2 นำไปใช้ในการออกแบบสถานที่เพื่อดำเนินกิจกรรมของแต่ละฐานข้อมูล หรือ ผลของสภาพแวดล้อมของโครงการย่อยที่ 2 จะใช้เป็นข้อมูลในเสนอแนะการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดด้านภูมิทัศน์ (Physical Evidence) เป็นต้น

2.4 เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการนำประเด็นสำคัญของแต่ละโครงการมาสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

ผลการศึกษา

สรุปผลการวิจัยโดยจำแนกเป็น 3 ตอน คือ

1. สรุปพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

1.1 ความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐต่อพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพรโดยมีผู้ให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนจากภาครัฐที่มีบทบาทต่อการจัดการและการสนับสนุนท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรประกอบไปด้วย 1) ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร 2) เกษตรจังหวัด 3) หัวหน้าสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชุมพร 4) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร 5) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชุมพร และ 6) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดชุมพร ซึ่งได้ข้อสรุปพบว่า พื้นที่ที่มีความเป็นไปได้ ได้แก่ พื้นที่ชุมชนตำบลถ้ำสิงห์

อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีความเหมาะสมด้วยจุดเด่นของพื้นที่ คือความสะดวกในการเดินทางและระยะทางใกล้กับศูนย์กลางจังหวัด เป็นสวนเกษตรผสมผสานทำไร่กาแฟและทำสวนผลไม้ผสมผสาน มีการรวมตัวของชุมชนอย่างชัดเจน ผู้นำเข้มแข็ง เหมาะแก่การพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน พื้นที่อำเภอสวี และทุ่งตะโก ระยะทางไกลจากจังหวัด จุดเด่นยังไม่ชัดเจน และไม่ได้จัดการด้วยชุมชน พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ และหลังสวน จะมีข้อจำกัดที่ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดการโดยชุมชน และระยะทางไกลจากศาลากลางจังหวัด และสนามบินจังหวัดชุมพร พื้นที่อำเภอปะทิว เป็นพื้นที่ใกล้สนามบินจังหวัดชุมพร แต่ยังขาดจุดเด่นในเรื่องสวนเกษตรเมื่อเทียบกับอำเภออื่น

หากพิจารณาจุดเด่นทางการเกษตร พื้นที่อำเภอเมือง อำเภอหลังสวน และอำเภอพะโต๊ะ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ดังนั้นจะมีการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนทั้ง 3 แห่ง เพื่อประเมินศักยภาพการที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

1.2 ผลการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ผลการประเมินพื้นที่ของชุมชนพบว่า **พื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมือง**มีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลโดยภาพรวมมากกว่าพื้นที่อำเภอหลังสวน และ อำเภอพะโต๊ะ และเมื่อพิจารณาศักยภาพแต่ละด้านได้แก่ 1) การรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) การดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 4) การบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าพื้นที่อำเภอเมืองมีศักยภาพสูงกว่าพื้นที่อำเภอหลังสวน และ อำเภอพะโต๊ะ

สรุป ผลจากการสัมภาษณ์ผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐ และการประเมินพื้นที่โดยชุมชน จึงคัดเลือก **พื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมือง**เป็นพื้นที่สำหรับดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

2. ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาการส่งเสริมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปผลเป็น 3 ส่วน คือ 1) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร 2) ผลการศึกษารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (โครงการวิจัยย่อยที่ 2) และ 3) ผลการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร (โครงการวิจัยย่อยที่ 1) ดังนี้ คือ

2.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สรุปได้ดังนี้

1) จังหวัดชุมพรมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังขาดศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล เพราะจากการประเมินทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อม ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นไปตามเกณฑ์เพื่อคนทั้งมวล

2) จังหวัดชุมพรมีศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จากข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT

3) มีศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว จากข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและการวิเคราะห์ SWOT พบว่าภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวในทุกมิติ ผู้นำชุมชนมีความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

4) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าชุมชนสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปได้ แต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริการนักท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

2.2 ผลการศึกษาการพัฒนาารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (โครงการย่อยที่ 2)

ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 นำไปสู่การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ (product) ตามแผนการตลาดจากโครงการย่อยที่ 1 จึงแบ่งองค์ประกอบของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ พื้นที่กิจกรรมหลัก พื้นที่กิจกรรมรอง และพื้นที่ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในตำบลถ้าสิ่งกำหนดการพัฒนาเป็น 3 ส่วน อิงตามกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้ คือ

1) การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมหลัก

กำหนดพื้นที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้าสิ่งให้เป็นพื้นที่กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยกิจกรรมที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้าสิ่งประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ และกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่างๆ

1.1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

- (1) การให้ความรู้เกี่ยวกับกาแพ สายพันธุ์ วิธีการปลูก การเก็บเมล็ดกาแพ
- (2) กระบวนการแปรรูปกาแพ ตั้งแต่เริ่มคัดแยกเมล็ดกาแพ การอบเมล็ดกาแพ การวัดความชื้นเมล็ดกาแพ การบ่มกาแพ การคั่วกาแพ จนเป็นกาแพสำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ

1.2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

- (1) ชมกระบวนการผลิตกาแพ เริ่มตั้งแต่ การรับซื้อเมล็ดกาแพจากเกษตรกร การคัดแยกเมล็ดกาแพ การสีสด การสีกะลา การอบเมล็ดกาแพด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ การวัดความชื้นเมล็ดกาแพ การบ่มกาแพ การคั่วกาแพ การบดกาแพ และการบรรจุหีบห่อ
- (2) ชมการเพาะต้นกล้ากาแพ
- (3) ชมสวนผสมผสาน ประกอบด้วย ทุเรียน และกาแพ เป็นต้น

1.3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่าง ๆ ประกอบด้วย

- (1) ฐานเรียนรู้เกี่ยวกับกาแพ ร่วมกิจกรรมการคั่วกาแพ คัดเลือกเมล็ดกาแพ และทดลองชิมกาแพ
- (2) ฐานการสาธิตการแปรรูปพืชผลทางการเกษตร และร่วมทดลองลงมือปฏิบัติ เช่น แปรรูปทุเรียน สลัด กล้วย

2) การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมรอง

พื้นที่สวนเกษตรผสมผสานในตำบลถ้าสิ่งที่มีศักยภาพพร้อมสำหรับการปรับปรุงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนทั้งมวล โดยพื้นที่นี้อาจจะมีมากกว่า 1 แห่ง ซึ่งในงานวิจัยนี้จะใช้พื้นที่เกษตรอินทรีย์สวนนรินทร์เป็นพื้นที่ตัวอย่าง จะแบ่งกิจกรรมในพื้นที่สวนนรินทร์ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการเยี่ยมชมพื้นที่สวน และกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

2.1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

- (1) การให้ความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ในสวน ได้แก่ ทุเรียน กล้วยหอมทอง และพืชสมุนไพร

(2) กระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต และจัดจำหน่าย เช่น ทูเรียน กล้วยหอมทอง เป็นต้น

(3) กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทูเรียนและกล้วย

2.2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่างๆ ประกอบด้วย

(1) ชมการปลูกพืชแบบสวนผสมผสาน ซึ่งในสวนนรินทร์นี้มีทูเรียน และกล้วยหอมทองเป็นหลัก

(2) ชมวิธีการปลูกพืชโดยใช้เกษตรอินทรีย์

2.3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ประกอบด้วย

(1) ฐานเรียนรู้การผลิตปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดเพื่อใช้ในการปรับปรุงดินและใช้ทดแทนปุ๋ยเคมี

(2) ฐานการเรียนรู้การผลิตทูเรียนตามระบบจัดการคุณภาพ (GAP)

3) การพัฒนาพื้นที่ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

คณะผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงพื้นที่ส่วนหนึ่งของโกดังเก็บกาแฟบริเวณชั้นล่างซึ่งเดิมใช้เป็นพื้นที่สำนักงานของวิสาหกิจชุมชน และเสนอให้ปรับปรุงเป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทั้งผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป รายละเอียดการปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวลได้ ดังตัวอย่างแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวล

การปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับคนทั้งมวล ชุมชนถ้ำสิงห์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	นักท่องเที่ยว พิการทางการเคลื่อนไหว	นักท่องเที่ยว พิการทางการได้ยิน	นักท่องเที่ยว พิการทางสายตา	ผู้สูงอายุ
1. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์				
- ปรับย้ายพื้นที่สำนักงานของวิสาหกิจชุมชนขึ้นไปบนพื้นที่ต่อเติมใหม่ชั้น 2				
- ปรับปรุงพื้นที่สำนักงานเดิมให้เป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป	●	●	●	●
- ปรับเพิ่มปุ่มผิวต่างสัมผัสสำหรับผู้พิการทางสายตา ในบริเวณทางเดินเข้า-ออกร้านค้าจำหน่ายสินค้า			●	
2. พื้นที่จัดวางสินค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์				
- ปรับระดับขั้นวางของบางส่วนให้อยู่ในระดับที่ผู้ใช้รถเข็นวีลแชร์สามารถหยิบได้	●			●
- จัดช่องทางเดินให้มีระยะที่รถเข็นวีลแชร์เข้าไปได้	●			●
- ปรับระดับทางเข้าให้มีทางลาดเพื่อรถเข็นวีลแชร์เข้าได้	●			●
- มีมุมตัวอย่างให้ชมผลิตภัณฑ์ต่างๆ	●	●	●	●

หมายเหตุ ● ได้รับผลโดยตรง ○ ได้รับผลโดยอ้อม

2.3 ผลการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร (โครงการวิจัยย่อยที่ 1)

จากผลการศึกษาของโครงการวิจัยย่อยที่ 1 เกี่ยวกับ 1) ข้อดี ข้อเสีย โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในพื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ 2) แนวปฏิบัติที่ดีของหน่วยต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน 3) พฤติกรรม ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน (6 As) และความคาดหวังต่อนโยบายการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล 4) ผลการศึกษาค้นคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญผู้พิพากษาต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล และ 5) ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการกับชุมชนพื้นที่ถ้ำสิงห์ในการพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การกำหนดรูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในการศึกษาวิจัยนี้อิงจากแนวคิดของการตลาดการบริการประกอบด้วยส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน คือ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) การส่งเสริมการตลาด 4) การจัดจำหน่าย 5) กระบวนการให้บริการ 6) ผู้ให้บริการ และ 7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่กำหนดขึ้นเป็นส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ดังนี้ คือ

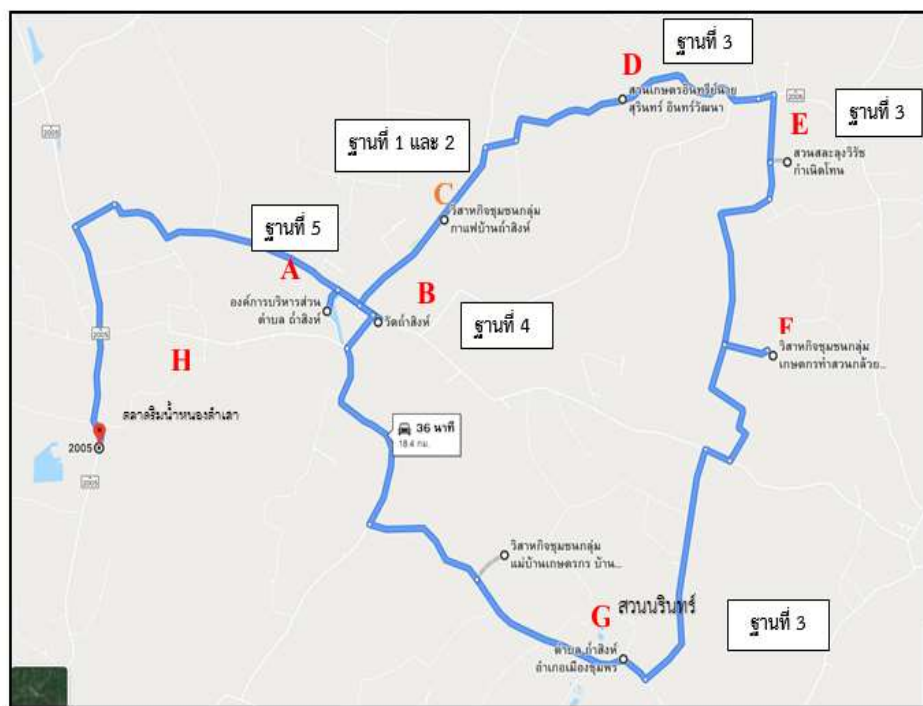
1) การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร เน้นที่ความพร้อมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวล แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล สรุปลักษณะที่ชุมชนมีความพร้อมได้ 5 ฐาน (แสดงตำแหน่งฐานความรู้ในภาพที่ 2) คือ

ฐานที่ 1 ศูนย์เรียนรู้การแปรรูปกาแฟ (ตำแหน่งในภาพที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ C คือ พื้นที่วิสาหกิจชุมชนกาแฟถ้ำสิงห์) กิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้กระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตกาแฟ และการลดการใช้พลังงานจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ-ชุมพร และร่วมกิจกรรมคัดเลือก และ คั่วกาแฟ รวมทั้งการชิมกาแฟ และซื้อฝาก กิจกรรมในฐานที่ 1 เน้นกระบวนการแปรรูปกาแฟ ตั้งแต่เริ่มคัดแยกเมล็ดกาแฟ การอบเมล็ดกาแฟ การวัดความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ กระทั่งเป็นกาแฟสำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ

ฐานที่ 2 ชมสวนกาแฟ (ตำแหน่งในภาพที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ C คือ พื้นที่วิสาหกิจชุมชนกาแฟถ้ำสิงห์) โดยกิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับความรู้เกี่ยวกับสวนเกษตรกาแฟ วิธีการปลูก และการดูแลสำหรับกิจกรรมในฐานนี้เน้นการสาธิตกระบวนการเพาะปลูก และการทดลองเพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้

ฐานที่ 3 ศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสาน (ตำแหน่งในภาพที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ D, E, F, G คือ พื้นที่สวนสุรินทร์ สวนสละลุงวิรัช สวนกล้วยหอม และสวนนรินทร์) กิจกรรมในฐานนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิธีการปลูก

และชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และการผลิตทุเรียนนอกฤดูกาล ขึ้นกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเลือกชมสวนซึ่งอาจเป็น 1-2 สวน กิจกรรมในฐานนี้เน้นการเดินเที่ยวชมสวน การเรียนรู้วิธีการปลูกตั้งแต่การผสมเกสร การกำหนดระยะถี่-ห่าง ของต้น กระทั่งถึงการเก็บผลผลิต และการแปรรูปผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ



ภาพที่ 2 ตำแหน่งฐานความรู้

ฐานที่ 4 เป็นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น วัดถ้ำสิงห์ และลานวิถีไทยวัดนักบุญยอแซฟถ้ำสิงห์ (ตำแหน่งแสดงในภาพที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ B) กิจกรรมในฐานนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ประสบการณ์เพิ่มเติมหลังจากร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตร

ฐานที่ 5 ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการน้ำ ระบบธนาคารน้ำใต้ดิน (ตำแหน่งแสดงในภาพที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ A) กิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิธีการจัดการน้ำฝน รูปแบบของการสร้างธนาคารน้ำใต้ดิน และประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ

2) ราคาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาค่าบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน ในแต่ละพื้นที่นั้นมีการกำหนดราคาค่าบริการที่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าต้องการทำกิจกรรมใดบ้าง โดยค่าใช้จ่ายจะอยู่ในช่วงเฉลี่ย 100 - 900 บาท ต่อคน ซึ่งการกำหนดราคาในการศึกษาครั้งนี้สรุปแนวทาง ดังนี้

2.1) แนวคิดการกำหนดราคาในช่วงแรกควรควรกำหนดราคาไม่สูง มีการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการประมาณช่วง 3-6 เดือนแรก

2.2) ระบุราคาที่ชัดเจนในแผ่นพับ และสื่อการตลาดออนไลน์ที่ชุมชนจัดทำ เช่น เว็บไซต์

2.3) ร่วมกับธนาคารในการใช้ Mobile Application ชำระเงิน

3) การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการส่งเสริมการตลาดจะเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้นจะสร้างเครื่องมือการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์

3.1) เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่

(1) มีการพัฒนาเว็บไซต์สากลที่นักท่องเที่ยวทั้งหมดสามารถเข้าถึง ส่วนนี้จำเป็นต้องขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ

(2) พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการตลาดผ่านการใช้มีสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

3.2) เครื่องมือการสื่อสารออฟไลน์

(1) มีการจัดทำแผ่นพับโดยการพัฒนาเนื้อหาให้ครบทั้ง 5 ด้านคือ (1.1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน (1.2) การเดินทางและที่พัก (1.3) ร้านอาหารและของที่ระลึก (1.4) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และ (1.5) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ส่งผ่านทางสมาคมผู้พิการ

(2) กำหนดกิจกรรมเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนประจำปีชัดเจน

(3) ร่วมออกบูธ

4) การจัดจำหน่าย การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการจัดจำหน่ายจะเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

4.1) การปักหมุดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบน Google Map เพื่อให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน

4.2) มีการพัฒนาแผนที่ที่ชัดเจนในสื่อต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ตั้งที่ชัดเจน

4.3) มีป้ายบอกทางที่ระบุชัดเจนว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งหมดโดยใช้สัญลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถบริการนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้

4.4) นำระบบออนไลน์มาใช้ในช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร

5) กระบวนการให้บริการ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดกระบวนการให้บริการจะเน้นที่กระบวนการของกิจกรรมในแต่ละฐานความรู้ และรวมทั้งมีการพัฒนาการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน ดังนี้

5.1) มีการจัดการบริการตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555)

5.2) ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดกระบวนการให้บริการแต่ละฐานความรู้ รวมทั้งกระบวนการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งหมด แต่ละกลุ่ม โดยทุกขั้นตอนของกิจกรรมต้องเน้นความปลอดภัย

5.3) ชุมชนร่วมกำหนดโปรแกรมของการท่องเที่ยวในพื้นที่และมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากกลุ่มสมาชิกพื้นที่ในชุมชนอื่นมาร่วม

6) ผู้ให้บริการ การพัฒนาส่วนประสมผู้ให้บริการจะเน้นการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดย

6.1) แนวคิดชุมชนมีความรู้และทักษะในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งหมด

6.2) มีการจัดฝึกอบรมชุมชนเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด เช่น การใช้ภาษา มือในการทักทาย และความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

6.3) ชุมชนมีบุคลากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้

7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาส่วนประสมสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนี้

7.1) ชุมชนพร้อมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด ตามตัวชี้วัดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่

7.2) ชุมชนร่วมกันสร้างบรรยากาศในพื้นที่มีความปลอดภัย ปลอดภัยเคมีในการทำเกษตร

7.3) มีอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งานในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ

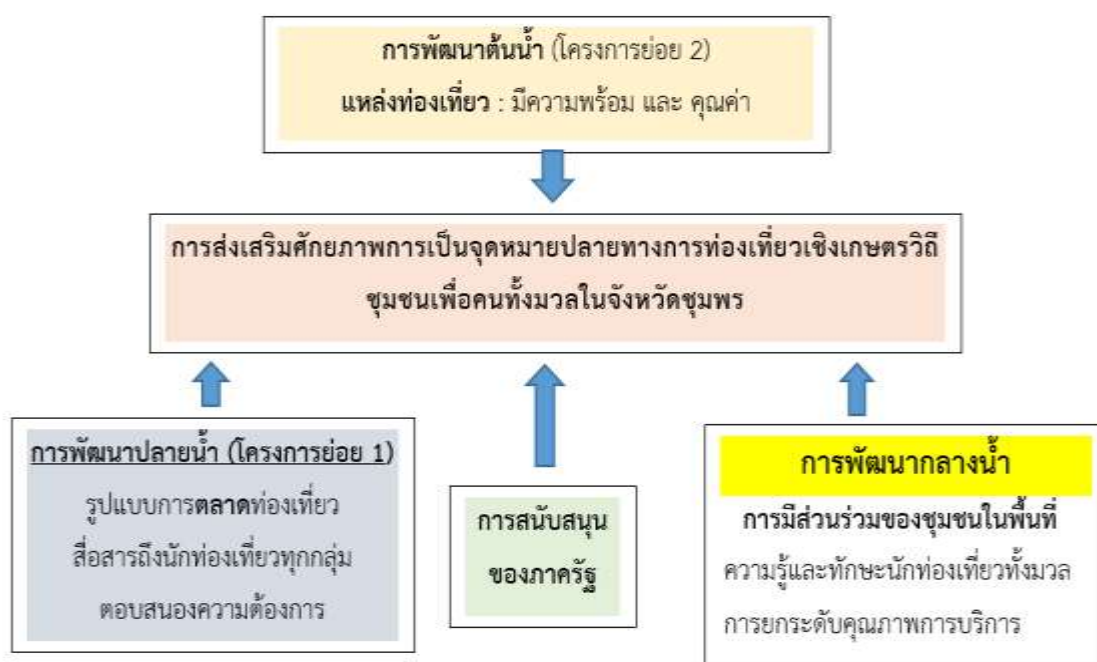
3. แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาวิจัยจากทั้ง 2 โครงการย่อย นำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สรุปภาพที่ 3

จากภาพที่ 3 การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปเป็นกระบวนการได้ 3 ขั้นตอน คือ 1) การพัฒนาต้นน้ำ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับคนทั้งมวล 2) การพัฒนากลางน้ำ หมายถึง การพัฒนาชุมชนให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งหมด และ 3) การพัฒนาปลายน้ำ หมายถึง การสื่อสารข้อมูลทั้งต้นน้ำและกลางน้ำไปยังนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้อย่างทั่วถึง หรือคือการสื่อสารการตลาด โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุน ดังนี้ คือ

3.1 การพัฒนาต้นน้ำ หมายถึง การพัฒนาพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งหมด คือ จากผลการวิจัยนี้สามารถสรุปเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ

สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมาย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนแห่งอื่นต่อไปได้ ว่า พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ประกอบด้วย **พื้นที่กิจกรรมหลัก พื้นที่กิจกรรมรอง และ ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน** ซึ่งการจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ คำนึงถึงการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มพิการทางการเคลื่อนไหว พิการทางการได้ยิน พิการทางสายตา และกลุ่มผู้สูงอายุ โดยให้ทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ทั้งนี้รูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายในแต่ละพื้นที่กิจกรรม สำคัญที่จำเป็นต้องปรับปรุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลนั้น ประกอบด้วย ถนน และทางเข้าออก ที่จอดรถ ทางลาด ทางเดินและทางสัญจร บันได ราวจับ ราวกันตกและผนังกันตก ห้องน้ำ เพอร์นิเจอร์ภายในอาคาร ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง และระบบระบายน้ำ



ภาพที่ 3 การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่จัดเป็นกิจกรรมที่สำคัญคือการเข้าชมสวนเกษตร ทรัพยากรกายภาพสำคัญที่จำเป็นต้องปรับปรุงคือ ทางเดินและทางสัญจร ทางลาด และราวจับ โดยแต่ละสวนควรกำหนดเส้นทางการเดินเข้าชมพื้นที่ให้ชัดเจน

การสื่อความหมาย เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล จึงต้องให้ความสำคัญกับป้าย สัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีการสื่อความหมายถึงคนทุกกลุ่ม ดังนั้นในการอธิบาย ถ่ายทอด และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาจจำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อความหมายที่แตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวผู้พิการ

ทางการได้ยิน อาจใช้สื่อประกอบการบรรยายที่มีผู้บรรยายด้วยภาษามือ หรือการใช้ QR Code ติดไว้ที่สื่อหรือบอร์ดให้ความรู้ต่างๆ เพราะในปัจจุบันผู้พิการทางการได้ยินนิยมที่จะหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการอ่าน QR Code ผ่าน smart phone สำหรับบางกลุ่ม เช่น ผู้พิการทางสายตาอาจจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย ใช้การอธิบายและสื่อความหมายผ่านสื่อที่ให้นักท่องเที่ยวผู้พิการทางสายตาเข้าชมโดยใช้คอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กที่มีแป้นพิมพ์เป็นอักษรเบรลล์ เป็นต้น

สรุป แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ควรเริ่มด้วยการพัฒนาทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ คือการพัฒนาต้นน้ำ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะการพัฒนาต้นน้ำประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังนี้ คือ

ประเด็นที่ 1 : การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายสื่อความหมายให้ได้มาตรฐาน

ผลลัพธ์ แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 2 : การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ผลลัพธ์ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถจัดรายการนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า

ประเด็นที่ 3 : การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

ผลลัพธ์ นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า

แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

3.2 ข้อเสนอแนะการพัฒนากลางน้ำ คือกระบวนการที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล คือ การพัฒนาการพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล และ มีความพร้อมในการจัดกระบวนการให้บริการ (Process) แก่

นักท่องเที่ยวทั้งมวลให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555) ประกอบด้วยตัวชี้วัด 5 ข้อ คือ

1) การให้บริการ ต้องมีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ได้อย่างถูกต้อง มีความสุภาพ อ่อนน้อมต่อการให้บริการ ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

2) การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ต้องมีการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร เช่น มีบริการเว็บไซต์หน่วยงาน แสดงข้อมูลที่คนพิการสามารถใช้งานได้ (W3C) มีบริการเอกสารข้อมูลอักษรเบรลล์หรือเทคโนโลยีอื่น ๆ และมีบริการล่ามภาษามือหรือบริการสื่อสารกับคนพิการทางการได้ยินหรือเทคโนโลยีอื่นๆ

3) การให้บริการอุปกรณ์ เครื่องช่วยอำนวยความสะดวก เช่น มีบริการเก้าอี้เข็นคนพิการและรถเข็นเด็ก บริการที่วางสิ่งของ บริการที่นั่งพัก ทุกระยะ ๒๐๐ เมตร และบริการที่เปลี่ยนผ้าอ้อม

4) การให้บริการด้านการรักษาพยาบาล ต้องมีการให้บริการด้านการรักษาพยาบาล เช่น มียาสามัญประจำบ้าน และชุดปฐมพยาบาลที่มีคุณภาพ ไม่หมดอายุและจัดเตรียมไว้ในจุดที่เหมาะสม พร้อมใช้งาน มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายสถานพยาบาลต้องมีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ได้อย่างถูกต้อง มีความสุภาพ อ่อนน้อมต่อการให้บริการ ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว สามารถให้บริการสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว และมีหน่วยพยาบาลเบื้องต้นหรือห้องพยาบาลในหน่วยงาน

5) การให้บริการในการเดินทาง ต้องมีการให้บริการในการเดินทาง เช่น มีบริการเคลื่อนย้าย (ขึ้น - ลง) พาหนะ มีบริการยานพาหนะที่คนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ สามารถร่วมใช้ได้ และมีบริการยานพาหนะสำหรับคนพิการโดยเฉพาะ (รถตู้ไฮดรอลิคหรืออื่นๆ)

ตัวอย่างการกำหนดกระบวนการการให้บริการแต่ละจุดในฐานความรู้ โดยมีทั้งกระบวนการเล่าจริงผ่านชุมชน หรืออัดคลิปวิดีโอ หรือทำ QR CODE

ผู้ให้บริการควรได้รับการอบรมเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล

ตัวอย่างหลักสูตรการจัดฝึกอบรม

(1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

(1.1) นิยามนักท่องเที่ยวทั้งมวล

(1.2) สิทธิและความเสมอภาค ภาพลักษณ์ ภาษา และทัศนคติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

(2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งมวล

(3) จิตวิทยาและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล

(4) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการประเภทต่าง ๆ

(5) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

(6) การฝึกปฏิบัติการกับวิทยากรนักท่องเที่ยวทั้งมวลในเรื่องการสื่อสารและการสื่อความหมาย

ดังนั้น ข้อเสนอแนะการพัฒนากลางน้ำประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังตารางที่ 2 คือ

ประเด็นการพัฒนา : การยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้และทักษะในการให้บริการนักท่องเที่ยว
ทั้งมวลได้มาตรฐาน

ผลลัพธ์ : แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนา

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.1 หลักการและเหตุผล	ชุมชนและผู้ประกอบการยังขาดความรู้และทักษะด้านการบริการเพื่อ นักท่องเที่ยวทั้งมวล ดังนั้น จังหวัดชุมพรจำเป็นต้องเร่งพัฒนาชุมชนและ ผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ ซึ่ง จะส่งผลให้จังหวัดชุมพรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความสามารถในการ แข่งขันมากยิ่งขึ้น โครงการยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้ง มวลเป็นโครงการเน้นพัฒนาผู้ประกอบการรายเล็กและวิสาหกิจชุมชนเพื่อ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้ประกอบการได้ อบรมร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และช่วยกันยกระดับคุณภาพการ บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวลในจังหวัดชุมพร
1.2 วัตถุประสงค์	เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนด้านทักษะการพัฒนาสินค้า และการบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล
1.3 ผลผลิต	1) หลักสูตรและคู่มือการจัดอบรม 2) คู่มือการเรียนรู้และการพัฒนาด้วยตนเองด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อ คนทั้งมวล 3) นวัตกรรมบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนากลางน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 2) ผู้ประกอบการและชุมชนสามารถจัดการบริการเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้อย่างมีคุณภาพ 3) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี
1.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) พัฒนาหลักสูตรและรูปแบบการอบรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนโดยมุ่งเน้นกลุ่มที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 2) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการโดยเน้นกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 3) ส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมการประกวดการจัดบริการการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวลที่จัดภายใต้โครงการระดับกลุ่มจังหวัด
1.6 พื้นที่เป้าหมาย	ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรจำนวน 16 แห่ง
1.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 3) สำนักงานจังหวัดชุมพร 4) สถาบันการศึกษาในจังหวัดชุมพร
1.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 10 ล้านบาท ปี 2564 งบประมาณ 5 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 5 ล้านบาท

3.3 ข้อเสนอแนะการพัฒนาปลายน้ำ หมายถึง กระบวนการที่จะสื่อสารข้อมูลต้นน้ำ กลางน้ำไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวล (ภาพที่ 3) ซึ่งกระบวนการนี้จะหมายถึงรูปแบบการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิธีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (โครงการย่อย 1) ที่มีการส่งเสริมการตลาดที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ทั่วถึง (Promotion)

จากผลวิจัยเกี่ยวกับข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (6As) คือ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุ เช่น ทางเดิน ห้องน้ำ ทางลาด ที่นั่งรอ ลานจอดรถ เป็นต้น และรองลงมา คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สวยงาม และมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้พิการต่อนโยบายการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล พบว่าประเด็นเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการคาดหวังมากที่สุด คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อันดับที่ 2 คือ ข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารและของที่ระลึก อันดับที่ 3 คือ ข้อมูลการเดินทางและที่พัก อันดับที่ 4 คือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เช่น ข้อมูลความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดเกี่ยวกับทางลาด ทางเดิน ที่จอดรถและห้องน้ำสำหรับผู้พิการ อันดับที่ 5 คือ ข้อมูลสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลระบุเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน และราคาโปรโมชั่นของบัตรโดยสาร เป็นต้น

เมื่อพิจารณารายประเด็นที่คาดหวังจากค่าเฉลี่ย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกายคาดหวังประเด็นข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายคาดหวังประเด็นข้อมูลสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางสายตามีความคาดหวังประเด็นข้อมูลการเดินทางและที่พัก

สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าชุมชนซึ่งเป็นผู้ดำเนินการแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้พิการนั้น ควรมีการจัดทำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ครอบคลุมทั้ง 5 ประเด็นข้างต้นอย่างครบถ้วน ทั้งนี้ก็ควรคำนึงถึงข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวผู้พิการแต่ละกลุ่มด้วย ซึ่งในปัจจุบันชุมชนหรือผู้ให้บริการแหล่งท่องเที่ยวสามารถประยุกต์นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวผู้พิการได้มากขึ้น เช่น การออกแบบเว็บไซต์ตามข้อกำหนดทางการออกแบบเว็บไซต์ WCAG ขององค์การ W3C การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊ก ยูทูบ และการนำระบบ QR Code มาใช้เชื่อมโยงเนื้อหาในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นต้น จุดประสงค์ก็เพื่อให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน

ตัวอย่างการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เพื่อคนทั้งมวล

การตลาดผ่านเว็บไซต์ที่ทุกคนเข้าถึงได้ (Web Accessibility) การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อผู้พิการ และผู้สูงอายุในครั้งนี้ สามารถรองรับลักษณะการใช้งานได้ 4 ประเภท คือ 1) โปรแกรมช่วยอ่านออกเสียงบนหน้าจอสำหรับผู้พิการทางสายตา 2) แป้นพิมพ์สำหรับผู้พิการแขน เช่น การออกแบบแป้นพิมพ์ให้ใช้ปากและศีรษะ 3) การใส่คำบรรยายในสื่อมัลติมีเดียสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน และ 4) เมนูสำหรับเสียงสี การขยายหน้าจอของเว็บไซต์สำหรับผู้มีสายตาเลือนราง หรือผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการมองเห็น



ภาพที่ 4 ตัวอย่างของเว็บไซต์สากลที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

ดังนั้น ข้อเสนอแนะการพัฒนาปลายทางประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังตารางที่ 3 คือ

ประเด็นการพัฒนา : การยกระดับการสื่อสารการตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล

ผลลัพธ์ : นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้รวดเร็วและถูกต้อง
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาปลายทาง

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับการสื่อสารการตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.1 หลักการและเหตุผล	การสื่อสารการตลาดเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่รวมทั้งเข้าใจและยอมรับความคิดและพฤติกรรมของคนในชุมชน การสื่อสารการตลาดยังเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง
1.2 วัตถุประสงค์	เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
1.3 ผลผลิต	สื่อการตลาดแบบบูรณาการ

ตารางที่ 3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาปลายน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับการสื่อสารการตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งหมด
1.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัด ความสำเร็จ	1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากสื่อการตลาดแบบบูรณาการ 2) นักท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น
1.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) จัดทีมงานศึกษาและวิเคราะห์ความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชุมพรและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยว 2) จัดทีมงานศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพซึ่งสามารถพัฒนาเป็นตลาดหลักของจังหวัดชุมพรและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพื่อวิเคราะห์สื่อและช่องทางที่สามารถเข้าถึงและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าว 3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร และผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรเพื่อร่วมกันกำหนดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการตลาด เช่น การร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การร่วมกันจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น 4) จัดทำสื่อการตลาดแบบบูรณาการและกระจายสื่อสู่นักท่องเที่ยวตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพ 5) ส่งเสริมการตลาดทางตรงกับชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย (expat) เพื่อกระตุ้นให้กลุ่ม expat ชักชวนเพื่อนและญาติในประเทศของตนที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
1.6 พื้นที่เป้าหมาย	ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรจำนวน 16 แห่ง
1.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอด แผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 3) สำนักงานจังหวัดชุมพร
1.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 20 ล้านบาท (ปี 2564 งบประมาณ 10 ล้านบาท และปี 2565 งบประมาณ 10 ล้านบาท)

สรุป แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย (1) การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมทางทรัพยากร สภาพแวดล้อม การสื่อความ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล (2) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาและเสริมสร้างองค์ความรู้ให้พร้อมเป็นผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล (3) การพัฒนาสื่อและช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งมวล และ (4) มีหน่วยงานของภาครัฐช่วยสนับสนุน

ชื่อเรื่อง : การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ชื่อผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง และคณะ

ปีที่ศึกษาแล้วเสร็จ : 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 1) การเลือกพื้นที่ศึกษา โดยการรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจำนวน 6 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และรวบรวมข้อมูลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากเจ้าของสวนเกษตร หรือที่ได้รับมอบหมาย ใน 3 พื้นที่ คือ 1) อำเภอเมือง 2) อำเภอหลังสวน และ 3) อำเภอพะโต๊ะ พื้นที่ละ 30 คน 2) การวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการประเมินสภาพทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์ SWOT โดยชุมชนที่ศึกษา การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลโดยการศึกษาจากนักท่องเที่ยวทั้งมวลที่ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวผู้พิการ และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เชี่ยวชาญด้านผู้พิการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า 1) พื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมือง เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา เพราะมีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลโดยภาพรวมมากกว่าพื้นที่อำเภอหลังสวน และ อำเภอพะโต๊ะ 2) ชุมชนในพื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมืองมีศักยภาพเรื่องการจัดการ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจ แต่พื้นที่ศึกษายังขาดศักยภาพในการรองรับและความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล และ 3) ข้อเสนอแนะควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยการพัฒนาศูนย์การคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาป้ายสื่อความหมาย และผลิตภัณฑ์เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและนักท่องเที่ยวทั้งมวลสามารถร่วมกิจกรรมได้ ชุมชนควรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะการให้บริการแก่คนทั้งมวล และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการจัดทำสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งมวล และภาครัฐควรสนับสนุนการส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลด้วย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล จังหวัดชุมพร

Title : Promoting the Potential of Community Based Agro-tourism Destination
for All in Chumphon Province

Researchers : Assistant Professor Dr. Suree Khemthong et al.

Year : 2020

Abstract

The purposes of this study were: 1) to analyze the potential of being Community based agro-tourism destination for all in Chumphon province, and 2) to suggest guidelines for enhancing the potential to be a destination for Community based agro- tourism for all in Chumphon Province. The study was a participatory action research. The first research process was an evaluation the choice of study area. Data was gathered from 6 representatives of government organisations related to Community based agro- tourism by a series of interviewing and focus group. A survey checklist evaluation was used to collecting data from the owners of agricultural sites in 3 areas which are 1) Mueang District, 2) Lang Suan District, and 3) Phato District, a total of 30 people per area. For the second stage was an analysis of the potential of being community based agro- tourism destination for all in Chumphon province. The physical resources and environment were evaluated by experts, and the community people with SWOT analysis tool. The feasibility of agro- tourism market for all was analysed by collecting data from all tourists in terms of general tourists and disable tourists. In addition, depth interviews with experts in disability context, and best practice units in agro-tourism were applied. Data were analysed with content analysis and Descriptive statistics.

The results showed that 1) Tham Sing Subdistrict, Muang district was used as a study area because it has the potential to develop as a community based agro-tourism destination more than the Lang Suan and Phato districts. 2) The village located in Tham Sing Subdistrict was identified as the potential of tourism management, and tourism attractions. However, the study area still does not have the capacity to support and providing services for all. 3) The suggestions of study were to improve the physical environment and to develop amenities towards destination accessibility and signboards. Tourism activities products should be diversified and suited for all. Importantly, people in community should attend the training course of tourism service for all. The distribution of online and offline channels was applied to be communicated with all groups of tourists. The Government should support local communities to be the capacity of an agro- tourism destination for all.

Keywords: Community Based Agro-tourism, Tourism for All, Chumphon Province

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	บ
Abstract	ป
สารบัญ	ผ
สารบัญตาราง	พ
สารบัญภาพ	ฟ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย	4
1.3 กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย	4
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2 การทบทวนวรรณกรรม	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	9
2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	19
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเพื่อคนทั้งมวล	22
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเพชรพลวัต	26
2.7 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดและการสื่อสาร	27
2.8 แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวลและการสื่อความหมาย	38
2.9 บริบทของจังหวัดชุมพร	47
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
2.11 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	64

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย	67
3.1 การเลือกพื้นที่ดำเนินการวิจัย	67
3.2 การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อย	68
 4. ผลการศึกษา	 71
4.1 ความคิดเห็นต่อพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน ในจังหวัดชุมพร	71
4.2 ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิง เกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	76
4.3 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	87
 5. สรุปและอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	 95
5.1 สรุปและอภิปรายผล	95
5.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	110
 บรรณานุกรม	 123
ภาคผนวก	130
ก. แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อ คนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	131
ข. แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว เชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร	142

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในจังหวัดชุมพร ปี 2556-2559	2
2-1 แหล่งข้อมูลที่พักท่องเที่ยวสืบค้น	30
2-2 การเบิกจ่ายงบประมาณจังหวัดชุมพร	55
2-3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดชุมพร ประจำปี 2555 - 2557	56
2-4 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ปี 2556-2558	56
2-5 รายได้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน และหนี้สินต่อครัวเรือน จำแนกตาม ฐานเศรษฐกิจ สังคมของครัวเรือน ปี 2556-2558	57
4-1 ลักษณะพื้นที่ที่ได้รับการเสนอจากตัวแทนภาครัฐ	72
4-2 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร	74
4-3 ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และ อุปสรรค ของชุมชนตำบลถ้ำสิงห์	76
4-4 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล	81
4-5 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมรองเพื่อรองรับคนทั้งมวล	85
4-6 การปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวล	86
5-1 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจาก SWOT	103
5-2 รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	109
5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาด้านน้ำ	112
5-4 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาด้านน้ำ	118
5-5 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาลายน้ำ	120

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1	กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย
2-1	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
2-2	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2-3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
2-4	กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
2-5	ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์
2-6	ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากสารสนเทศ
2-7	ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากกิจการ
2-8	ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค
2-9	การตลาดเชิงประสบการณ์
2-10	แผนภูมิแสดงตัวเลขและผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด
2-11	อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดชุมพร ปี 2555 – 2557
2-12	กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย
3-1	ภาพรวมการดำเนินการของแผนงานวิจัย
4-1	กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
4-2	ตำแหน่งฐานความรู้
5-1	ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้ประกาศยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เน้นที่การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี ระยะที่ 1 ปี 2560-2564 ได้เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ และขยายเมืองท่องเที่ยวไปยังจังหวัดรองเพื่อเพิ่มการใช้จ่ายต่อหัวต่อทริป เป้าหมาย คือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 6% ต่อปี (จาก 4,900 บาท) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้พิจารณาเส้นทางท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ที่อยู่ในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายส่งเสริมให้จังหวัดชุมพรพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเขตร นอกจากนี้ยังได้กำหนดในแผนการพัฒนาจังหวัดชุมพรว่าในปี 2563 จังหวัดชุมพรจะพัฒนาเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ที่จะนำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ทำการเกษตรกรรมรวมร้อยละ 59 ของพื้นที่จังหวัด ประชาชนร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา กาแฟ ทุเรียน มะพร้าว มังคุด ทั้งนี้จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสตามากที่สุดในประเทศ ปลูกมะพร้าวมากเป็นอันดับสองของประเทศ รองจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปลูกทุเรียนมากเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดจันทบุรี ปลูกปาล์มน้ำมัน และมังคุดมากเป็นอันดับสามของประเทศ สำหรับการปศุสัตว์ จังหวัดชุมพร ไม่มีทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรจึงทำปศุสัตว์เป็นอาชีพเสริม สัตว์ที่นิยมเลี้ยง ได้แก่ ไก่ไข่ เป็ด โคเนื้อ กระบือ สุกร ส่วนการประมง จังหวัดชุมพรมีศักยภาพทางการประมงในระดับสูง ทั้งในด้านการประมงน้ำจืด และทะเล กล่าวคือมีเกษตรกรทำการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดจำนวน 1,526 ครัวเรือน ได้ผลผลิตประมาณ 6,611 ตัน ต่อปี ส่วนการประมงทะเลพบว่ามีเรือประมงพื้นบ้านจำนวน 1,794 ลำ เรือประมงพาณิชย์จำนวน 970 ลำ มีผลผลิตสัตว์น้ำเค็มประมาณ 56,449 ตัน จังหวัดชุมพรมีตลาดขายส่งผลไม้ระดับประเทศ คือ ตลาดมรกต และตลาดผลไม้ภายในจังหวัด คือ ตลาดอวยชัย 3 ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอหลังสวน

แผนพัฒนาจังหวัดชุมพรในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร พ.ศ. 2561-2564 (สำนักงานจังหวัดชุมพร 2561) กำหนดวิสัยทัศน์ “ชุมพรเมืองน่าอยู่ บนพื้นฐานการเกษตรกรรมและการ

ท่องเที่ยวคุณภาพ เชื่อมโยงการพัฒนาสองฝั่งทะเล ” โดยกำหนดตำแหน่งในการพัฒนาจังหวัดชุมพร (Positioning) คือ “การพัฒนาการเกษตร ควบคู่การท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ” จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่าจังหวัดชุมพรยังมีข้อจำกัด (weakness) ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การบริการขนส่งสาธารณะ การให้บริการนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นปัญหาที่ควรเร่งปรับปรุงแก้ไข จากปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร พบว่าทางจังหวัดได้กำหนดโครงการสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดทำศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล ไว้ในแผนพัฒนาจังหวัด 2561-2564 ฉบับทบทวนปี 2562

นอกจากนี้สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร พบว่าการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ โดยในปี 2559 พบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดจำนวน 1.35 ล้านคน มีรายได้ 6,239.87 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในจังหวัดชุมพร ปี 2556-2559

ปี	จำนวนผู้มาเยือน(คน)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ไทย	ต่างชาติ	รวม		ไทย	ต่างชาติ	รวม	
2556	1,028,332	95,390	1,123,722	-	4,477.83	544.46	5,022.29	-
2557	1,107,739	96,238	1,203,977	7.0	4,730.96	549.95	5,280.91	5.2
2558	1,197,913	103,305	1,301,218	8.0	5,268.82	611.73	5,880.55	11.4
2559	1,248,569	108,859	1,357,428	-	5,585.60	654.27	6,239.87	-
2560	625,759	51,415	677,174	-	2,828.82	225.25	3,057.61	-

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชุมพร (2561 : 23)

หมายเหตุ : ข้อมูลปี พ.ศ. 2560 เป็นข้อมูลเบื้องต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จังหวัดชุมพรมีศักยภาพด้านการเกษตร มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากลที่ควบคู่กับการเพิ่มรายได้จากเกษตร เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ความต้องการเพิ่มรายได้จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์และการเพิ่มช่องทางการตลาด รวมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และจังหวัดชุมพรยังมีการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก (ข้อมูลแผนพัฒนาจังหวัดชุมพร 2561 – 2564 อ้างในสำนักงานจังหวัดชุมพร 2561) จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของจังหวัดชุมพร

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการกำหนดนโยบายให้แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนทั้งมวล โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ผู้พิการ สตรีมีครรภ์ ผู้ป่วยพักฟื้น และครอบครัวที่มีเด็กเล็ก รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ลากกระเป๋าเดินทางที่มีล้อหมุน โดยจะต้องสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ได้โดยสะดวก และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมและนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (No One Left Behind) การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) นับเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เป็นการท่องเที่ยวที่คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสภาพร่างกาย สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการสาธารณะ และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ได้ โดยสะดวก ปลอดภัย และปราศจากอุปสรรค ที่อาจเกิดขึ้นจากความแตกต่างทางสภาพร่างกาย อายุ และเพศสภาพ แนวโน้มของตลาดท่องเที่ยวจากกลุ่มนี้ จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวผู้พิการ หรือผู้สูงอายุอาจมีครอบครัว หรือ ผู้ติดตามดูแล มาท่องเที่ยวด้วย จึงทำให้ตลาดการท่องเที่ยวยังเติบโตได้อีกมากเพราะโลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และเนื่องจากการพัฒนาด้านการแพทย์ จะทำให้จำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากกว่า 10% ของประชากรรวมทั่วโลก

การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ควรได้รับการพัฒนาให้มีขึ้นในเมืองท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองรอง เช่น จังหวัดชุมพร ที่มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อรองรับคนทั้งมวลหรือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทั้งนี้นอกจากจะเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับสังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) และส่งเสริมสิทธิความเสมอภาคเท่าเทียมให้แก่คนพิการแล้ว ยังเป็นการยกระดับธุรกิจการท่องเที่ยวของเมืองไทยไปสู่ความเป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความก้าวหน้าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล เพื่อเป็นโอกาสที่จังหวัดชุมพรจะได้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนรูปแบบใหม่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล และมีการพัฒนาสื่อทางการตลาดที่สามารถสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้อย่างทั่วถึง

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดการศึกษาแผนงานวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ได้แก่

โครงการย่อยที่ 1 “การพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

โครงการย่อยที่ 2 “การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

การศึกษา การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ทำให้แนวทางอันประกอบด้วยรูปแบบการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อคนทั้งมวลที่เหมาะสมและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับพื้นที่ในจังหวัดชุมพร และได้รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสมกับคนทั้งมวล นำไปสู่การยกระดับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีมาตรฐาน

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

1.3 กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย

เนื่องจากแผนงานวิจัยนี้ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ดังนั้นการดำเนินการของแผนงานวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ คือการเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดำเนินการวิจัย และการบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผสมผสานจากแนวคิดและทฤษฎีเชิงระบบ ทางการตลาด การท่องเที่ยว ทฤษฎีเพชรพลวัต และการออกแบบเพื่อคนทั้งมวลเป็นหลัก ทำให้ได้กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1-1

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กระบวนการศึกษา (Process)	ผลผลิต/ผลลัพธ์ (Output/Outcome)
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1)แนวคิดการท่องเที่ยวและองค์ประกอบ (6 As) 2)แนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนและการมีส่วนร่วม 3)แนวคิดและทฤษฎีการตลาด 4)ทฤษฎีเพชรพลวัต 5)ทฤษฎีเพื่อคนทั้งมวล 6)หลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล 7)แนวคิดมาตรฐานและคุณภาพทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมเพื่อคนทั้งมวล 8)บริบทของจังหวัดชุมพร	กระบวนการในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 1) การกำหนดพื้นที่ 2) การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3) การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และ อุปสรรค 4) การถอดบทเรียนจากหน่วยต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชน 5) การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งมวล ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป ผู้สูงอายุ และ ผู้พิการแต่ละกลุ่ม 6) การสำรวจความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านผู้พิการ เกี่ยวกับเนื้อหาเพื่อการสื่อสารทางการตลาดกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 7) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อม และรูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวล 8) สรุปแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร	ผลผลิต ได้แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรที่ประกอบด้วย 1) ได้รูปแบบการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวล 2) ได้รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวล
		ผลลัพธ์ต่อจังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรมีความพร้อม 1) ด้านการจัดการตลาด 2) การรองรับคนทั้งมวล 3) จำนวนนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น
		ผลลัพธ์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ 1)ต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสุมชนในจังหวัดอื่น ๆ 2)การบูรณาการกับการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาด้านการตลาดการท่องเที่ยว

ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 คนทั้งหมด หมายถึง นักท่องเที่ยวทุกคนที่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวที่มีความพิการ โดยการศึกษาครั้งนี้เจาะจงนักท่องเที่ยวที่มีความพิการ 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางสายตา (ตาบอดหรือเลือนราง) 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย (หูหนวกหรือหูตึง) และ 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย (ทางกาย) ที่ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุ

การศึกษานี้ได้จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอยู่ในกลุ่มเดียวกับนักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหว

1.4.2 จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งหมด หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งหมดเดินทางมาท่องเที่ยว

1.4.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีเกษตรกรรมที่กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี เป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์สร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชนอย่างยั่งยืน

1.4.4 รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งหมด หมายถึง รูปแบบการดำเนินการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

1.4.5 การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาสู่ทางหรือความเป็นไปได้ของชุมชนในการดำเนินการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งหมด ก่อนที่จะดำเนินการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งหมด เพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยในการตัดสินใจว่าควรจะดำเนินการอย่างไรจึงจะมีความเหมาะสมกับชุมชน

1.4.6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับ สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวจะเดินทางไป ช่วงเวลาที่เดินทางไป รูปแบบของพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง รูปแบบของที่พักระหว่างการเดินทาง กิจกรรมระหว่างการเดินทาง และงบประมาณที่จะใช้ในการเดินทาง เป็นต้น

1.4.7 การสื่อความหมายในบริบททางการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีจุดประสงค์ในการอธิบาย ถ่ายทอด และให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อม โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัส

ด้วยตนเอง โดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะเพียงข้อมูลอย่างเดียว

1.4.8 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวหรือ 6A's ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) ที่พักแรม (Accommodation) 4) กิจกรรม (Activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

1.4.9 การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล หมายถึง การออกแบบสภาพแวดล้อม บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวทุกคนที่ครอบคลุมผู้พิการที่มีข้อจำกัดทางสายตา หรือการได้ยิน หรือการเคลื่อนไหว สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ รวมถึงการปรับสภาพแวดล้อม สถานที่ และสิ่งของเครื่องใช้ให้สามารถรองรับการใช้งานได้เพื่อความสะดวกและปลอดภัยนั่นเอง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1) ด้านเนื้อหา ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดและทฤษฎีเพื่อคนทั้งมวล ทฤษฎีเพชรพลัด (Diamond Model) แนวคิดและทฤษฎีการตลาดและการสื่อสาร แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

2) ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ 2.1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย 2.1.1) ผู้มีส่วนได้เสีย และ 2.1.2) นักท่องเที่ยวทั้งมวล และ 2.2) ผู้แทนจากหน่วยงานต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่ดี (รายละเอียดแสดงในโครงการวิจัยย่อยที่ 1) ดังนี้ คือ

2.1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้มีส่วนได้เสีย และ (2) นักท่องเที่ยวทั้งมวล ดังนี้ คือ

2.1.1) ผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ

- (1) ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- (2) ผู้เชี่ยวชาญในด้านการดูแลบุคคลลักษณะพิเศษ
- (3) ตัวแทน/ผู้นำชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- (4) เจ้าของสวนหรือเกษตรกรในชุมชนตำบลถ้ำสิงห์ ที่มีส่วนร่วมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

2.1.2) นักท่องเที่ยวทั้งมวล ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ

(1) นักท่องเที่ยวผู้พิการ 3 ประเภท คือ 1) นักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย (ทางกาย) ครอบคลุมผู้สูงอายุ 2) นักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย (หูหนวกหรือหูตึง) และ นักท่องเที่ยวที่มีความพิการทางสายตา (ตาบอดหรือเลือนราง) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเกณฑ์คือ นักท่องเที่ยวมีบัตรผู้พิการ และยินยอมให้ข้อมูล

(2) นักท่องเที่ยวทั่วไปที่ยังไม่เคยเดินทางไปจังหวัดชุมพร ใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก

(3) นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเกณฑ์คือ เคยมาท่องเที่ยวสวนเกษตรในจังหวัดชุมพร โดยการแจกผ่านสวนเกษตรในจังหวัดชุมพร

2.2) ผู้แทนจากหน่วยต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่ดีโดยเกณฑ์ในการคัดเลือกนั้นผู้แทนจากหน่วยต้นแบบจะต้องได้รับรางวัลประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนและยังคงดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

3) ด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

3.1) พื้นที่ภายในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย หน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร และชุมชนพื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ (เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกโดยการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน แสดงรายละเอียดในบทที่ 4)

3.2) พื้นที่ภายนอกจังหวัดชุมพร ประกอบด้วยหน่วยต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่ดี จำนวน 3 หน่วย และหน่วยงานที่ดูแลผู้พิการ

4) ด้านเวลา ระยะเวลา 12 เดือน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เป็นแนวทางให้สำนักงานจังหวัดชุมพร นำไปใช้ในการส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

1.6.2 ชุมชนในจังหวัดชุมพรสามารถนำผลลัพธ์ไปใช้ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

แผนงานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร คณะผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ คือ

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเพื่อคนทั้งมวล
- 2.6 ทฤษฎีเพชรพลวัต
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดและการสื่อสาร
- 2.8 แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล
- 2.9 บริบทของจังหวัดชุมพร
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 องค์ประกอบหรือ 3 A's ได้แก่

1) **สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)** เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม

สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 6 ประการ คือ

1.1) ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล น้ำตก หน้าผา บ่อน้ำพุร้อน เกาะแก่ง อุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ ถ้ำน้ำ ชายหาด แหลม เป็นต้น

1.2) ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศบริสุทธิ์สดชื่น อากาศเย็นสบายปลอดโปร่ง หรือไม่หนาวจัดหรือร้อนจัดจนเกินไป เป็นต้น

1.3) คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์หรือมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สถาบันทางการเมือง วัดหรือศาสนสถาน คูเมือง กำแพง เมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชนโบราณ เป็นต้น

1.4) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปกรรม งานเทศกาล หรืองานประเพณี การละเล่นพื้นเมืองหรือพื้นบ้าน พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน การประกอบอาชีพ การทำนา ทำไร่ เป็นต้น

1.5) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ซีวิตยามราตรี โรงมหรสพ สนาม กีฬา สถานเริงรมย์ การแสดงต่าง ๆ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส โบลิ้ง สวนพฤกษศาสตร์ สวนหย่อม ศูนย์สุขภาพอนามัย สวนสาธารณะ เป็นต้น

1.6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวถ้ำ การ เที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การขี่จักรยาน การชมสวนดอกไม้ สวนผลไม้ การชมพื้นที่ปลูกพืชไร่ เป็นต้น

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาใน 6 ด้าน คือ

2.1) ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าการใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้การขนส่งหลายประเภทรวมกันไป เช่น การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน เป็นต้น

2.2) เส้นทางคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความมีมาตรฐานที่ดีในระดับสากลของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอ คุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของรถสาธารณะ และรถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

2.4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมเป็นหมู่คณะทั้งกลุ่มเล็ก และกลุ่มใหญ่ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและครอบครัว

2.5) บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ ที่ซ่อมแซมบำรุงรถ เป็นต้น

2.6) ปัญหาการจราจรที่อาจขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่นปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถบริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้อย่างประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยววันมากขึ้น หรือต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

3.1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

3.2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ซุ้มเข้า ป้าย เครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ แสงสว่าง ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดของเสีย และน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ชั้บบันได เป็นต้น

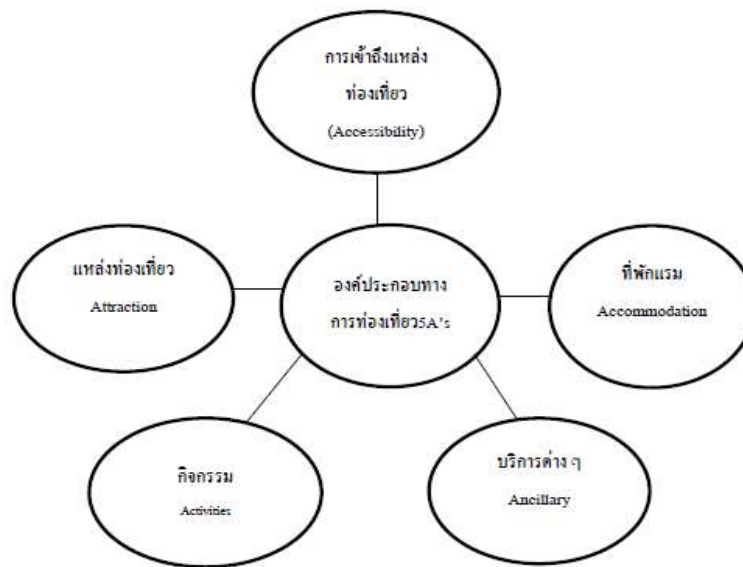
3.3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

3.4) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ป้ายต้อนรับ นักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่น ๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ เป็นต้น

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ (1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) (2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และ (3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) แต่ละองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่องค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ จึงอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการมาเกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้วการท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพทางกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัย (5A's) ดังภาพที่ 2-1 ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พักแรม (Accommodation) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรม Activities) บริการต่าง ๆ (Ancillary) ดังนี้ คือ



ที่มา : พยอม ธรรมบุตร (2549)

ภาพที่ 2-1 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนนทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยว

2) ที่พักแรม (Accommodation) เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวซึ่งต้องค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ (Homestay) เกสเฮาส์ เป็นต้น

3) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึงลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม งานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชน

4) กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่ง

กิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำน้ำ การทอดผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ การดำน้ำ การดูปะการัง การเดินป่า การดูนก หรือ กิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

5) บริการต่าง ๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล ปั๊มน้ำมัน เป็นต้น

Buhalis (2000) ได้อธิบายองค์ประกอบที่สำคัญของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ประกอบไปด้วย 6 ประการ หรือ 6A's ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง รวมถึงสถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ

2) การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ การจัดเลี้ยงและบริการการท่องเที่ยว

4) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available packages) หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางหรือบริษัททัวร์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนหรือท้องถิ่น

5) กิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรมที่สามารถสื่อความหมายของวิถีชุมชนหรือท้องถิ่นที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่

6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพรชาณีย์ ตลาดหรือร้านขายของในชุมชน และโทรคมนาคม

ซึ่งสอดคล้องกับ Pike (2008) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) กิจกรรม Activities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6A's ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) ที่พักแรม

(Accommodation) 4) กิจกรรม (Activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มาบูรณาการในการวิจัย

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนานุกรม (2541) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างพลังความเข้มแข็งให้ชุมชน และสามารถตอบสนองนำไปสู่พัฒนาสู่กระบวนการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้มิติอันหลากหลายและเป็นองค์รวม ดังนี้

- (1) มิติด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเรียนรู้ และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งจำกัดให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
- (2) มิติด้านการเมือง กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่าง โดยการสร้างกระบวนการวางแผน และตัดสินใจในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
- (3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม (เมือง-ชนบท) เพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งการเท่าทันต่อวัฒนธรรมแบบเมืองที่เติบโตอย่างรวดเร็ว
- (4) มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวสู่การกระจายรายได้ และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวเกิดกับชุมชนอย่างแท้จริง ประชาชนในพื้นที่จะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาและควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ภายใต้มิติที่ไม่ขัดแย้งกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

2.2.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

แนวความคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation) ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชนบท ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ที่มุ่งเน้นคนเป็นสำคัญมากกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้พยายามเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากระดับบนลงล่าง (Top - down) เป็นจากระดับล่างขึ้นบน (Bottom - up)

Cohen and Uphoff (1981) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าสมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

- (1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร
- (2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ
- (3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

(4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

โดยสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนารวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค

สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2547) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนแบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

(1) ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านเหตุผล โดยการเปิดโอกาสให้สังคม องค์กรต่าง ๆ ในชุมชน ประชาชนมีบทบาทหลักตามสิทธิหน้าที่ในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานตั้งแต่การคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจวางแผน การร่วมปฏิบัติและการรับผิดชอบในผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมทั้งส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนให้การดำเนินงานเกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดด้วยความสมัครใจ

(2) ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ เป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ รวมทั้งค่านิยมของประชาชนเป็นเครื่องชี้นำตนเองให้เข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทำให้ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมเกิดความผูกพันมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อกิจกรรมที่ดำเนินงานด้วยความสมัครใจ

2.2.2 การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยว หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชากรท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การปฏิบัติ การได้รับผลประโยชน์ การติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Timothy, 2002 : 149-164) นั่นคือ ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ กล่าวได้ว่า การดำเนินการท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก 4 ส่วน คือ 1) ชุมชน 2) ภาครัฐ 3) ภาคธุรกิจ และ 4) นักท่องเที่ยว

ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมในชุมชน องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในชุมชนประกอบไปด้วย

- (1) ด้านพื้นที่ ทรัพยากรที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ
- (2) ด้านการจัดการ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- (3) ด้านกิจกรรม รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งแวดล้อมศึกษา
- (4) ด้านองค์กร ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.2.3 รูปแบบการมีส่วนร่วม มี 3 ประการดังนี้

- (1) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรงโดยผ่านองค์กรที่จัดตั้งโดยประชาชน เช่น การรวมกลุ่มเยาวชนและกลุ่มต่าง ๆ
- (2) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยทางอ้อมโดยผ่านองค์กรผู้แทนประชาชน เช่น กรรมการของกลุ่ม กรรมการหมู่บ้าน
- (3) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม

สำหรับการศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ได้นำแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการจัดดำเนินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถเสริมสร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ทุกภาคส่วนในแหล่งท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน

2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2553) ระบุคำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวนาชนบทโดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

ราโพพรรณ แก้วสุริยะ (2544: 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต การเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ทำให้ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

นักวิชาการในต่างประเทศให้ความหมายคล้ายคลึงกันว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ กิจกรรมที่ดำเนินการในฟาร์ม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ บันทึกลง การศึกษาหรือเพื่อความสนุกสนานกิจกรรมในฟาร์ม ทั้งด้านการปศุสัตว์ วัฒนธรรม การเก็บเกี่ยวหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจที่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Joshi & Bhujbal, 2012) เช่นเดียวกันกับ Reynolds (2005) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นธุรกิจของเกษตรกรที่ดำเนินการในฟาร์มของตนเอง เพื่อความเพลิดเพลิน และให้ความรู้แก่ผู้มาเยือน และเพื่อสนับสนุนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้เกษตรกรทางอ้อม

สำหรับการศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ได้ใช้แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อระบุความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน

2.3.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบ่งตามลักษณะของกิจกรรม

- (1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรที่แหล่งท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การเก็บผลไม้ที่สวนผลไม้ เป็นต้น
- (2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบให้ความรู้ เช่น ทัศนศึกษาของนักเรียน และกลุ่มเกษตรกรที่ต้องการศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร เป็นต้น
- (3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบให้ความบันเทิง เช่น ไร่ข้าวโพด ฟาร์มแกะ ฟาร์มเลี้ยงม้า ปอดตกปลา ที่ล่าสัตว์ เป็นต้น
- (4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบมีที่พักซึ่งจัดที่พักพร้อมอาหารไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเที่ยวชม เช่น ที่พักพร้อมอาหารเช้า ค่ายพักแรม ปิคนิค การจัดงานวันเกิด เป็นต้น

2.3.3 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) แบ่งได้ตามรูปแบบของกิจกรรมเป็น 7 ประเภท คือ

- (1) การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑข้าว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น
- (2) การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถางทุกประเภทรวมถึงไร่นานาชนิด

(3) การทำสวนผลไม้ (Orchard) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้ง การทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึง การทำยางพารา สวนไผ่ สวนปาล์มน้ำมัน

(4) การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่สวนผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด ข้าวฟ่างไร่ พริกไทย เป็นต้น

(5) การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริม พืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และใช้ในการแพทย์แผนไทย

(6) การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด ได้แก่ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะเภา ฟาร์มจระเข้ ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง เป็นต้น

(7) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร (Festival) เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก เช่น มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

2.3.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเกษตร ตลาดการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว (นิออน ศรีสมยง 2552) กล่าวคือ

(1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลิตผลทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์ เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่าง ๆ เทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

(2) ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม โดยต้องเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

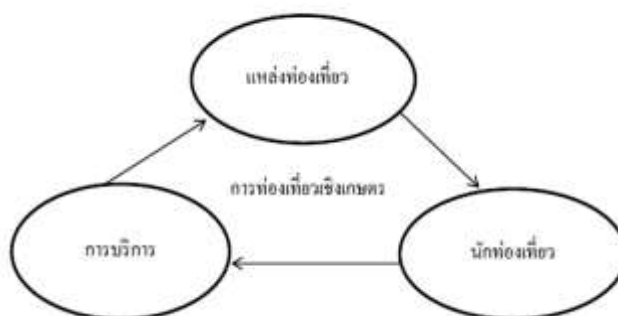
(3) การบริการการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว จะต้องเกี่ยวกับการเกษตรชนบท ตัวอย่างบริการที่ชัดเจน คือ ที่พักตามบ้าน (Homestay) และที่พักตามสวนเกษตรต่าง ๆ (Farm stay)

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังภาพที่ 2-2 มีรายละเอียด ดังนี้ คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันออกไป ดึงดูดใจให้ผู้เข้าไปเยี่ยมชม

2) การบริการ คือ สิ่งจัดไว้รองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการและให้บริการ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เป็นต้น

3) **นักท่องเที่ยว** คือ ผู้ที่ต้องการได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ ประสบการณ์มีอำนาจในการใช้จ่ายเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ที่มา : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544)

ภาพที่ 2-2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเชิงเกษตรและวิถีชุมชน และมีการจัดบริการไว้รองรับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความรู้และความเพลิดเพลิน รวมทั้งเกิดความพึงพอใจ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.4.1 ความหมายของศักยภาพ

วิวัฒน์ชัย บุญศักดิ์ (2529 อ้างถึงใน นาฏสุตา เชนะสิริ 2555 : 144) ได้ให้คำจำกัดความ “ศักยภาพ” หมายถึงความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุงพัฒนาหรือการจัดการทำให้มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้น

อย่างไรก็ดี วิวัฒน์ ศัลยกำธร (2541 : 1-4) ได้กล่าวถึงที่มาของศักยภาพไว้อย่างน่าสนใจว่าต้องพิจารณาเรื่องความสามารถ และขีดความสามารถ ด้วยเหตุว่าขีดความสามารถเป็นผลจากการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งในการพัฒนาสิ่งใดนั้น หากปล่อยให้ไปตามสภาพเดิมของธรรมชาติจะเรียกว่า **ความสามารถ (ability)** แต่หากมีการจัดการอย่างถูกต้องและเหมาะสมรวมทั้งยกระดับความสามารถเดิมให้มากยิ่งขึ้น จะเรียกว่า **ขีดความสามารถ (capacity)** และหากสามารถพัฒนาเพิ่มขึ้นได้เต็มที่ของขีดความสามารถ จะเรียกว่า **ศักยภาพ (potential)**

ต่อมาได้มีการนำคำศักยภาพผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวกลายเป็น “ศักยภาพการท่องเที่ยว” และได้มีผู้ให้นิยามคำนี้ไว้ คือ ทโชลีฟ และโวเดนส์กา (Tcholeev & Vodenska, 2008 : 2) ได้ระบุว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว (tourism potential) คือ “The ability of an area to form a complete tourism product and develop an economically vital tourism” นั่นคือ ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง

ความสามารถของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งในการสร้างผลิตผลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์พร้อมไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

สรุปได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อม หรือคุณสมบัติของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ในการที่จะอำนวยความสะดวกในการพัฒนาพื้นที่นั้น ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้น ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในที่นี้จึงหมายถึง คุณสมบัติของแหล่งเกษตรกรรมที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ต่อไปในอนาคต

2.4.2 องค์ประกอบด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

วิวัฒน์ชัย บุญยศศักดิ์ (2538 อ้างถึงในนริศรา สรณเสาวภาคย์ 2545 : 44-46) ได้ระบุการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ คือ

1) **คุณค่าในตัวของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมสถานที่แห่งนั้น ลักษณะคุณค่าที่กล่าวนี้ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นหรือจุดเด่น และเก่าแก่ของประวัติความเป็นมา เป็นต้น

2) **สภาพการเข้าถึง** หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ มีความสะดวกเหมาะสมต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด พิจารณาได้จากระยะทางจากจุดศูนย์กลางท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมืองซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยววันนั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเดินทางอย่างไร เดินทางโดยรถยนต์ รถไฟ เรือ หรือการเดินทางเท้า เป็นต้น สภาพของเส้นทางได้เอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด เช่น มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกวัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือหรือแพ รวมทั้งมีสิ่งกีดขวางการเดินทางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดพาหนะมีความสะดวกหรือยากลำบาก และการจ้างยานพาหนะในการเดินทางมีราคาแพงหรือถูก เป็นต้น

3) **สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว รวมทั้งระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพร่วมกันและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยววันนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ อย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวก ความใกล้ไกล ความยากง่ายที่จะไปใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียง

4) **สภาพแวดล้อม** หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่รวมตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง คว้น สภาพน้ำตามแหล่งน้ำที่ชุ่มชื้น หรือใสสะอาด และความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะรวมทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและ

บริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดปัญหาจนเป็นไปในลักษณะมลภาวะอาจจะส่งผลให้เกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวได้

5) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก หรือข้อจำกัดด้านสาธารณูปโภคของที่พักในกรณีที่มียกนักท่องเที่ยวมาก อาจจะมีบริการ น้ำประปา ไฟฟ้าได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว หรือปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดที่เป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน เป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถาม นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

องค์ประกอบข้างต้นสามารถจัดเป็น 2 ประเด็นใหญ่ คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549 อ้างถึงใน ศิริรณาทองคำฟู 2551: 28) ที่ได้ให้ความสำคัญกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใน 2 ประเด็นใหญ่ โดยได้อธิบายรายละเอียดของแต่ละประเด็นไว้อย่างชัดเจน คือ

(1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หรือศักยภาพด้านการท่องเที่ยว หมายถึงคุณค่าที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจและตอบสนองความสนใจตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีคุณค่าที่แท้จริงแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความสำคัญหรือความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความเก่าแก่ของโบราณสถานที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

(2) ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการที่จะเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมี 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยวและความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

2.4.3 เกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพิจารณาจากองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ร่วมกับมุมมองด้านการพัฒนายั่งยืน 5 ปัจจัย (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2553) ดังนี้

1) องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.1) ปัจจัยด้านความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

- 1.2) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
- 1.3) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- 1.4) ปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรม (Activities)
- 1.5) ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation)

2) มุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย

- 2.1) ปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Site Management)
- 2.2) ปัจจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร (Knowledge Management)
- 2.3) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและความเข้มแข็ง (Community Participations and Community Strength)
- 2.4) ปัจจัยด้านความมีไมตรีจิต (Hospitality)
- 2.5) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)

ผลการพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 10 ปัจจัย สามารถกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ 4 องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : ศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการดำเนินงานวางแผน ควบคุมดูแลและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 2 : ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 : ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 4 : ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

การศึกษานี้ได้ประยุกต์ตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4 องค์ประกอบไปใช้ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

2.5. แนวคิดและทฤษฎีเพื่อคนทั้งมวล

2.5.1 ความหมายของคนพิการ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550) ระบุความหมายของผู้พิการว่า หมายถึง คนที่มีความผิดปกติหรือบกพร่องทางร่างกาย สติปัญญาและจิตใจ โดยมี 3 ลักษณะ ดังนี้ คือ

(1) มีความบกพร่อง (Impairment) เป็นการสูญเสียหรือความผิดปกติของโครงสร้างทางร่างกายหรือการใช้งานทางร่างกาย (รวมถึงการทำงานด้านจิตใจ) ที่สังเกตหรือเห็นได้ชัด ดังนั้นความบกพร่องจะพิจารณาที่ “อวัยวะ” หรือ “ระบบการทำงาน” ของส่วนต่าง ๆ ของมนุษย์เช่น ตา บอด หู หนวก เป็นไข้ อัมพาต เป็นต้น

(2) มีข้อจำกัดในการทำกิจกรรม (Activity Limitation) เป็นความยากลำบากในการกระทำกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติในวัยเดียวกันควรจะได้มีโอกาสความยากลำบากได้ ตั้งแต่ระดับเล็กน้อยจนถึงระดับมาก ดังนั้น ข้อจำกัดในการทำกิจกรรมจะพิจารณาที่ “ความสามารถ” ของบุคคลโดยรวมว่าสามารถทำกิจกรรมหนึ่ง ๆ จนเสร็จสิ้นได้หรือไม่ ถ้าได้จะต้องทำด้วยความลำบากหรือไม่ โดยไม่สนใจว่าบุคคลนั้นมีความบกพร่องอะไรบ้าง

(3) มีข้อจำกัดในการมีส่วนร่วม (Participation Restriction) เป็นปัญหาที่บุคคลประสบเมื่ออยู่ในสถานการณ์หนึ่งของชีวิตโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลนั้นทำได้กับสิ่งที่คาดหวังว่าบุคคลที่ไม่มีความพิการสามารถทำได้ในสังคม หรือวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น การประกอบอาชีพ การเดินทาง การดูแลบุตร การทำงานบ้าน และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน เป็นต้น

กรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ได้ระบุความหมายของคนพิการในพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (2550) ดังนี้ บุคคลซึ่งมีข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน หรือเข้าไปมีส่วนร่วมทางสังคม เนื่องจากมีความบกพร่องทางการเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว การสื่อสาร จิตใจ อารมณ์ พฤติกรรม สติปัญญา การเรียนรู้ หรือความบกพร่องอื่นใด ประกอบกับมีอุปสรรคในด้านต่าง ๆ และมีความจำเป็นพิเศษที่จะต้องได้รับความช่วยเหลือด้านหนึ่งด้านใดเพื่อให้สามารถปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหรือเข้าไปมีส่วนร่วมทางสังคมได้อย่างบุคคลทั่วไป

2.5.2 ประเภทของคนพิการ

ตามประกาศของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เรื่องประเภทและหลักเกณฑ์ความพิการ (ฉบับที่สอง) พ.ศ. 2555 มี 7 ประเภท ได้แก่

- (1) ความพิการทางการมองเห็น
- (2) ความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย
- (3) ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย
- (4) ความพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรม
- (5) ความพิการทางสติปัญญา
- (6) ความพิการทางการเรียนรู้และ
- (7) ความพิการทางออทิสติก

สำหรับงานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้พิการ 3 ประเภท ดังนี้

1) ความพิการทางการมองเห็น หมายถึง บุคคลที่มีการสูญเสียการมองเห็นตั้งแต่ระดับเล็กน้อยเพียงแค่เลือนราง จนถึงตาบอดสนิท อาจแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1.1) คนตาบอด หมายถึง บุคคลที่มีการสูญเสียทางการมองเห็นมากจนไม่สามารถมองเห็นอะไรได้เลย วิธีแก้ไขคือ การอ่านอักษรเบรลล์หรือใช้วิธีการฟังเสียงจากเครื่องฟังเสียง หากได้ตรวจวัดความชัดของสายตาข้างดีเมื่อแก้ไขแล้วอยู่ในระดับ 6 ส่วน 60 หรือ 20 ส่วน 200 (20/200) ลงมาจนถึงบอดสนิท (หมายถึง คนที่ตาไม่เห็น สามารถมองเห็นวัตถุได้ในระยะห่างน้อยกว่า 6 เมตรหรือ 20 ฟุตในขณะที่คนทั่วไปสามารถมองเห็นวัตถุเดียวกันได้ในระยะ 60 เมตรหรือ 200 ฟุต) หรือมีลานสายตาแคบกว่า 20 องศา (หมายถึงสามารถมองเห็นได้กว้างน้อยกว่า 20 องศา)

1.2) คนเห็นเลือนราง หมายถึง บุคคลที่มีการสูญเสียทางการมองเห็น แต่ยังสามารถอ่านอักษรขยายใหญ่ได้หรือต้องใช้แว่นขยายมาส่องอ่าน หรือการต้องเพ่งมองชิดกับวัตถุจึงทำให้สามารถมองเห็นได้ หากตรวจวัดความชัดของสายตาข้างดี เมื่อแก้ไขแล้วอยู่ในระดับ ระหว่าง 6 ส่วน 18(6/18) หรือ 20 ส่วน 70 (20/70) ถึง 6 ส่วน 60 (6/60) หรือ 20 ส่วน 200 (20/200) หรือมีลานสายตาแคบกว่า 30 องศา

2) ความพิการทางการได้ยินและการสื่อความหมาย หมายถึง บุคคลที่สูญเสียการได้ยินตั้งแต่ระดับรุนแรงจนถึงระดับน้อย อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ คนหูหนวกและคนหูตึง ดังนี้

2.1) คนหูหนวก หมายถึง บุคคลที่มีการสูญเสียการได้ยินมากจนไม่สามารถรับข้อมูลผ่านทาง การได้ยิน ไม่ว่าจะใส่หรือไม่ใส่เครื่องช่วยฟังก็ตาม โดยทั่วไปหากตรวจการได้ยินจะสูญเสียการได้ยิน ประมาณ 90 เดซิเบลขึ้นไป (เดซิเบลเป็นหน่วยวัดความดังของเสียง หมายถึง เมื่อเปรียบเทียบระดับ เริ่มได้ยินเสียงของเด็กปกติเมื่อเสียงดังไม่เกิน 25 เดซิเบลคนหูหนวกจะเริ่มได้ยินเสียงดังมากกว่า 90 เดซิเบล)

2.2) คนหูตึง หมายถึง บุคคลที่มีการได้ยินเหลืออยู่บ้างพอเพียงที่จะรับข้อมูลผ่านทาง การได้ยินซึ่งคนที่ได้ตอบด้วยอาจจะต้องพูดเสียงดัง หรืออาจจะใช้เครื่องขยายในการฟังด้วย โดยทั่วไปจะใส่เครื่องช่วยฟัง และหากตรวจการได้ยินจะพบว่ามี การสูญเสียการได้ยินน้อยกว่า 90 เดซิเบลลงมาถึง 26 เดซิเบล คือเมื่อเปรียบเทียบระดับเริ่มได้ยินเสียงของเด็กปกติเมื่อเสียงดังไม่เกิน 25 เดซิเบล เด็กหูตึงจะเริ่มได้ยินเสียงที่ดังมากกว่า 26 เดซิเบลขึ้นไป จนถึง 90 เดซิเบล

3) ความพิการทางร่างกายหรือการเคลื่อนไหว หมายถึงบุคคลที่มีความไม่ปกติหรือความเปลี่ยนแปลงไปในทางบกพร่องของร่างกายที่เห็นได้อย่างชัดเจน และไม่สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้หรือ คนที่มีความเสียหายในทางความสามารถในการเคลื่อนไหวมือ แขน ขา หรือลำตัว อันเนื่องมาจากแขนหรือขาขาดอัมพาต หรืออ่อนแรง โรคข้อ หรืออาการปวดเรื้อรัง รวมทั้งโรคเรื้อรังของระบบการทำงานของร่างกายด้านอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินชีวิตประจำวันหรือดำรงชีพในสังคมเยี่ยงคนทั่วไปได้

2.5.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวคนพิการในประเทศไทย

UNESCAP (2000) อ้างใน Lee *et al.* (2012) ได้ประมาณการสัดส่วนคนพิการต่อประชากรโลก พบว่ามีสัดส่วนประชากรซึ่งคนพิการราว 5-10% สำหรับคนพิการในประเทศไทย กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2559: ออนไลน์) ได้จัดทำรายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยมีจำนวนคนพิการที่ได้รับการออกบัตรประจำตัวคนพิการจำนวน 1,737,469 คน (ร้อยละ 2.64) โดยความพิการเป็น 2 ลำดับแรกที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกายมีจำนวน 856,581 คน และการพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย จำนวน 299,530 คน

อนรรฆ พิทักษ์ธานิน และคณะ (2556) ได้สรุปสถานการณ์เกี่ยวกับคนพิการในประเทศไทยโดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการศึกษาของคนพิการ พบว่าคนพิการมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าประถมศึกษาเป็นอัตรามากกว่าร้อยละ 50 นอกจากนี้ในสถานการณ์ด้านการใช้ชีวิตทางสังคมของคนพิการ พบว่าประเด็นทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถาปัตยกรรม อาคาร สถานที่ และบริการสาธารณะเพื่อคนพิการไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากอุปสรรคด้านงบประมาณ การบังคับใช้นโยบาย และวิสัยทัศน์ผู้บริหาร (จิตรา ศิริสมบุญผลลาภ 2557)

2.5.4 แนวคิดเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับข้อจำกัดเริ่มได้รับความสนใจในช่วง 1980 โดยข้อจำกัดดังกล่าวมิใช่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบภายนอก เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงสิ่งที่เกิดจากภายในในเชิงจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และปัจจัยเชิงเศรษฐกิจ โดย Crawford & Godbey (1987) จำแนกประเภทข้อจำกัดและนำเสนอ 3 แนวคิดหลัก ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในการเข้าร่วมกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ โดยให้นิยามและความหมายดังต่อไปนี้ คือ

1) ข้อจำกัดส่วนบุคคล (Intrapersonal constraints) หมายถึง ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นเนื่องจากสภาวะส่วนบุคคลทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับสภาวะจิตใจ ความสามารถทางกายภาพในการทำงานของร่างกาย และความสามารถทางกระบวนการความคิด สติปัญญาของบุคคล ซึ่งครอบคลุมขอบเขตในด้านต่าง ๆ เช่น ความเครียด ความวิตกกังวล การขาดความรู้ความเข้าใจ ปัญหาทางด้านสุขภาพกาย และการขาดประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

2) ข้อจำกัดระหว่างบุคคล (Interpersonal constraints) หมายถึง ข้อจำกัดซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างในสังคม ไม่ว่าจะเป็นคู่สมรส ผู้ให้บริการหรือคนแปลกหน้า อีกทั้งหมายถึงการรับรู้ถึงข้อจำกัดที่เกิดขึ้นเนื่องจากการขาดแคลนพันธมิตรในการเข้าร่วมทำกิจกรรมยามว่าง ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากการปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายสังคมของตนเอง การปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการหรือคนแปลกหน้า หรือเกิดจากการไม่มีผู้ร่วมทำกิจกรรมด้วย

3) ข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและทางสภาพแวดล้อม (Structural constraints) หมายถึง ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นสอดแทรกกระหว่างรสนิยมในการทำกิจกรรมยามว่างและการเข้าร่วมในกิจกรรมยามว่าง ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคทางการเงิน เวลา การเดินทาง กฎระเบียบ ฤดูกาล เป็นต้น

2.6. แนวคิดและทฤษฎีเพชรพลวัต

แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของชาติ หรือ ทฤษฎีเพชรพลวัต คือ กรอบแนวคิด หรือ ตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ หรือ คลัสเตอร์ (Cluster) โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ ประกอบด้วย (Porter, 1998)

2.6.1 ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor Condition)

ปัจจัยการดำเนินงาน หรือนักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ปัจจัยทางการผลิต” (Factor Conditions) คือ สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ โดยในแต่ละประเทศต่างก็มีปัจจัยทางการผลิตที่แตกต่างกัน ต่างก็ต้องผลิตสินค้าโดยใช้ปัจจัยในประเทศของตนเองที่มีอยู่มากมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ Human Resources (ทรัพยากรมนุษย์) Physical Resources (ทรัพยากรทางกายภาพ) Knowledge Resources (ทรัพยากรด้านความรู้) Capital Resources (แหล่งเงินทุนต่าง ๆ) และ Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐาน)

2.6.2 เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand Condition)

เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด คือ ลักษณะความต้องการผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรม สัดส่วน (Segment) ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

- (1) ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ (Home Demand Composition)
- (2) ขนาดความต้องการ และรูปแบบของการเติบโต (Demand Size and Pattern of Growth)
- (3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of Domestic Demand)
- (4) ปัจจัยความต้องการที่ เกื้อหนุนกัน (Interplay of Demand Conditions) การมีความต้องการที่หลากหลายในความต้องการของตลาดเป็นตัวเสริมให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรม

2.6.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

เนื่องจากประเทศใดมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นในประเทศ ก็จะเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเกี่ยวกับความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต (Competitive Advantage in Supplies Industries) การที่ประเทศใด ๆ มีอุตสาหกรรมที่ประเภผลิตวัตถุดิบป้อนให้กับอุตสาหกรรมอื่นอยู่แล้วจะทำให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุน และ

ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง (Competitive Advantage in Related Industries) สามารถช่วยให้องค์กรติดต่อหรือช่วยสนับสนุนในด้านสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หรือในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสนับสนุนกันทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาด้านการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการ

2.6.4 กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน เป็นสิ่งที่องค์กรกำหนดขึ้นมา เช่น เป้าหมาย กลยุทธ์ การจัดการด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการเอื้อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ

2.6.5 รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อม ๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ปัจจัยข้างต้น เป็นได้ทั้งผลทางด้านบวกและผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้วย

การศึกษานี้ได้บูรณาการแนวคิด Diamond Model ในการพัฒนารอบแนวคิดของการศึกษาด้านความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยว (Demand Conditions) ด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ที่เกี่ยวกับการจัดการในชุมชน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านกลยุทธ์โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) บทบาทของรัฐ (Government) เกี่ยวกับนโยบายของทางภาครัฐ เพื่อนำมาวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ของการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

2.7 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดและการสื่อสาร

2.7.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการของการระบุและแก้ปัญหา รวมถึงการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ บางครั้งเมื่อกล่าวถึงการตัดสินใจอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นกระบวนการแก้ปัญหา นั่นหมายถึงว่า เมื่อบุคคลมีความไม่พึงพอใจสภาพที่เป็นอยู่และต้องการจัดสภาพที่ไม่พึงพอใจนั้นให้หมดไป ซึ่งในการแก้ปัญหาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการกำหนดทางเลือก หรือแนวทางในการแก้ปัญหา และการตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดว่าเหมาะสมที่สุด หรือมีความเสี่ยงน้อยที่สุด

การศึกษถึงพฤติกรรมผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวนั้นอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการตัดสินใจใด ๆ ของบุคคลไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า การใช้บริการหรือการเดินทางจะมีลักษณะของการตัดสินใจที่อยู่ระหว่างการตัดสินใจที่ทำอยู่เป็นกิจวัตรประจำวัน และการตัดสินใจแบบละเอียดรอบคอบ

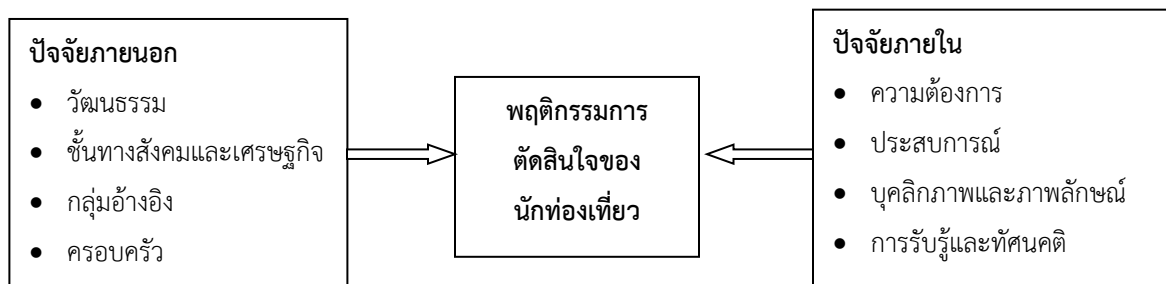
1) พฤติกรรมการตัดสินใจหรือการตอบสนองต่อการแก้ปัญหาแบบที่ทำอยู่เป็นกิจวัตรประจำวัน (Routine Response Behavior) การตัดสินใจในลักษณะนี้ส่วนใหญ่มักใช้กับการซื้อสินค้าที่ซื้ออยู่บ่อย ๆ เช่น สบู่ แชมพูสระผม กาแฟ เป็นต้น หรือเป็นสินค้าที่มีราคาถูกซึ่งผู้ซื้อไม่ต้องกังวลหรือใช้ความคิดในการตัดสินใจมาก

2) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบละเอียดรอบคอบ (Extensive Problem Solving) พฤติกรรมการตัดสินใจในลักษณะนี้ หมายถึงการที่ผู้บริโภคต้องใช้ความคิด ต้องการข้อมูลจำนวนมากและใช้เวลาในการตัดสินใจที่ค่อนข้างยาวนาน พฤติกรรมการตัดสินใจในลักษณะเช่นนี้จะเกิดขึ้นในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีราคาค่อนข้างแพง เป็นสินค้าที่ไม่ได้มีการซื้อบ่อยครั้ง เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อไม่คุ้นเคยหรือไม่รู้จักมาก่อน มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ต้องพิจารณาเป็นจำนวนมาก (High Involvement) เช่น การซื้อรถยนต์ การซื้อที่อยู่อาศัย และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจัดอยู่ในรูปแบบของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างรอบคอบ เพราะมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องพิจารณาหลายเรื่อง เช่น สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวจะเดินทางไป ช่วงเวลาที่เดินทางไป รูปแบบของพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง รูปแบบของที่พักระหว่างการเดินทาง กิจกรรมระหว่างการเดินทาง และงบประมาณที่จะใช้ในการเดินทาง

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและเวลาในการตัดสินใจ ลักษณะของการตัดสินใจจะเป็นแบบยากหรือง่ายขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป คือระยะทางที่นักท่องเที่ยวจะไปใกล้หรือไกลจากถิ่นที่อยู่เพียงใด ขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น เคยไปมาก่อน หรือเพิ่งเคยไป เช่น การเดินทางไปต่างประเทศหลาย ๆ วัน จะมีรายละเอียดที่ต้องพิจารณามากกว่าการเดินทางภายในประเทศ เพราะต้องนึกถึงการแลกเปลี่ยนเงินตรา รูปแบบของการใช้เงินว่าจะใช้เงินสด หรือใช้บัตรเครดิต ลักษณะภูมิอากาศซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ เป็นต้น

นักวิชาการด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Reid & Bojanic, 2010) ได้ระบุว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายนอก (External Influences) และ 2) ปัจจัยภายใน (Internal Influences) ดังแสดงในภาพที่ 2-3



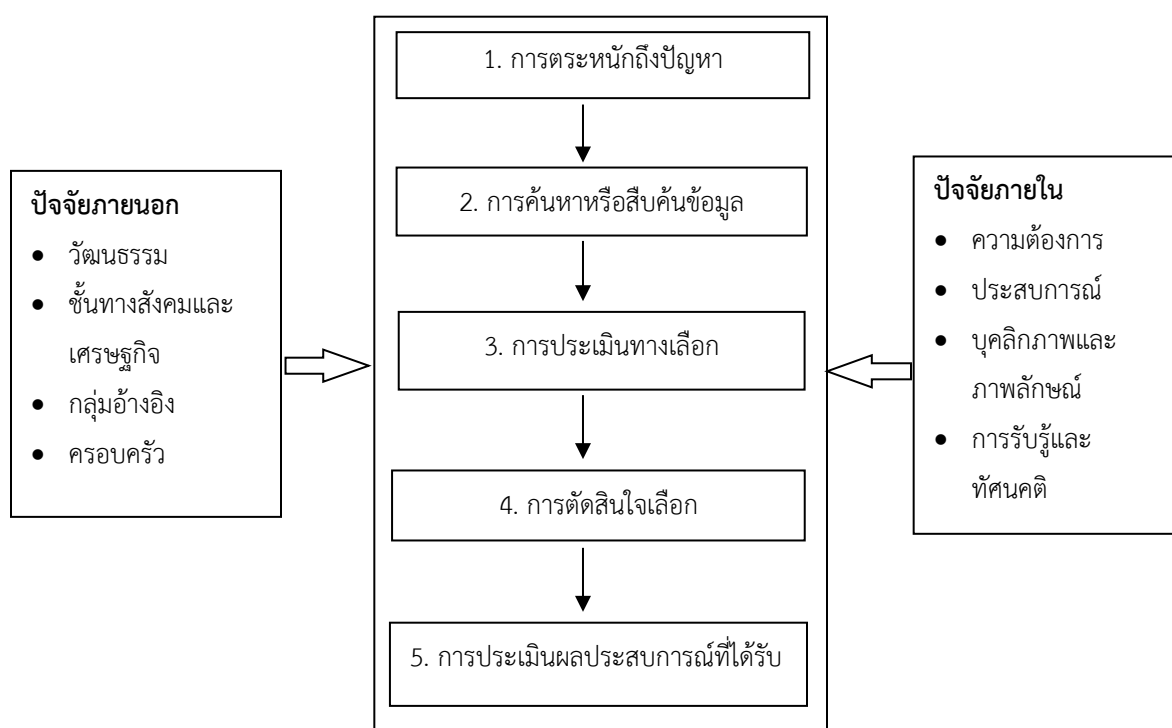
ที่มา : ดัดแปลงจาก Reid & Bojanic (2010 : 103)

ภาพที่ 2-3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

จากภาพที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจใด ๆ ของนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านภายในซึ่งได้แก่ ความต้องการ ประสบการณ์ บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ และการรับรู้และทัศนคติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ปัจจัยทางวัฒนธรรม ชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจ กลุ่มอ้างอิงและรวมถึงครอบครัว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถส่งผลได้ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม

2.7.2 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอนเช่นเดียวกับการซื้อสินค้าและบริการทั่วไป ดังแสดงในภาพที่ 2-4



ที่มา : สุริย์ เข็มทอง (2554)

ภาพที่ 2-4 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

1) ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการตัดสินใจเริ่มเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหา ปัญหาในที่นี้ หมายถึงช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้ว (Actual State) และอยากหรือปรารถนาจะมี (Desire) การเกิดปัญหาและรับรู้ว่ามีปัญหาใด ๆ นั้นมีที่มาจากสิ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงปัญหาซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่ง คือ มาจากภายในตัวของบุคคล หรือมาจากปัจจัยภายนอก ดังนั้น คือ

1.1) ปัญหาที่มาจากภายในบุคคล หมายถึงปัญหาหรือสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เกี่ยวกับสภาพทางร่างกายและจิตใจ ตัวอย่าง การที่บุคคลรู้สึกเครียดและอ่อนล้าจากการทำงานและต้องการการผ่อนคลายด้วยการท่องเที่ยว หรือในกรณีที่บุคคลรู้สึกจำเจหรือเบื่อหน่ายกับชีวิตประจำวันทั้งจากงานและจากครอบครัว และต้องการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจดังกล่าว เพื่อได้พบกับเพื่อนใหม่หรือสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ

1.2) ปัญหาที่มาจากภายนอกบุคคล หมายถึงปัญหาหรือสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) ที่เป็นข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความปรารถนาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือใช้บริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ

2) **ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ** เมื่อบุคคลต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน จะต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการจะไปเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Source of Information) อาจแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่ง คือ 1) แหล่งข้อมูลข่าวสารภายใน (Internal Source of Information) และ 2) แหล่งข้อมูลข่าวสารภายนอก (External Source of Information) ดังแสดงในตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสืบค้น

แหล่งข้อมูลข่าวสารภายใน	แหล่งข้อมูลข่าวสารภายนอก
ประสบการณ์ในอดีต	1. ข้อมูลจากบุคคล ได้แก่ เพื่อน และครอบครัว 2. ข้อมูลการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ผู้ขายจากบริษัทนำเที่ยว 3. ข้อมูลสาธารณะ เช่น จากอินเทอร์เน็ต สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

ที่มา : สุรีย์ เข้มทอง (2554)

2.1) แหล่งข้อมูลข่าวสารภายใน เบื้องต้นนักท่องเที่ยวอาจนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จักและจดจำไว้ในใจได้ก่อน หรือข้อมูลที่สะสมจากประสบการณ์ของตนเอง

2.2) แหล่งข้อมูลข่าวสารภายนอก เป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการค้นหาเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายใน เพื่อให้มีความแน่ใจในการตัดสินใจ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายนอก ได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว และข้อมูลที่เผยแพร่โดยสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) **ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก** หลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมหรือบริการที่จะใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะทำการเปรียบเทียบหรือจัดความสำคัญของคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เกี่ยวกับราคา ท่าเลที่ตั้ง และคุณภาพการบริการ และพิจารณาจากระดับค่าเฉลี่ยเพื่อประกอบการตัดสินใจ

4) **ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือก** เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งใจที่จะเดินทางและเตรียมตัวเดินทางโดยจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก การแลกเงิน การทำวีซ่าเพื่อเข้าประเทศ การจัดเตรียมสัมภาระเพื่อการเดินทาง เป็นต้น จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังสถานที่ที่ได้ตัดสินใจไว้

อย่างไรก็ตามเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวอาจเลื่อนการเดินทางหรือแม้กระทั่งระงับการเดินทาง ทั้งนี้เนื่องมาจากสาเหตุหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิดและส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางในที่สุด

5) **ขั้นตอนที่ 5 การประเมินประสบการณ์ที่ได้รับหลังการเดินทาง**

หลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยี่ยมชมหรือสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวจะประเมินผลการตัดสินใจของตนจากการเดินทางครั้งนี้ว่าอย่างไร

การประเมินผลประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสัมผัสระหว่างการเดินทาง จะส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ และประสบการณ์ที่ได้รับจริงจากการเดินทางไปท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น สิ่งที่ตามมาหลังจากการประเมินผลอาจเกิดขึ้นได้ใน 2 สถานการณ์

5.1) ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น นั่นคือจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีก นอกจากนั้นเขาจะเล่าถึงประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัสมาให้แก่เพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยว

5.2) ถ้าเกิดความไม่พึงพอใจ นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางกลับมาอีก นอกจากนั้นยังอาจจะบอกหรือเล่าสิ่งที่ไม่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้แก่เพื่อนฝูงหรือคนรู้จัก หรืออาจมีปฏิกิริยาที่แสดงถึงความไม่พอใจในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือส่งเรื่องความไม่ประทับใจไปยังสื่อมวลชนหรือในอินเทอร์เน็ต

สำหรับการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจในขั้นตอนที่ 2 เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล และลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.7.3 **ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค**

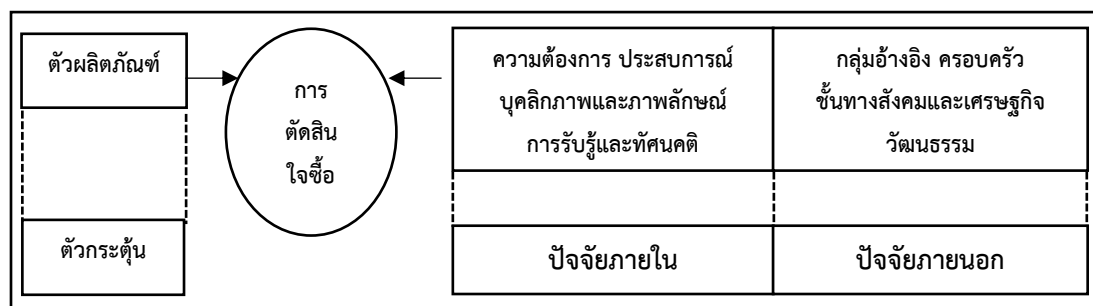
ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะต้องอาศัยกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งสามารถที่จะเขียนออกมาเป็นรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบที่จะศึกษานี้มีอยู่หลายรูปแบบ ในแต่ละรูปแบบจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ

กับมุมมองของแต่ละตัวแบบ ตัวแบบที่จะศึกษามีตัวแบบต่อไปนี้ 1) ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอกและ 2) ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค (สุริย์ เข้มทอง 2554)

1) ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอก

ตัวแบบในลักษณะนี้ ผู้บริโภคจะถูกกระตุ้นจากตัวแปรภายนอก หรือตัวกระตุ้นจากภายนอกซึ่งประกอบด้วย 1) ตัวผลิตภัณฑ์ 2) สารสนเทศ และ 3) ตัวกิจการหรือธุรกิจ ดังนี้

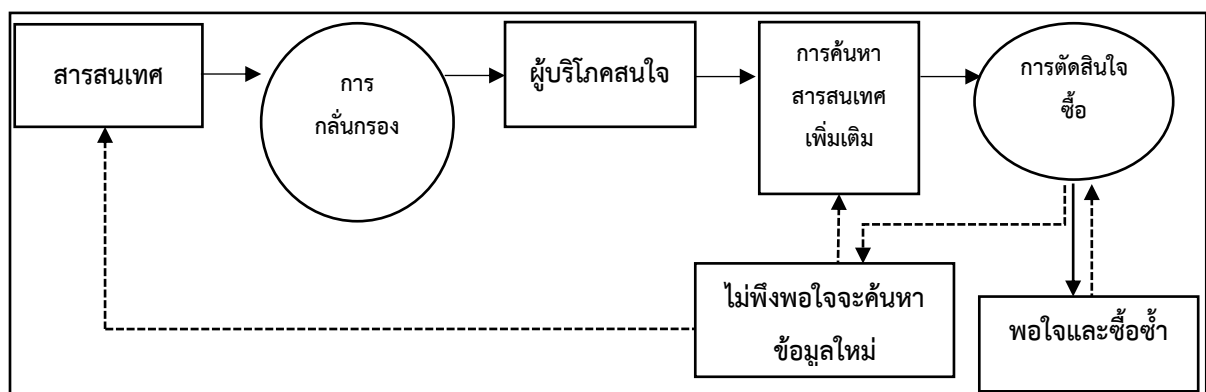
1.1) ตัวแบบที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ จะเป็นตัวแบบที่เน้นจุดเริ่มต้นของกระบวนการการตัดสินใจโดยมีตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งในที่นี้หมายถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นตัวกระตุ้นเข้ามายังผู้บริโภคแล้วผู้บริโภคจะพิจารณาว่า ตัวผลิตภัณฑ์นั้นสามารถที่จะตอบสนองตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งสามารถเขียนออกมาเป็นตัวแบบ ดังภาพที่ 2-5



ที่มา : สุริย์ เข้มทอง (2554)

ภาพที่ 2-5 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์

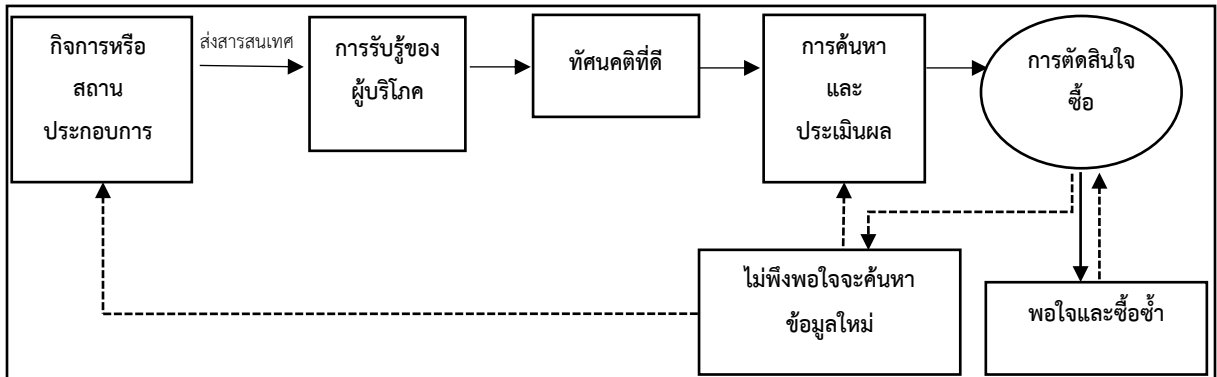
1.2) ตัวแบบที่เกิดจากข้อมูลข่าวสาร หรือ สารสนเทศ จะเป็นตัวแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ได้รับการกระตุ้นจากสารสนเทศภายนอกไม่ว่าจะอยู่ในรูปของภาพ เสียง กลิ่น รส และสัมผัส ดังภาพที่ 2-6



ที่มา : สุริย์ เข้มทอง (2554)

ภาพที่ 2-6 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากสารสนเทศ

1.3) **ตัวแบบที่เกิดจากกิจการหรือสถานประกอบการ** จะเป็นตัวแบบที่เริ่มต้นจาก “ตัวกิจการ” โดยกิจการจะส่งสารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกิจการและอื่น ๆ ให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคได้รับสารสนเทศแล้วเกิดทัศนคติที่ดีก็จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการประเมินผล แล้วจึงตัดสินใจซื้อ ถ้าทำการใช้และเกิดความพอใจก็จะซื้อสินค้าเดิมใช้ต่อไป แต่ถ้าไม่พอใจก็จะพิจารณาหาสินค้าจากกิจการอื่น ดังภาพที่ 2-7

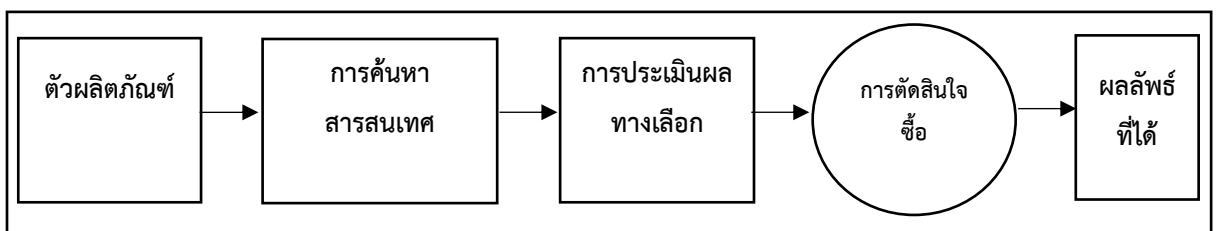


ที่มา : สุริย์ เข้มทอง (2554)

ภาพที่ 2-7 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากกิจการ

2) ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคในลักษณะนี้จะต่างไปจากตัวแบบที่ศึกษามาในตอนแรก โดยจุดเริ่มต้นจะมุ่งมาที่ตัวผู้บริโภคเอง จุดเริ่มต้นของตัวแบบนี้จะเริ่มที่ การตระหนักถึงความจำเป็นของผู้บริโภค ต่อจากนั้น ก็จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ แล้วจึงทำการประเมินทางเลือก แล้วจึงตัดสินใจซื้อ และผลลัพธ์ที่ได้จากการซื้อ ตัวแบบดังกล่าวจะมีลักษณะ ดังภาพที่ 2-8



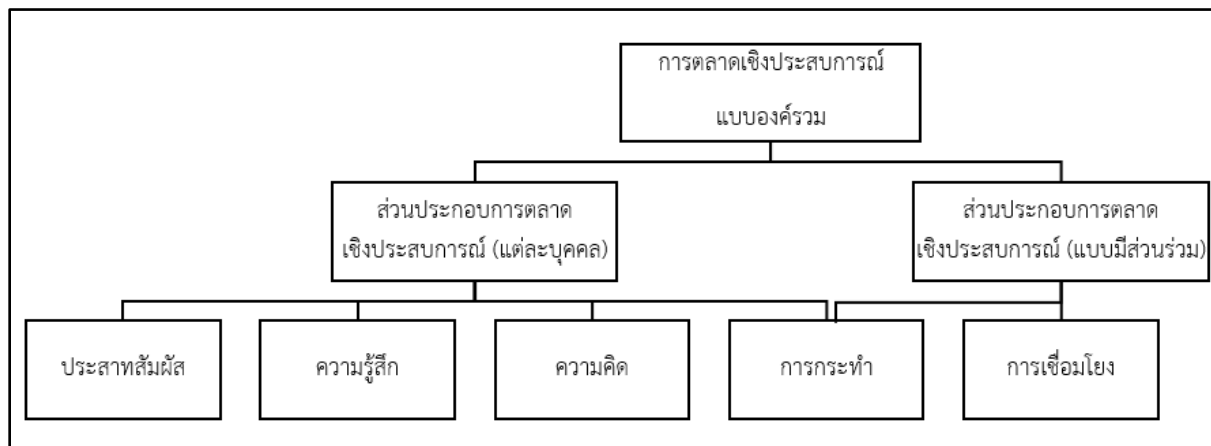
ที่มา : สุริย์ เข้มทอง (2554)

ภาพที่ 2-8 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากสารสนเทศ เพื่อใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.7.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงประสบการณ์

การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) เป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินสินค้าหรือบริการร่วมกับการตอบสนองทางอารมณ์ ความรู้สึก โดยเป้าหมายสูงสุดคือ การบรรลุความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งทุกขั้นตอนเกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อองค์กรหรือแบรนด์นั้น ๆ (Rajput & Dhillon, 2013) การนำเสนอข้อมูลกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์สามารถแบ่งตามภาพที่ 2-9 ดังนี้



ที่มา : Schmitt (1999)

ภาพที่ 2-9 การตลาดเชิงประสบการณ์

การนำเสนอข้อมูลการตลาดเชิงประสบการณ์ผ่านประสบการณ์แต่ละบุคคล และประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม โดย ผ่านประสาทสัมผัส (Sense) ความรู้สึก (Feel) ความคิด (Think) การกระทำ (Act) และการเชื่อมโยง (Relate) ดังนี้ คือ

1) ประสาทสัมผัส (Sense)

เป็นการมุ่งเน้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของลูกค้าด้วยการสื่อสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น รวมถึงการลิ้มรส ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ได้เป็นเพียงแค่ตัวกระตุ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสุข ความพอใจอีกด้วย ประสบการณ์จากประสาทสัมผัสจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าและมีส่วนในการตัดสินใจของลูกค้า การแสดงออกขององค์กร (Corporation Expression) ที่จะทำให้ลูกค้ามีความประทับใจในแบรนด์ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบของการสร้างภาพลักษณ์ (Four P's of Visual Identity Elements) ได้แก่ สถานที่ให้บริการ (Property) สินค้า (Product) การนำเสนอ (Presentation) โดยจะต้องมีการทำอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และตัวตนขององค์กร

2) ความรู้สึก (Feel)

เป็นการมุ่งเน้นอารมณ์ความรู้สึกภายในของผู้บริโภคเพื่อสร้างทัศนคติด้านบวกต่อตราสินค้าหรือบริการ จนส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อสินค้าและบริการ โดยความรู้สึกน่าเชื่อถือไว้วางใจของลูกค้านี้เป็นผลมาจากการที่แบรนด์มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และมีการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าตลอดเวลา โดยเฉพาะความสัมพันธ์ที่เป็นการสนทนาแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Interaction) และมีผลต่อความรู้สึกอย่างมาก เนื่องจากมีการพูดคุยกันโดยตรง มีการเห็นสีหน้าท่าทาง รวมถึง ลักษณะบุคลิกภาพต่าง ๆ (Schmitt, 1999)

3) ความคิด (Think)

วัตถุประสงค์ของความคิดทางการตลาดนี้ เป็นการคิดเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับแบรนด์ โดยความคิดเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นผลจากการที่ลูกค้าประเมินสินค้าหรือบริการ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (Schmitt, 1999) คือ

3.1) การคิดแบบเอกนัย (Convergent Thinking) เป็นการคิดทางเดียว โดยเป็นกระบวนการแก้ปัญหาอย่างแคบ ซึ่งจะหาวิธีที่ดีที่สุดมาแก้ปัญหา มีรูปแบบการคิดโดยคิดวิเคราะห์จากเหตุผลหรือความน่าจะเป็นจะมีลักษณะการคิดที่ชัดเจน

3.2) การคิดแบบอเนกนัย (Divergent Thinking) เป็นการคิดหลายทาง อาศัยจินตนาการ ถือเป็นความคิดแบบอิสระ มีความยืดหยุ่น และช่วยให้เกิดการคิดริเริ่ม ซึ่งการคิดลักษณะนี้เป็นการระดมความคิดที่จะทำให้คนมีความคิดร่วมกันในการแสดงความคิดเห็น

4) การกระทำ (Act)

เป็นกลยุทธ์ที่มีขึ้นเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์จากการปฏิบัติ หรือการกระทำจนกลายเป็นพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันไปในที่สุด ประสบการณ์จากการกระทำนี้ไม่ใช่เพียงแค่การสร้างประสบการณ์จากการสัมผัสและรับรู้เท่านั้น แต่ผู้บริโภคจะเกิดการกระทำหรือพฤติกรรมได้จะต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นทางด้านกายภาพที่สินค้าจะมีความสัมพันธ์กับร่างกาย ซึ่งจะต้องคำนึงถึงประเพณีและวัฒนธรรมของบุคคลนั้น ๆ ด้วย นอกจากนี้การโน้มน้าวก็มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรม รวมไปถึงภาษาท่าทางก็มีส่วนให้ผู้บริโภคเกิดการกระทำสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้บริโภคนั้น ๆ (Schmitt, 1999)

5) ความเชื่อมโยง (Relate)

กลยุทธ์นี้เน้นการมีส่วนร่วมกันเป็นกลุ่มมากกว่าการใช้แนวคิดแบบปัจเจกชน โดยเป็นการตลาดที่สร้างความสัมพันธ์จากประสบการณ์ที่มีองค์ประกอบจาก 4 ข้อ ข้างต้น ซึ่งเป็นประสบการณ์เฉพาะในแต่ละส่วน นำมาผสมเชื่อมโยงกันกลายเป็นประสบการณ์เฉพาะบุคคล และบุคคลนั้น ๆ จะบอกต่อ หรือส่ง

ต่อขยายไปยังกลุ่มคนระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มญาติ กลุ่มคนในสังคม กลุ่มคนที่มีความชอบคล้ายคลึงกัน หรือแม้กระทั่งต่างวัฒนธรรม (Schmitt, 1999)

2.7.6 การพิจารณาแหล่งข่าวสาร

แหล่งข่าวสาร (Information Sources) หมายถึง แหล่งความรู้ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้สามารถศึกษาค้นคว้า เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยข่าวสารที่มีให้บริการนั้นอาจได้มาจากการรวบรวมและจัดหาจากที่มีอยู่เดิมหรือผลิตขึ้นเอง แหล่งข่าวสารหลักที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งข่าวสารที่เป็นองค์กรที่จัดให้บริการข่าวสารแก่ผู้ใช้โดยตรง เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ หอจดหมายเหตุ และหอศิลป์ เป็นต้น และแหล่งข่าวสารอื่นที่ไม่ได้จัดให้บริการข่าวสารโดยตรง เช่น บุคคล สถานที่ เหตุการณ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งข่าวสารอื่นที่ไม่ได้เป็นองค์กร สถานที่ หรือบุคคล แต่เป็นที่นิยมใช้มากในปัจจุบัน ได้แก่ อินเทอร์เน็ต

เมื่อเราทราบถึงแหล่งข่าวสารต่าง ๆ ที่ให้บริการข่าวสารซึ่งพบว่า แหล่งข่าวสารในปัจจุบันมีจำนวนมาก ดังนั้นการเลือกสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข่าวสารจึงต้องพิจารณาให้ดี ในฐานะผู้ใช้บริการจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งข่าวสารที่ต้องการสืบค้นหรือได้เปิดรับ ได้แก่

(1) แหล่งที่อยู่ของข่าวสาร กล่าวคือ หากเราต้องการรู้ข่าวสารอย่างหนึ่ง เราควรรู้ว่าข่าวสารนั้นมีอยู่ที่ใด หรือน่าจะอยู่ที่ใด และมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด

(2) วิธีการเข้าถึงแหล่งข่าวสาร กล่าวคือ แหล่งข่าวสารแต่ละแห่งย่อมมีข้อจำกัดในการเปิดโอกาสให้บุคคลเข้าไปใช้ หรือช่องทางในการจะเข้าถึงข้อมูลมีหลายรูปแบบ เช่น มีกำหนดวันเวลาบริการของแหล่งข่าวสาร การให้บริการข่าวสารหรือเอกสารในรูปสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีจำกัดอย่างไรบ้าง เราควรรู้รายละเอียดเหล่านี้เพื่อป้องกันอุปสรรคและความไม่สะดวกที่จะเกิดขึ้น ตัวอย่างช่องทาง คือ ช่องทางบุคคล ช่องทางสื่อมวลชน ช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ ช่องทางสื่อเฉพาะกิจ ช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต

(3) ขอบข่ายเนื้อหาของข่าวสารที่มีในแหล่งนั้น ๆ ควรรู้ว่าแหล่งข่าวสารนั้นมีข่าวสารเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร ให้รายละเอียดในลักษณะใด และมีความทันสมัยมากน้อยเพียงใด

เนื้อหาการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ขอบข่ายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีรายละเอียด ดังนี้ (มณีรัช รอดทรัพย์ 2552)

- (3.1) ข้อมูลทั่วไป/ประวัติความเป็นมา
- (3.2) ข้อมูลการเดินทาง
- (3.3) แผนที่การประกอบการเดินทาง (แบบเขียนบรรยายและแผนภาพ)
- (3.4) เทศกาลและงานประเพณี
- (3.5) สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ
- (3.6) สินค้าพื้นเมือง
- (3.7) สถานที่พักแรม

(3.8) ร้านอาหาร

(3.9) ร้านและแหล่งจำหน่ายของที่ระลึก

เนื้อหาของการท่องเที่ยวหลักใหญ่ ๆ จะประกอบไปด้วยข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง และที่พัก ร้านอาหารและของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก และปลอดภัย และสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

การศึกษารั้ครั้งนี้ได้จัดหมวดหมู่ให้เกิดความง่ายต่อการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลประกอบด้วย ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเดินทางและที่พัก ร้านอาหารและของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวกและปลอดภัย และสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

2.7.7 ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยว

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง สื่อที่ส่งผ่านไปสู่นักท่องเที่ยวให้ได้รับรู้ข่าวสาร ซึ่งสื่อสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (สุราสินี ชวนไชยะกุล 2553) ได้แก่

(1) สื่อมวลชนแบ่งออกเป็น

(1.1) สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

(1.2) สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ

(2) สื่ออินเทอร์เน็ต คือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ทั่วโลก

(3) สื่อโสตทัศน์ คือ สื่อที่มีการประชาสัมพันธ์ด้วยภาพและเสียง

(4) สื่อบุคคล คือ เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นสื่อสารด้วยคำพูด มีทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ

(5) สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อที่ถูกผลิตเนื้อหาโดยเฉพาะมีจุดมุ่งหมายหลักสำหรับผู้รับสาร เฉพาะกลุ่มเช่น การจัดนิทรรศการ การสาธิตตัวอย่าง ป้ายประกาศ เอกสารแจก ใบปลิว เป็นต้น

จากงานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่าช่องทางการใช้ในการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ช่องทางสื่อมวลชน ช่องทางสื่อเฉพาะกิจ และช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีการจัดให้กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว

2.8 แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวลและการสื่อความหมาย

2.8.1 แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design: UD) เป็นแนวความคิดสากลที่องค์การสหประชาชาติได้พยายามเผยแพร่และส่งเสริมจากแนวความคิดเดิม เพื่อให้คนทั้งมวลได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากการดำรงชีวิตในอาคารและสิ่งแวดล้อมอย่างเท่าเทียมกัน

การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล เป็นแนวคิดการออกแบบสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งของต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนที่อยู่ในสังคมสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ ไม่ว่าบุคคลนั้นจะเป็นหญิงหรือชาย ใช้ขาเดินหรือใช้รถเข็น ตามมองเห็นหรือมองไม่เห็น เด็กหรือผู้ใหญ่ อ่านหนังสือออกหรืออ่านไม่ออก การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้งานให้คุ้มค่าสมประโยชน์ ครอบคลุมสำหรับทุกคนโดยเริ่มต้นจากการคิดว่าทำอย่างไรคนประเภทต่าง ๆ จึงจะมีโอกาสมาใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน เช่น คนสูงอายุ ผู้ป่วย สตรีมีครรภ์ คนแคระ เด็กเล็กที่มาอยู่กับรถเข็นเด็ก คนพิการประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตาบอด หูหนวก แขนขาร่างกายพิการ คนพิการทางปัญญาหรือทางจิต คนที่อ่านหนังสือไม่ออก เป็นต้น ถึงแม้บุคคลเหล่านั้นจะมีข้อจำกัดทางร่างกายทางปัญญาทางจิตใจ แต่ก็ยังเป็นบุคคลในสังคม สังคมจึงควรรับผิดชอบดูแลให้สามารถอยู่ในสังคมร่วมกับบุคคลทั่วไปได้อย่างมีความสุขตามอัตภาพของแต่ละคน เช่น การจัดให้มีทางลาดขึ้นลงทางเท้า และอาคารสถานที่สาธารณะต่างๆ ให้กับผู้ใช้รถเข็น หรือบล็อกพื้นนำทางเดินสำหรับคนตาบอด ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้ชีวิตทำกิจกรรมภายนอกบ้านได้โดยสะดวกและปลอดภัย

การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ในที่นี้หมายถึง การออกแบบสภาพแวดล้อม บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ไม่ว่าจะเป็นคนพิการหรือไม่พิการ เด็กเล็ก สตรีมีครรภ์ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยพักฟื้น หรือผู้ที่มีข้อจำกัดใดๆ ก็ตาม รวมถึงการปรับสภาพแวดล้อม สถานที่ และสิ่งของเครื่องใช้ให้สามารถรองรับการใช้งานได้สำหรับมวลสมาชิกทุกคนในสังคมเพื่อความสะดวกและปลอดภัยนั่นเอง

2.8.2 หลักการการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (ไตรรัตน์ จารุทัศน์ 2558) ประกอบด้วยหลักการ 7 ประการ คือ

1) ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Equitable Use) มีความเสมอภาค ใช้งานได้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกและเลือกปฏิบัติ เช่น การติดตั้งตู้โทรศัพท์สาธารณะสองระดับระดับทั่วไปสำหรับผู้ใหญ่ และระดับที่คนนั่งรถเข็นใช้ได้ เป็นต้น

2) ความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Flexible in use) มีความยืดหยุ่น ใช้งานได้กับผู้ที่ถนัดซ้ายและขวาหรือปรับสภาพความสูงต่ำขึ้นลงได้ตาม ความสูงของผู้ใช้

3) การใช้ง่าย และเข้าใจง่าย (Simple and Intuitive Use) เรียบง่ายและเข้าใจได้ดี เช่น มีภาพหรือคำอธิบายที่เรียบง่ายสำหรับคนทุกประเภท ไม่ว่าจะมีความรู้ระดับไหนอ่านหนังสือออกหรือไม่ อ่านภาษาต่างประเทศได้หรือไม่ หรืออาจใช้รูปภาพเป็นสัญลักษณ์สากลสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย เป็นต้น

4) ข้อมูลชัดเจน (Perceptible Information) มีข้อมูลพอเพียงมีข้อมูลง่ายสำหรับประกอบการใช้งานที่พอเพียง

5) การมีระบบป้องกันความผิดพลาด (Tolerance for error) ทนทานต่อการใช้งานที่ผิดพลาดเช่นมีระบบป้องกันอันตรายหากมีการใช้ผิดพลาดรวมทั้งไม่เสียหายได้โดยง่าย

6) การใช้แรงน้อย (Low physical effort) พยายามลดความเหนื่อยและไม่ต้องออกแรงมากเช่นใช้ที่เปิดก๊อกน้ำแบบยกขึ้น-กดลงแทนการใช้มือขันก๊อกแบบเป็นเกลียวสวิตช์ไฟฟ้าแบบตัวใหญ่ที่กดเบาๆก็สามารถทำงานได้แทนสวิตช์เล็กที่ต้องใช้นิ้วมือออกแรงจัดอย่างแรง ฯลฯ

7) การมีขนาดและพื้นที่ใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้สอย (Size and Space for application and Use) ขนาดและสถานที่ที่เหมาะสมและใช้งานในเชิงปฏิบัติได้โดยคิดออกแบบเพื่อสำหรับคนร่างกายใหญ่โต คนที่เคลื่อนไหวร่างกายยาก เช่น ขนาดของห้องน้ำ โถส้วมใหญ่เพียงพอสำหรับคนที่ร่างกายใหญ่โต รวมถึงคำนึงถึงคนพิการที่มีรถเข็นคันใหญ่ต้องมีพื้นที่สำหรับหมุนรถกลับไปมาในบริเวณห้องน้ำ

อย่างไรก็ตามในการออกแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมเพื่อคนทั้งมวลในสอดคล้องกับหลักการข้างต้นนั้น ก็อาจจำเป็นต้องมีอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีอย่างใดอย่างหนึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้คนพิการหรือบุคคลที่มีความต้องการจำเป็นเฉพาะได้ใช้งานได้อย่างเหมาะสม โดยการใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวก (Assistive Technology: AT) หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม (Reasonable Accommodation: RA) ดังนี้

เทคโนโลยีอำนวยความสะดวก (Assistive Technology: AT) หมายถึง อุปกรณ์และบริการที่ช่วยลดหรือขจัดอุปสรรคที่คนพิการประสบ โดยอาจจะอยู่ในรูปของซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้เพื่อเพิ่มรักษาหรือปรับปรุงขีดความสามารถในการทำงานของคนพิการ หรือบุคคลที่มีความบกพร่อง เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมซึ่งอาจเป็นไปได้ยากหรือเป็นไปได้ให้ประสบความสำเร็จ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม (Reasonable Accommodation: RA) หมายถึง การจัดหาอุปกรณ์และเตรียมสภาพแวดล้อมที่ช่วยให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดเป็นการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในพื้นที่ใช้งานและสภาพแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้บุคคลที่มีความพิการสามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติ หรือได้รับสิทธิประโยชน์ที่เท่าเทียมกันกับบุคคลอื่น

2.8.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญ โดยเป็นพื้นที่รองรับการประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญในฐานะเป็นสินทรัพย์ทางการลงทุนของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นสิ่งแสดงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้ทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมให้สะท้อนถึงนโยบาย วิสัยทัศน์ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมของแหล่งท่องเที่ยวได้ (ไตรรัตน์ จารุทัศน์ 2552)

ทรัพยากรกายภาพ (Physical resources) หมายถึงสิ่งปลูกสร้าง สถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ประกอบรวมกันขึ้นเป็นสถานที่จัดไว้เพื่อรองรับกิจกรรมและวัตถุประสงค์ ทรัพยากรกายภาพประกอบด้วย อาคารและระบบประกอบอาคาร พื้นที่ทำงาน อุปกรณ์ประกอบพื้นที่ ระบบสาธารณูปโภค งานภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่จอดรถ (ทิพวรรณ บุญย์เพิ่ม, 2555: 1-6)

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอกจับต้องได้ รวมทั้งยังหมายถึง ความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศ แสงสว่าง การจัดตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ ด้วย

สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยววันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

1) **สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว** ประกอบด้วยที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

2) **สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ซุ้มทางเข้า ป้ายเครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้แสงสว่างระบบน้ำใช้ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ขั้วบันได เป็นต้น

3) **สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

4) **สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว** ประกอบด้วยป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่ง

ห้องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่นๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ เป็นต้น

กฎกระทรวง พ.ศ. 2555 ได้กำหนด อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการว่าประกอบด้วย

- (1) ที่จอดรถสำหรับคนพิการ
- (2) ทางลาด
- (3) ป้ายแสดงอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ
- (4) ห้องน้ำสำหรับคนพิการ
- (5) สถานที่ติดต่อหรือประชาสัมพันธ์สำหรับคนพิการ
- (6) ลิฟต์สำหรับคนพิการ
- (7) รวากันตกหรือผนังกันตก
- (8) ประตูสำหรับคนพิการ
- (9) ทางสัญจรสำหรับคนพิการ
- (10) พื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับคนพิการทางการเห็น
- (11) ที่นั่งสำหรับคนพิการหรือพื้นที่สำหรับจอดวีลแชร์
- (12) บันไดเลื่อนสำหรับคนพิการ
- (13) ทางลาดเลื่อนสำหรับคนพิการ
- (14) ถึงขยะแบบยกเคลื่อนที่ได้
- (15) โทรศัพท์สาธารณะสำหรับคนพิการ
- (16) จุดบริการน้ำดื่มสำหรับคนพิการ
- (17) ตู้บริการเงินด่วนสำหรับคนพิการ
- (18) สัญญาณเสียงและสัญญาณแสงขอความช่วยเหลือสำหรับคนพิการ

ในการดำเนินการวิจัยผู้วิจัยนี้ได้นำแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวลมาใช้ในการประเมินทรัพยากรทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยการประเมินองค์ประกอบของทรัพยากรทางกายภาพและสภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรมและด้านชุมชนเมือง

องค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย ทางลาดเข้าสู่อาคาร/ภายในอาคาร ลิฟต์โดยสาร ลิฟต์แบบแท่นยก บันได รวากันตก ทางเข้าอาคาร ประตู หน้าต่าง ทางสัญจรระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ห้องน้ำ และพื้นผิวต่างสัมผัส

องค์ประกอบด้านชุมชนเมือง ประกอบด้วย สิ่งที่เป็นอุปสรรคสำหรับคนพิการ บ้ายและสัญลักษณ์ องค์ประกอบถนน ทางสัญจรและทางเท้า ทางลาดขอบถนน ที่จอดรถ ทางลาดภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์ถนน

กล่าวโดยสรุปได้ในที่นี้ว่า ทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งปลูกสร้าง สถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ประกอบรวมกันขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย อาคาร และสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับคนทั้งมวลด้วย

2.8.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายกับการท่องเที่ยว

1) ความหมายของการสื่อความหมาย

ปัจจุบันมีการตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อความหมาย (Interpretation) จึงมีผู้ให้คำจำกัดความของ “การสื่อความหมาย” ที่หลากหลาย ดังนี้

ทิลเดน (Tilden, 1977) ได้ให้คำนิยามของ การสื่อความหมาย ไว้ในหนังสือ Interpreting Our Heritage ว่าเป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่มีจุดประสงค์ที่จะเปิดเผยความหมายของสิ่งหนึ่งและความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อม โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัสด้วยตนเองโดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะเพียงข้อมูลอย่างเดียว

เบ็ค และ เคเบิล (Beck & Cable, 1998) กล่าวว่า การสื่อความหมาย เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่จะเปิดเผยความหมายของทรัพยากร วัฒนธรรม และธรรมชาติ โดยผ่านสื่อหลากหลาย การสื่อความหมายเสริมสร้างความเข้าใจ ความประทับใจ และช่วยปกป้องแหล่งประวัติศาสตร์และความรื่นรมย์ของธรรมชาติ การสื่อความหมายเป็นกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารและสร้างแรงบันดาลใจ

องค์กรวิชาชีพด้านมรดกวัฒนธรรมระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ได้ให้คำจำกัดความในกฎบัตร ICOMOS ว่าด้วยการสื่อความหมาย ว่าเป็นกิจกรรมทั้งหมดที่มีเจตนาเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของสาธารณชน และเสริมสร้างความเข้าใจต่อแหล่งมรดกวัฒนธรรม ทั้งนี้รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ทางวิชาการและทั่วไป การบรรยาย อุปกรณ์ที่ติดตั้งในแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมการศึกษาทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ กิจกรรมชุมชน และการศึกษาค้นคว้า การฝึกอบรม และการประเมินกระบวนการสื่อความหมาย

สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554) ได้ให้คำจำกัดความของการสื่อความหมาย ในบริบทของการท่องเที่ยวว่า เป็นศิลปะการสื่อสารเรื่องราวที่กระตุ้นความสนใจ และเสริมสร้างความเข้าใจในคุณค่าความหมายของทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งในเรื่องราวที่นำเสนอ ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

สรุปได้ว่า การสื่อความหมายในบริบทของการท่องเที่ยว คือกิจกรรมที่มีจุดประสงค์ในการอธิบาย ถ่ายทอด และให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อม โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัสด้วยตนเอง โดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะเพียงข้อมูลอย่างเดียว

2) วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

ฮอลล์ และแม็คอาเธอร์ (Hall & McArthur, 1996 อ้างใน สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2554) กล่าวว่าปัจจุบันผู้จัดการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีหน้าที่หลักในการดูแล และบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรม โดยการใช้การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และประสบการณ์ประทับใจในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว

2.2) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าใจคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น

2.3) เพื่อช่วยบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดการพื้นที่ในลักษณะต่าง ๆ การสื่อความหมายสามารถเป็นเครื่องมือส่งเสริม แนะนำนักท่องเที่ยวให้รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่เปราะบาง ลดความแออัดของจำนวนผู้มาเยือนที่เกินขีดความสามารถในการรองรับ และช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่ การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดจำนวนการล่าสัตว์ป่า การทำลายสภาพแวดล้อม รวมทั้งพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง การเก็บทรัพยากรทางทะเลมาเป็นของฝากที่ระลึก หรือการขี่จักรยานในช่องทางเดินเท้า เป็นต้น

2.4) เพื่อเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับองค์กรและบุคลากร ทั้งนี้ช่วยให้สาธารณชนมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือสนับสนุนบทบาทขององค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายที่กำหนดไว้โดยอำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและดำเนินการตามโปรแกรมการสื่อความหมาย

จากวัตถุประสงค์การสื่อความหมายดังกล่าวมีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการภาคเอกชนโดยเฉพาะบริษัทจัดนำเที่ยว ได้ให้ความสำคัญของการสื่อความหมายในการเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเรียงลำดับจากข้อ 1 ถึงข้อ 4 บริษัทเหล่านี้นิยมใช้การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าสินค้า หรือให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ และความสนุกสนานเพลิดเพลินต่อนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยให้บริการพิเศษแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจประวัติศาสตร์ กลุ่มศึกษาอารยธรรม กลุ่มจาริกแสวงบุญ กลุ่มศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และกลุ่มศึกษาเชิงนิเวศ

ในขณะที่องค์กรที่มีหน้าที่บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญของการสื่อความหมายตาม
น้ำหนักจากข้อ 4 ไปข้อ 1 โดยเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนให้มีความเข้าใจนโยบายและ
วัตถุประสงค์ด้านการบริหารจัดการ รวมทั้งขอความร่วมมือสนับสนุนบทบาทขององค์กรตน เพื่อบรรลุ
วัตถุประสงค์นี้ การสื่อความหมายต้องได้รับการออกแบบที่พิถีพิถันโดยสามารถสร้างความเพลิดเพลินและ
เชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยว แม้ว่าทั้งบริษัทเจดน้ำเที่ยวและผู้จัดการสถานที่ท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการสื่อ
ความหมายที่เน้นแตกต่างกัน แต่ก็มีภาพรารณาที่ร่วมกันในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการ
ท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสืบไป

3) บทบาทของการสื่อความหมาย

การสื่อความหมายในบริบทของการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ การให้ความรู้
การให้ความเพลิดเพลิน และการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1) บทบาทในการให้ความรู้ การสื่อความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความ
เข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมในแหล่ง
ท่องเที่ยว ซึ่งอาจอยู่ในลักษณะรูปธรรมหรือนามธรรม ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและประทับใจใน
คุณค่าของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว การสื่อความหมายช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามที่ผู้ส่ง
สารนำเสนอ เช่น เกิดความรู้สึกซาบซึ้งในเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่น่าเสนอหรือ ความรู้สึกตื่นตาตื่นใจใน
ความงดงามของธรรมชาติ เกิดความเข้าใจในพัฒนาการการเจริญเติบโตของพืชพันธุ์และสิ่งมีชีวิตทาง
ธรรมชาติ

3.2) บทบาทในการสร้างความเพลิดเพลิน การสื่อความหมายมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้าง
ความประทับใจและประสบการณ์การเดินทางแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยว
กลับมาเยี่ยมชมอีก กิจกรรมการสื่อความหมายควรสนุกสนานและสามารถสร้างความบันเทิงใจมากกว่าให้
สาระความรู้เพียงอย่างเดียว การสื่อความหมายไม่ควรนำเสนอเหตุการณ์หรือบุคคลในประวัติศาสตร์เพียง
อย่างเดียว แต่ควรกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเสมือนว่าตนเองอยู่ในเหตุการณ์จริง ทำ
ให้เกิดความรู้สึกซาบซึ้ง หรือสนุกสนานเพลิดเพลินในเหตุการณ์ที่กำลังนำเสนอ ซึ่งเสริมสร้างบรรยากาศ
การเรียนรู้ที่น่าสนใจและชวนติดตาม

3.3) บทบาทในการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญในการ
ปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และ
ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนการเรียนรู้และสร้างความประทับใจ ซึ่งส่งผลให้มีทัศนคติเป็น
บวกต่อการให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

เบรมเวล และเลน (Bramwell & Lane, 1993 อ้างใน Timothy & Boyd, 2003) จำแนกบทบาทสำคัญสำหรับการสื่อความหมายในบริบทของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ 5 ประการดังนี้

3.3.1) การจัดระเบียบนักท่องเที่ยว การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการลดผลกระทบอันเกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว สามารถลดความแออัด เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปเกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ป้ายแนะนำสถานที่ก็เป็นวิธีหนึ่งที่แนะนำนักท่องเที่ยวให้ออกไปจากพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่สามารถรับรองได้ดีกว่า ทั้งนี้เพื่อลดความแออัดซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การสื่อความหมายยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสำรวจหรือเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่มากขึ้น การสื่อความหมายให้ความรู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวที่เป็นภัยต่อสัตว์ป่า เช่น ลดการใช้เสียง รบกวนสัตว์ป่า จำกัดความเร็วของรถเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ห้ามสูบบุหรี่ ตั้งแคมป์กางไฟหรือให้อาหารสัตว์ป่า เป็นต้น

ทั้งนี้ วันฮิลล์ (Wanhill, 1998 อ้างใน Kuo, 2002) ได้แนะนำหน้าที่ของการสื่อความหมายในบริบทของการจัดการนักท่องเที่ยว คือการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

- ข้อความแสดงความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว
- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
- ข้อมูลเส้นทางอื่น ๆ และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง
- ข้อมูลระยะเวลาทำงาน รวมทั้งเวลาจำหน่ายบัตรผ่านประตู
- ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์สังคมและวัฒนธรรม และมานุษยวิทยา
- ข้อมูลแนะนำการปฏิบัติตัวและการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม

3.3.2) การพัฒนาเศรษฐกิจ การสื่อความหมายสามารถเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่ารื่นรมย์ต่อนักท่องเที่ยว มีผลให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมพิเศษ มีการอธิบาย ขั้นตอนการผลิตให้นักท่องเที่ยวได้พักอาศัย หรือให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนในพื้นที่ มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวยาวนานมากขึ้น นับเป็นการช่วยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.3.3) การพัฒนาสิ่งแวดล้อมและมรดกวัฒนธรรม การสื่อความหมายมีบทบาทในอนุรักษ์และพัฒนาระบบนิเวศ เพราะช่วยลดผลกระทบเนื่องมาจากกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นภัยคุกคามสภาพแวดล้อมซึ่งมีผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรในระยะยาว การสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญทำให้

นักท่องเที่ยวดำเนินมาถึงคุณค่าของสภาพแวดล้อมในพื้นที่และความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันระหว่างสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในชุมชน ช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ และความประทับใจในสถานที่ที่มาเยือน นอกจากนี้การสื่อความหมายสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชุมชน นักท่องเที่ยว และบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความเคารพต่อสถานที่ รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่

3.3.4) การมีส่วนร่วมของชุมชน การสื่อความหมายช่วยสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึก ภาคภูมิใจ ห่วงแหนวัฒนธรรมล้ำค่า ร่วมรักษาประเพณีและวิถีดั้งเดิม ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การสื่อความหมายจึงเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชน วิถีชีวิตดั้งเดิม มรดกทางสถาปัตยกรรมของอาคารในพื้นที่ ซึ่งการร่วมมือร่วมใจนี้จะมีผลทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ร่วมแรงร่วมใจกันมากยิ่งขึ้น

3.3.5) การปรับเปลี่ยนทัศนคติและคุณค่า การสื่อความหมายสามารถสร้างความเข้าใจ ความประทับใจ การเคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ย่อมมีผลต่อการสร้างทัศนคติที่ดี ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ลดความรู้สึกเป็นลบอันเนื่องมาจากกิจกรรมท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการสนับสนุน ให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

การปรับเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนต่างใช้การสื่อความหมายไปยังประชาชนให้ทราบถึงนโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร รวมทั้งสนับสนุนนโยบายขององค์กรตน อย่างไรก็ตามถ้ามีการใช้การนำเสนอมากเกินไป ก็จะกลายเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ซึ่งจะลดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการใช้สื่อความหมายผิดวัตถุประสงค์ โดยเสนอในเชิงพาณิชย์ที่มีการทำกำไรแอบแฝง หรือใช้สื่อต่างๆ ถิ่นมากเกินไป ซึ่งจะลดความสำคัญ หรือคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวลงได้

4) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมาย

สื่อที่ใช้ในการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยว นิยมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

4.1) การสื่อความหมายโดยบุคคล เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เพราะสามารถตอบคำถามนักท่องเที่ยวได้โดยทันที และให้รายละเอียดมากกว่าสื่อประเภทอื่น นอกจากนี้ผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลในการชักจูงและกระตุ้นความสนใจ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และสร้างความสนิทสนมเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจในที่สุด การสื่อความหมายโดยบุคคลประกอบด้วย การบริการข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย และการสาธิต

4.2) การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล เป็นการให้ความรู้โดยไม่ใช้บุคคลเป็นผู้ส่งสาร ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายแนะนำทาง การจัดการจราจร การสื่อสารทัศนูปกรณ์ เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว และกิจกรรมพิเศษ

2.9 บริบทของจังหวัดชุมพร

2.9.1 สภาพทั่วไป

ประวัติความเป็นมา (แผนพัฒนาจังหวัดชุมพร 2560-2564 อ้างในสำนักงานจังหวัดชุมพร 2559) ระบุว่า ชุมพรเป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่งตั้งขึ้นเมื่อใดไม่มีหลักฐานแน่นอน แต่จากหลักฐานในกฎหมายตราสามดวงในรัชสมัยของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (สมัยกรุงศรีอยุธยา) สันนิษฐานไว้ว่าเมืองชุมพรมีอายุตราบนานถึงปัจจุบันกว่า 600 ปีแล้ว โดยสมเด็จพระบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ได้ทรงเรียบเรียงความเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งเมืองชุมพรไว้ในตำนานเมืองระนอง ความตอนหนึ่งว่า “เมืองชุมพรประหลาดผิดจากเมืองอื่นๆ ในแหลมมลายูที่ตั้งมาแต่โบราณ เช่น เมืองไชยา เมืองนครศรีธรรมราช เป็นต้น ล้วนมีโบราณสถาน โบราณวัตถุปรากฏให้เห็นรู้ได้ว่าเป็นเมืองมาแต่โบราณ แต่เมืองชุมพรไม่พบโบราณสถานและโบราณวัตถุแต่อย่างใด อาจจะเป็นด้วยเหตุ 2 ประการ คือ มีพื้นที่นาไม่พอกับคนประชากรหนึ่ง และอีกประการหนึ่งตั้งอยู่ตรงคอคอดแหลมมลายู ซึ่งมักเป็นสมรภูมิรบพุ่งกันตรึงนี้ จึงไม่สามารถสร้างเมืองถาวรไว้ แต่ต้องรักษาไว้เป็นเมืองหน้าด่าน”

สำหรับชื่อ “เมืองชุมพร” สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า “ชุมชุมพล” เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่าน การเดินทางไม่ว่าจะมาจากฝ่ายเหนือหรือฝ่ายใต้ เข้ามาตั้งค่ายชุมชุมพลกันที่นี่ จึงเรียกจุดนี้ว่า “ชุมชุมพล” แต่ด้วยเหตุที่คนภาคใต้ชอบพูดคำสั้นๆ จึงตัดคำกลางออกเหลือเพียง “ชุมพล” และต่อมาเพี้ยนเป็น “ชุมพร” อีกประการหนึ่งในการเดินทางไปรบทัพจับศึกของแม่ทัพนายกองสมัยโบราณเมื่อจะเคลื่อนพลต้องทำพิธีบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอให้ได้รับชัยชนะในการสู้รบเป็นการบำรุงขวัญทหารในสถานที่ชุมชุมพลเพื่อรับพร เช่นนี้ตรงกับความหมาย “ชุมชุมพล” หรือ “ประชุมพร” ซึ่งทั้งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุของคำว่า “ชุมพร” เช่นเดียวกัน แต่อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่าน่าจะได้มาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่น เช่นเดียวกับชื่อท้องที่ต่างๆ ไป เพราะที่ตั้งเมืองเดิมบนฝั่งทำน้ำชุมพรมีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย ต้นมะเดื่อชุมพรจึงเป็นสัญลักษณ์ประจำเมืองอยู่ในตราจังหวัดจนถึงปัจจุบัน

2.9.2 ลักษณะทางกายภาพ

1) **ทำเลและที่ตั้ง** จังหวัดชุมพรตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ ระหว่างเส้นละติจูดที่ 10 องศา 29 ลิปดาเหนือ และเส้นลองจิจูดที่ 99 องศา 11 ลิปดาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางรถยนต์ ประมาณ 498 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟสายใต้ ประมาณ 476 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3.75 ล้านไร่

หรือ 6,010.849 ตารางกิโลเมตร มีขนาดพื้นที่ใหญ่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้ ชุมพรเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ตอนบนฝั่งอ่าวไทย มีรูปพื้นที่เรียวยาวตามแนวเหนือ-ใต้ มีความยาวประมาณ 222 กิโลเมตร

2) อาณาเขต จังหวัดชุมพรมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอกระบือ จังหวัดระนอง และประเทศเมียนมาร์

3) ลักษณะภูมิประเทศ แบ่งออกเป็นพื้นที่ราบตอนกลาง พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล และพื้นที่ทางทิศตะวันตก เป็นที่สูงและภูเขา ทิวเขาที่สำคัญ คือ ทิวเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างประเทศไทยกับประเทศเมียนมาร์ ถัดจากแนวที่สูงมาทางด้านตะวันออกเป็นพื้นที่ราบตอนกลางซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่ม เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด

สำหรับพื้นที่ทางตะวันออกเป็นที่ราบชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 222 กิโลเมตร ลักษณะชายหาดของจังหวัดชุมพรค่อนข้างเรียบมีความโค้งเว้าน้อย ความกว้างของจังหวัดโดยเฉลี่ยประมาณ 36 กิโลเมตร

4) สภาพภูมิอากาศ จังหวัดชุมพรได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเหตุให้มีฤดูกาลเพียง 2 ฤดู คือ

4.1) ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - กลางเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงเปลี่ยนมรสุมหลังจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออ่อนกำลังลง

4.2) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม - กลางเดือนธันวาคมซึ่งเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จากทะเลอันดามัน เป็นมวลอากาศที่มีความชื้นสูง และเปลี่ยนเป็นลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงทำให้เกิดฝนตกชุกมีปริมาณน้ำฝนอยู่ในช่วง 1,553 - 2,344 มิลลิเมตร สำหรับอุณหภูมิในจังหวัดชุมพร เฉลี่ยโดยประมาณ 27.3 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 34.8 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 21.6 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยสูงสุด 97 เปอร์เซ็นต์ เฉลี่ยต่ำสุด 49 เปอร์เซ็นต์ ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยทั้งปี 81 เปอร์เซ็นต์

2.9.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

1) โครงสร้างทางเศรษฐกิจจังหวัดชุมพร ณ ราคาประจำปี 2557 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) มีมูลค่า 70,921 ล้านบาท จำแนกเป็น การผลิตภาคเกษตรกรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาได้แก่ การผลิตภาคการบริการและ การท่องเที่ยว ภาคอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 17.0 และร้อยละ 14.0 ตามลำดับ ส่วนอีกร้อยละ 23.0 เป็นการผลิตภาคการลงทุน และอื่น ๆ (ดังภาพที่ 2-10)

โดยมีผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัวเท่ากับ 147,249 บาท/คน/ปี เป็นลำดับที่ 5 ของภาคใต้ และลำดับที่ 21 ของประเทศ ขนาดเศรษฐกิจจังหวัดชุมพรอยู่ลำดับที่ 36 ของประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป ในปี 2558 พบว่า จังหวัดชุมพรมีค่าครองชีพต่ำเป็นอันดับที่ 3 รองจากจังหวัดยะลา ทั้งนี้อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของจังหวัดชุมพรลดลงในทุกปี คือ ปี 2556 เท่ากับ 1.23 ปี 2557 เท่ากับ 0.58 ปี 2558 เท่ากับ -0.10



ที่มา : สำนักงานจังหวัดชุมพร (2559)

ภาพที่ 2-10 แผนภูมิแสดงตัวเลขและผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด

2) **ด้านการเกษตรกรรม** จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ทำการเกษตรกรรมรวมร้อยละ 59 ของพื้นที่จังหวัด ประชาชนร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา กาแฟ ทุเรียน มะพร้าว มังคุด ทั้งนี้จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสตามากที่สุดในประเทศ ปลูกมะพร้าวมากเป็นอันดับสองของประเทศรองจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปลูกทุเรียนมากเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดจันทบุรี ปลูกปาล์มน้ำมันและมังคุดมากเป็นอันดับ 3 ของประเทศ

สำหรับการปศุสัตว์ จังหวัดชุมพร ไม่มีทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรจึงทำปศุสัตว์เป็นอาชีพเสริม สัตว์ที่นิยมเลี้ยง ได้แก่ ไก่ไข่ เป็ด โคเนื้อ กระบือ สุกร

ส่วนการประมง จังหวัดชุมพรมีศักยภาพทางการประมงในระดับสูง ทั้งในด้านการประมงน้ำจืด และทะเล กล่าวคือมีประชาชนเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด 1,526 ครัวเรือน ผลผลิตประมาณ 6,611 ตันต่อปี ส่วนการประมงทะเล มีเรือประมงพื้นบ้าน 1,794 ลำ เรือประมงพาณิชย์ 970 ลำมีผลผลิตสัตว์น้ำเค็ม ประมาณ 56,449 ตัน

3) **การอุตสาหกรรม** จังหวัดชุมพรมีโรงงานอุตสาหกรรม 609 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมต่อเนื่องการผลิตภาคการเกษตรและเป็นโรงงานขนาดกลาง

4) ด้านการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพรมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อนุสรณ์สถานเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เกาะแก่งต่าง ๆ ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร จุดชมวิวเขามัทรี พระบรมธาตุสวี ถ้ำรับร่อ (เทพเจริญ) ถ้ำเขาพลู เขาหินสอ และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตของท้องถิ่นแตกต่างกัน เช่น เกาะพิทักษ์ เกาะเตียบ บ้านทอนอม (หมู่บ้านม้าน้ำแห่งเดียวในประเทศไทย) บ้านท้องตมใหญ่ ฯลฯ

ในปี 2558 จังหวัดชุมพร มีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 5,880.55 ล้านบาท มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวม 1,301,218 คน เป็นคนไทย 1,197,913 คน ต่างชาติ 103,305 คน วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว 2.54 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (บาท/คน/วัน) 1,991.71 บาท

2.9.4 สภาพสังคม

1) จังหวัดชุมพร มีพื้นที่ 6,010 ตารางกิโลเมตร หรือ 3.75 ล้านไร่ แบ่งเขตการปกครอง เป็น 8 อำเภอ 70 ตำบล 37 หมู่บ้าน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 3 ประเภท ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 25 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 51 แห่ง ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2559 จังหวัดชุมพร มีประชากรทั้งสิ้น 505,830 คน เป็นชาย 250,943 คน เป็นหญิง 254,887 คน ความหนาแน่นประชากร ร้อยละ 84.16 ต่อตารางกิโลเมตร

2) ด้านศาสนา จังหวัดชุมพรมีวัด 227 แห่ง ที่พัทธสงฆ์ 144 แห่ง โบสถ์คริสต์จักร 15 แห่ง มัสยิด 7 แห่ง พระภิกษุ 1,813 รูป และสามเณร 324 รูป โดยประชากรจังหวัดชุมพร นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 98.9 ศาสนาอิสลามร้อยละ 0.78 ศาสนาคริสต์ร้อยละ 0.26 ศาสนาอื่น ๆ ร้อยละ 0.01

3) ด้านการศึกษา จังหวัดชุมพรมีสถานศึกษา จำนวน 469 แห่ง ประกอบด้วย ระดับประถมศึกษา จำนวน 304 แห่ง ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 23 แห่ง ระดับอาชีวศึกษา จำนวน 7 แห่ง ระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 แห่ง และศึกษานอกระบบโรงเรียน จำนวน 132 แห่ง

4) ด้านสถานพยาบาล มีสถานพยาบาล จำนวน 242 แห่ง จำแนกเป็นโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 11 แห่ง โรงพยาบาลสังกัดกระทรวงอื่น จำนวน 1 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน จำนวน 2 แห่ง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จำนวน 99 แห่ง คลินิกแพทย์ จำนวน 55 แห่ง และคลินิก ทันตแพทย์ จำนวน 16 แห่ง สถานพยาบาลผดุงครรภ์ จำนวน 53 แห่ง คลินิกการแพทย์แผนไทย จำนวน 4 แห่ง มีแพทย์จำนวน 114 คน ทันตแพทย์ จำนวน 37 คน เภสัชกร จำนวน 72 คน และพยาบาลวิชาชีพ จำนวน 1,009 คน

5) ด้านแรงงาน จังหวัดชุมพรมีประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 395,301 คน เป็นผู้อยู่ในกำลังแรงงาน 280,907 คน โดยเป็นผู้มีงานทำจำนวน 279,206 คน อัตราการว่างงาน ปี 2558 มีอัตราการว่างงานร้อยละ 0.43 สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาการว่างงานในพื้นที่จังหวัดชุมพร ได้แก่ การเลือกงานและการเรียนไม่ตรงสาขาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน จากการสำรวจสถานประกอบการที่

รายชื่ออยู่ในระบบประกันสังคมจังหวัดชุมพรใน 28 สาขาอุตสาหกรรม จำนวน 1,253 แห่ง (ยกเว้นหน่วยงานรัฐ สถานศึกษาและรัฐวิสาหกิจ) ในปี 2558 มีผู้ทำงานจำนวนรวมทั้งสิ้น 24,992 คน เป็นชาย 14,718 คน หญิง 10,274 คน ผู้ทำงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือและแรงงานกึ่งฝีมือ จำนวน 9,220 คน และ 8,760 คน ตามลำดับ จากผลการสำรวจสะท้อนให้เห็นว่าสถานประกอบการในจังหวัดชุมพรยังคงพึ่งพาแรงงานเป็นหลักโดยเฉพาะกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือ เมื่อแรงงานในพื้นที่ไม่เพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้าแรงงานต่างด้าวเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ทั้งที่เข้ามาโดยถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดชุมพรมีแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย 20,445 คน แรงงานต่างด้าวเข้าเมืองผิดกฎหมาย 18,550 คน

6) อาชญากรรม/ยาเสพติด จากสถิติข้อมูลคดีอาญา 5 กลุ่ม จังหวัดชุมพรมีคดีที่รัฐเป็นผู้เสียหายเกิดขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.27 รองลงมาเป็นคดีประเภทประทุษร้ายต่อทรัพย์ และคดีชีวิต ร่างกายและเพศคิดเป็นร้อยละ 4.75 และ 2.99 ตามลำดับ สำหรับคดียาเสพติดในภาพรวมอยู่ในระดับที่ไม่รุนแรง แต่ยังมีการแพร่ระบาดในทุกพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอเมืองชุมพร อำเภอหลังสวน และอำเภอท่าแซะ อย่างไรก็ตาม จังหวัดชุมพรได้มีการเฝ้าระวังโดยมีการตั้งด่านตรวจยาเสพติดในเส้นทางสายหลัก 2 ด้านตรวจ คือ ด้านตรวจยาเสพติดชุมพรของ นปส.ชุมพร (บช.ปส.) และด่านตรวจบ้านพละ ภ.จว.ชุมพร ในช่วงเวลาที่ผ่านมาสามารถสกัดจับกุมยาเสพติดได้เป็นจำนวนมาก

7) ประเพณีวัฒนธรรมและงานประจำปี จังหวัดชุมพรมีงานประเพณีและงานประจำปีที่สำคัญซึ่งจัดในช่วงเวลาต่างกันไปตลอดปี ได้แก่ งานเทิดพระเกียรติเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์และงานกาชาด งานโลกทะเลชุมพร งานประเพณีแห่พระแข่งเรือขึ้นโขงชิงธงชิงโล่และถ้วยพระราชทาน มรดกวัฒนธรรมแห่งลุ่มน้ำหลังสวน เทศกาลล่องแพพะโต๊ะ ประเพณีไทยทรงดำ ประเพณีวิ่งแหวกทะเลสู่เกาะพิทักษ์ เป็นต้น

2.9.5 โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงบริการ

1) ไฟฟ้า จังหวัดชุมพรมีสถานบริการไฟฟ้า จำนวน 5 แห่ง คือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดชุมพร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาท่าแซะ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาปากน้ำชุมพร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาย่อยปะทิว และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาย่อยดอนยาง พลังงานไฟฟ้าสูงสุด 135.70 เมกกะวัตต์ จำนวนผู้ใช้ไฟ 128,845 ครั้วเรือน ประชาชนไม่มีไฟฟ้าใช้จำนวน 48 ครั้วเรือน

2) ประปา มีสถานีจ่ายน้ำ 3 สถานี คือ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาชุมพร การประปาส่วนภูมิภาคสาขาท่าแซะ และการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหลังสวน มีกำลังการผลิตน้ำประปา รวม ทั้งสิ้น 27,272,611 ลูกบาศก์เมตร ผู้ใช้น้ำ 48,675 ราย

3) โทรศัพท์ มีหมายเลขโทรศัพท์ จำนวน 41,601 เลขหมายแบ่งเป็น บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 32,320 เลขหมาย และบริษัทสัมปทาน จำนวน 9,281 เลขหมาย

4) **ไปรษณีย์** จังหวัดชุมพรมีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขในทุกอำเภอและแหล่งชุมชนใหญ่ๆ รวม 15 แห่งอำเภอเมืองชุมพรมี 4 สาขา อำเภอปะทิวมี 3 สาขา อำเภอหลังสวนมี 2 สาขา อำเภอท่าแซะ อำเภอตะเภา อำเภอพะโต๊ะ อำเภอสวี และอำเภอทุ่งตะโกมี มีอำเภอละ 1 สาขา

5) **การคมนาคมขนส่ง** จังหวัดชุมพรสามารถติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงและกรุงเทพมหานครได้ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และทางอากาศ ดังนี้__

5.1) ทางรถยนต์ การเดินทางโดยรถส่วนตัวจากเส้นทาง หมายเลข 35 เข้าสู่ถนนเพชรเกษม ถึงจังหวัดชุมพร ระยะทาง 498 กิโลเมตร ส่วนรถโดยสารประจำทางจากสถานีขนส่งสายใต้ใหม่เปิดให้บริการทุกวัน เส้นทางคมนาคมในจังหวัด มีเส้นทางในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2 แห่ง ได้แก่ กรมทางหลวงและกรมทางหลวงชนบท ประกอบด้วยเส้นทางในความควบคุมของกรมทางหลวง ซึ่งมีผิวจราจรแบบลาดยางทั้งเส้น 400.698 กิโลเมตร ส่วนการควบคุมของกรมทางหลวงชนบท มีผิวจราจรลาดยางระยะทาง 20.96 กิโลเมตร ลูกตั้ง 7.07 กิโลเมตร

5.2) ทางรถไฟ ระยะทางจากสถานีรถไฟกรุงเทพฯ ถึงสถานีรถไฟจังหวัดชุมพรประมาณ 485 กิโลเมตร รถไฟทุกขบวนจะต้องผ่านจังหวัดชุมพรและอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดชุมพร ยกเว้น 2 อำเภอ คือ อำเภอท่าแซะ และอำเภอพะโต๊ะ ในแต่ละวันจะมีรถไฟผ่านจังหวัดชุมพรทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับรวม 22 ขบวน

5.3) ทางอากาศ มีท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์ ตั้งอยู่ที่ตำบลชุมโค อำเภอปะทิว ห่างจากตัวเมืองชุมพรประมาณ 40 กิโลเมตร ปัจจุบันมีสายการบินนกแอร์ เปิดให้บริการบิน เส้นทางกรุงเทพฯ-ชุมพรและชุมพร-กรุงเทพฯ ทุกวันๆ ละ 2 เที่ยวบิน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 10 นาที มีรถตู้บริการของเอกชนให้บริการ รับ - ส่ง จากสนามบินไปอำเภอเมืองชุมพร ในปี พ.ศ. 2558 มีเที่ยวบิน บินประจำในประเทศจำนวน 1,543 เที่ยวบิน แยกเป็นเที่ยวบินราชการและรัฐวิสาหกิจ 1,356 เที่ยวบิน เที่ยวบินทหาร 92 เที่ยวบิน เที่ยวบินเอกชนส่วนบุคคล 33 เที่ยวบิน

6) **ระบบชลประทาน** จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ในเขตชลประทาน รวม 164,950 ไร่ นอกเขตชลประทาน 2,098,235 ไร่ การเกษตรส่วนใหญ่จึงอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก โดยมีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อปีประมาณ 1,824 มิลลิเมตร

2.9.6 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1) **ทรัพยากรป่าไม้** จังหวัดชุมพรมีพื้นที่ป่าทั้งหมดจำนวน 2,082,298 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 55.05 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด จำแนกเป็น 3 ชนิดป่าตามลักษณะของสภาพป่าที่แตกต่างกัน ได้แก่ ป่าดิบชื้น ป่าชายหาด และป่าพรุ

2) **แหล่งน้ำ** เทือกเขาตะนาวศรีซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันตกของจังหวัดเป็นแหล่งต้นน้ำลำต้นน้ำสาขาและลุ่มน้ำย่อย ซึ่งจังหวัดมีลุ่มน้ำสายหลักและลุ่มน้ำสายรอง ดังนี้

2.1) **ลุ่มน้ำสายหลัก** มีจำนวน 5 ลุ่มน้ำ ประกอบด้วย

2.1.1) ลุ่มน้ำสาขาคลองท่าตะเภา เกิดจากการรวมตัวของลุ่มน้ำย่อย 2 สาย คือ ลุ่มน้ำย่อย คลองท่าแะ ซึ่งเกิดจากเทือกเขาตะนาวศรี ในเขตอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไหลผ่านตำบลสลุย ตำบลครุฑ ตำบลท่าแะ อำเภอท่าแะ มารวมตัวกันกับลุ่มน้ำย่อยคลองรับร้อ ซึ่งเกิดจากเทือกเขาตะนาวศรีบริเวณเขตชายแดนไทย-พม่า ทางตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอปะทิว ผ่านหุบเขาต่างๆ ลงมาทางใต้ของอำเภอท่าแะแล้วไหลไปทางตะวันออก ผ่านตำบลท่าข้ามไปรวมกับลุ่มน้ำย่อยคลองท่าแะ ลุ่มน้ำย่อยคลองท่าแะความยาวประมาณ 77 กิโลเมตร ลุ่มน้ำย่อยคลองรับร้อความยาวประมาณ 72 กิโลเมตร เมื่อลุ่มน้ำย่อย 2 สาย รวมตัวกันที่ตำบลนากระตาม อำเภอท่าแะ แล้วไหลผ่านตำบลหาดพันไกร ตำบลบางลึก ตำบลท่าตะเภา ตำบลบางหมาก และตำบลท้ายางแล้วไหลลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง ความยาวประมาณ 33 กิโลเมตร รวมเป็นความยาวของลุ่มน้ำสาขาคลองท่าตะเภา 182 กิโลเมตร

2.1.2) ลุ่มน้ำสาขาคลองชุมพร เกิดจากเทือกเขาในตำบลปากจั่น อำเภอกระบุรี จังหวัดระนองไหลไปทางตะวันออกถึงบ้านดอนสมอ แล้วไหลผ่านตำบลวังใหม่ ตำบลบ้านนา ตำบลขุนกระโทก ตำบลวังไผ่ ตำบลตากแดด อำเภอเมือง แล้วไหลลงสู่ทะเลบริเวณตอนเหนือของอ่าวสวี ตำบลทุ่งคา อำเภอเมืองชุมพร มีความยาว 50 กิโลเมตร

2.1.3) ลุ่มน้ำสาขาคลองสวี-ตะโก เกิดจากเทือกเขาในตำบลทุ่งระยะ อำเภอสวี ไหลมาทางตะวันออกผ่านตำบลนาโพธิ์ แล้ววกไปทางตะวันออกเฉียงเหนือผ่านตำบลปากแพรกออกทะเลในตำบลวิสัยใต้ อำเภอสวี ความยาวประมาณ 30 กิโลเมตร ลุ่มน้ำย่อยคลองสวี เกิดจากเทือกเขาในตำบลละอุ่นเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ไหลไปลงทางเหนือแล้ววกไปทางตะวันออกเข้าเขตอำเภอสวี ผ่านตำบลเขาทะลุ ตำบลนาสัก ตำบลทุ่งระยะตำบลสวี ตำบลนาโพธิ์ ตำบลปากแพรก ตำบลท่าหิน ไปออกทะเลที่ตำบลด่านสวีอำเภอสวี มีความยาวประมาณ 75 กิโลเมตร และลุ่มน้ำย่อยคลองตะโก เกิดจากเขาในอำเภอหลังสวนไหลผ่าน ตำบลทุ่งตะโก ตำบลทุ่งตะไคร้ ตำบลปากตะโก ไหลลงทะเลที่บ้านปากตะโก ตำบลปากตะโก อำเภอทุ่งตะโก ความยาวประมาณ 120 กิโลเมตร รวมเป็นความยาวทั้งหมด 225 กิโลเมตร

2.1.4) ลุ่มน้ำสาขาคลองหลังสวน เกิดจากเขาในตำบลปากทรง แล้ววกไปทางตะวันออกผ่านตำบลปังหวานอำเภอพะโต๊ะ ผ่านตำบลวังตะกอก ตำบลหาดยาย ตำบลหลังสวน ตำบลแหลมทราย ตำบลพ้อแดง ตำบลบางมะพร้าว อำเภอหลังสวน แล้วไหลออกสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำ อำเภอหลังสวน มีความยาวประมาณ 100 กิโลเมตร

2.1.5) ลุ่มน้ำสาขาคลองละแม ต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาในตำบลพะโต๊ะ อำเภอพะโต๊ะ ไหลไปทางตะวันออก ลงทะเลในตำบลละแม อำเภอละแม ความยาวประมาณ 36 กิโลเมตร

2.2) **ลุ่มน้ำสายรอง** ประกอบด้วยลำน้ำ 2 แห่ง และลำคลอง 2 แห่ง ดังนี้

2.2.1) **ลำน้ำรับร่อ** เกิดจากเทือกเขาตะนาวศรีบริเวณเขตชายแดนไทยกับพม่าทางตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอท่าแซะผ่านหุบเขาต่างๆลงมาทางใต้เข้าอำเภอท่าแซะไหลผ่านไปทางตะวันออก ผ่านตำบลรับร่อท่าข้าม ไปรวมกับลำน้ำท่าแซะที่ตำบลนากระตามเป็นแม่น้ำท่าตะเภามีความยาวประมาณ 72 กิโลเมตร มีน้ำตลอดปี

2.2.2) **ลำน้ำท่าแซะ** เกิดจากเทือกเขาในเขตอำเภอบางสะพานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไหลผ่านตำบลสลุย ครึ่ง ท่าแซะ นากระ ตามอำเภอท่าแซะ มารวมกับลำน้ำรับร่อเป็นแม่น้ำท่าตะเภา ความยาวประมาณ 77 กิโลเมตร มีน้ำตลอดปี

2.2.3) **คลองสวีเฒ่า** เกิดจากเขาในตำบลทุ่งระยยะอำเภอสวีไหลทางตะวันออกผ่านตำบลนาโพธิ์ แล้ววกไปทางตะวันออกเฉียงเหนือผ่านตำบลปากแพรกออกทะเลในตำบลวิสัยใต้ อำเภอสวี ความยาวประมาณ 30 กิโลเมตร มีน้ำตลอดทั้งปี

2.2.4) **คลองตะโก** เกิดจากเขาในอำเภอหลังสวนไหลผ่านตำบลตะโก ทุ่งตะไคร่ ปากตะโกลงทะเลที่ตำบลปากตะโกมีความยาวประมาณ 120 กิโลเมตร มีน้ำตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ยังมี คู คลอง ลำราง กระจายอยู่ทุกอำเภอ รวมทั้งสิ้น 63 แห่ง

3) **ทรัพยากรดิน ณ ปี 2557** จังหวัดชุมพร มีพื้นที่ รวม 3,755,630 ไร่ จำแนกเป็น ที่นา 9,557 ไร่ ปลูกพืชไร่ 10,374 ไร่ ที่ไม่ผลและไม่ยืนต้น 2,057,554 ไร่ ที่สวนผักและไม้ดอก 24,596 ไร่ เนื่องจากการใช้ประโยชน์ทางการเกษตรอื่น ๆ 114,017 ไร่ เนื้อที่นอกการเกษตร 731,434 ไร่ พื้นที่ป่าไม้ 808,098 ไร่

4) **ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง** จังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดที่มีชายฝั่งทะเลยาว 222 กิโลเมตร มีชายฝั่งทะเลที่เกิดการกัดเซาะชายฝั่งระดับวิกฤต รวม 2 แห่ง 2 อำเภอ ซึ่งลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นหาดทราย ได้แก่ บริเวณหมู่ที่ 3 บ้านปากมหาด ตำบลท่ายาง อำเภอเมืองชุมพร ระยะทางประมาณ 1.09 กิโลเมตรและบริเวณหมู่ที่ 8 บ้านหนองทองดี 1 ตำบลบางมะพร้าว อำเภอหลังสวน ระยะทางประมาณ 1.57 กิโลเมตร

5) **การจัดการขยะมูลฝอย** จังหวัดชุมพรมีระบบกำจัดขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล 2 แห่ง ได้แก่ เทศบาลเมืองชุมพร และเทศบาลเมืองหลังสวน และมีเตาเผาขยะอยู่ 2 แห่ง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลตะโก และเทศบาลตำบลพะโต๊ะ

6) **คุณภาพอากาศ** คุณภาพอากาศในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับปกติ โดยผลการตรวจวัดค่าฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 10 ไมครอน อยู่ที่ 0.043 ซึ่งไม่เกินค่ามาตรฐานที่ตั้งไว้คือ 0.12 มิลลิกรัมต่อหนึ่งลูกบาศก์เมตร

7) **คุณภาพเสียง** คุณภาพเสียงในจังหวัดชุมพรไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน (ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง ไม่เกิน 70 เดซิเบลเอ หรือระดับเสียงสูงสุดไม่เกิน 115 เดซิเบลเอ)

8) **ของเสียอันตราย** คือ ของเสียอันตรายที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ในครัวเรือนและสถานประกอบการ พาณิชยกรรมต่างๆ ในชุมชน รวมถึงโรงงานอุตสาหกรรม เช่น อยู่ซ่อมรถ สถานีบริการน้ำมัน ร้านล้างอัดขยายภาพ ทำเรือ สนามบิน โรงพยาบาล ห้องปฏิบัติการ พื้นที่เกษตรกรรม ฯลฯ ซึ่งของเสียอันตรายเหล่านี้ส่วนใหญ่ถูกทิ้งรวมกับมูลฝอยทั่วไป โดยไม่ผ่านการบำบัดและกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ก่อให้เกิดการปนเปื้อนและแพร่กระจายของสารอันตรายสู่สิ่งแวดล้อมเข้าสู่ห่วงโซ่อาหารและเกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนได้

2.9.7 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ตามที่จังหวัดชุมพรได้ดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาจังหวัดชุมพร ระยะ 2557-2560 (สำนักงานจังหวัดชุมพร 2561) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ชุมพรน่าอยู่ ประตูกองสองฝั่งทะเล เกษตรกรรมยั่งยืน การท่องเที่ยวคุณภาพ” โดยกำหนดเป้าหมายการพัฒนา 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

- (1) การพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ
- (2) การพัฒนาคน ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้มีคุณภาพ
- (3) การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (4) การปรับปรุงระบบบริหารจัดการเชิงบูรณาการและความมั่นคง

ระหว่างปี 2557-2559 จังหวัดชุมพรได้รับการสนับสนุนงบประมาณ ตามแผนปฏิบัติราชการ ประจำปี เพิ่มขึ้นทุกปี มีผลการใช้จ่ายงบประมาณดังตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-2 การเบิกจ่ายงบประมาณจังหวัด

รายการ	2557			2558			2559		
	ได้รับจัดสรร (ล้านบาท)	เบิกจ่าย (ล้านบาท)	ร้อยละ	ได้รับจัดสรร (ล้านบาท)	เบิกจ่าย (ล้านบาท)	ร้อยละ	ได้รับจัดสรร (ล้านบาท)	เบิกจ่าย (ล้านบาท)	ร้อยละ
งบประมาณ จังหวัด	127.8892	106.6635	83.40	127.2853	104.5456	82.14	167.1444	139.4177	83.40
งบประมาณกลุ่ม จังหวัด	80.8679	78.8292	97.54	23.3652	22.9649	98.29	48.0772	41.6282	86.50

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชุมพร (2561)

โดยในการนี้ ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีผลการพัฒนาโดยสรุป ดังนี้

1) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

มีตัวชี้วัดที่สำคัญ 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

- (1) ร้อยละของมูลค่าสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5 ต่อปี)
- (2) ร้อยละของมูลค่าด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5 ต่อปี)

เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่สำคัญพบว่า เศรษฐกิจจังหวัดชุมพร ในระยะ 5 ปี (2553-2557) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 ซึ่งในช่วง 2 ปีหลังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รายได้ต่อหัวต่อปี 2557 จำนวน 147,249 บาท/คน/ปี ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (195,995 บาท) โดยโครงสร้างเศรษฐกิจส่วนใหญ่ยังคงเป็นภาคเกษตร ร้อยละ 46 ซึ่งพิจารณาจากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตร (ตารางที่ 2-3) พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน และยางพารา มีโรงงานอุตสาหกรรมกว่า 800 แห่ง มีเงินลงทุนและจำนวนคนงานเพิ่มขึ้นทุกปี

ตารางที่ 2-3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดชุมพร ประจำปี 2555 - 2557

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (ล้านบาท)	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ภาคเกษตร	27,105	28,054	32,823
ภาคอุตสาหกรรม	8,162	9,180	9,765
การบริการและการท่องเที่ยว	5,153	10,453	12,102
การลงทุนและอื่น ๆ	21,033	16,036	16,231
รวม	61,453	63,723	70,921

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชุมพร (2559)

ตารางที่ 2-4 .ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ปี 2556-2558

รายการ	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
ผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	1,123,722	1,203,977	1,301,218
ไทย	1,028,332	1,107,739	1,197,913
ต่างชาติ	95,390	96,238	10,3305
รายได้จากการท่องเที่ยว(ล้านบาท)	5,022.29	5,280.91	5,880.55
ไทย	4,477.83	4,730.96	5,268.82
ต่างชาติ	544.46	549.95	611.73
วันพักเฉลี่ย	2.81	2.65	2.54
ไทย	2.81	2.62	2.54
ต่างชาติ	2.80	2.68	2.63
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (บาท/คน/วัน)	1,804.44	1,882.28	1,991.71
ไทย	1,749.16	1,827.50	1,934.35
ต่างชาติ	2,438.17	2,527.92	2,626.64
ที่พัก			
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	3,920	4,570	4,824
อัตราการเข้าพัก (%)	45.72	48.41	54.92

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชุมพร (2559)

ส่วนด้านการท่องเที่ยว มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ โดยในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจังหวัด 1.3 ล้านคน รายได้ 5,880.55 ล้านบาท เมื่อพิจารณาข้อมูลในช่วง 3 ปี พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น (ตารางที่ 2-4)

2) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคน ครอบครัว ชุมชนและสังคมให้มีคุณภาพ

ตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของครอบครัวที่ได้ดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง (ร้อยละ 10) เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่สำคัญด้านสังคมพบว่า ภาคครัวเรือนมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันรายจ่ายเฉลี่ยหนี้สินต่อครัวเรือน เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันด้วย โดยในปี 2558 สัดส่วนหนี้สินต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้นจาก ปี 2556 ร้อยละ 1.14 สัดส่วนหนี้สินสูงกว่ารายได้ 6.82 เท่า (ตารางที่ 2-5)

ตารางที่ 2-5 รายได้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน และหนี้สินต่อครัวเรือน จำแนกตามฐานเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือน ปี 2556-2558

รายการ	ปี 2556	ปี 2557*	ปี 2558
1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน (บาท)	27,540	-	29,306
2. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน (บาท)	22,552	-	24,542
3. หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	197,459	-	199,746

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดชุมพร (2561)

*ไม่มีการจัดเก็บในปี 2557

3) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

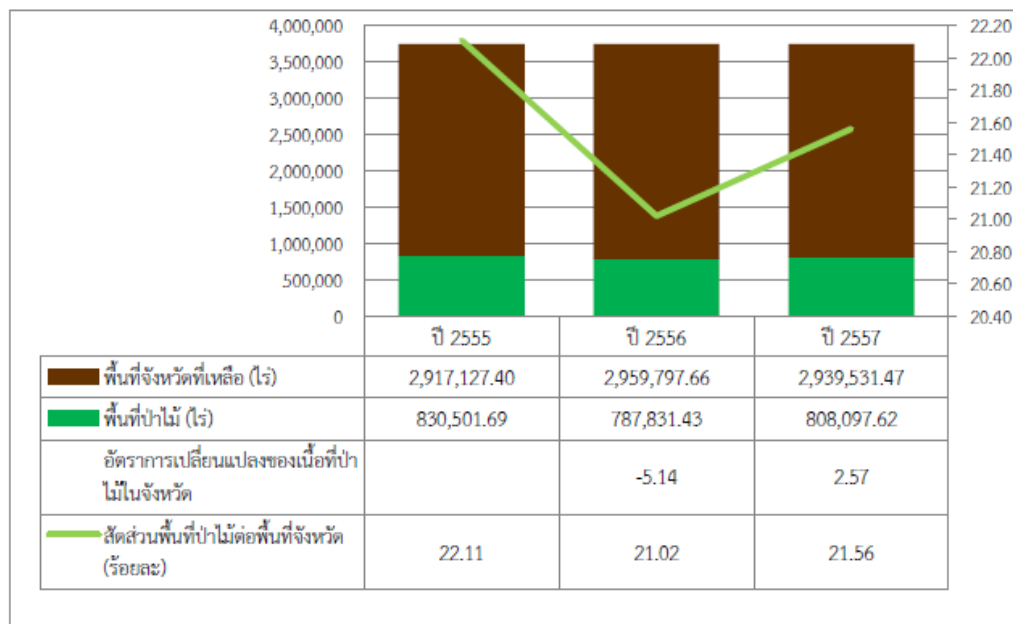
มีตัวชี้วัดที่สำคัญ 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

(1) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของป่าไม้ในจังหวัด (ร้อยละ 5)

(2) จำนวนที่เพิ่มขึ้นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่สำคัญพบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.57 ในขณะที่พื้นที่ป่าชายเลนลดลงอย่างต่อเนื่อง ประมาณร้อยละ 30 ในรอบ 10 ปี กล่าวคือ ลดลง 72.47 ตารางกิโลเมตร ในปี 2543 คงเหลือ 51.58 ตารางกิโลเมตร ในปี 2552 (ภาพที่ 2-11)

ปริมาณขยะในจังหวัดชุมพรมีปริมาณเฉลี่ย 1.3 แสนตันต่อปี สำหรับคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำมีคุณภาพลดลง แต่คุณภาพน้ำปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์พอใช้



ที่มา : สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย

ภาพที่ 2-11 อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดชุมพร ปี 2555 – 2557

4) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับปรุงระบบบริหารจัดการเชิงบูรณาการและความมั่นคง
มีตัวชี้วัดที่สำคัญ 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

(1) ร้อยละที่ลดลงของสถิติคดีอาญา (ร้อยละ5)

(2) หมู่บ้านชุมชนชายแดนที่ได้รับการเสริมสร้างความเข้มแข็ง (13 แห่ง ภายในปี 2560)

เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่สำคัญ พบว่า คดีอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ มีจำนวนการรับแจ้งลดลง และมีสัดส่วนการจับกุมได้มากขึ้น ทั้งนี้ คดีส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการฆ่าผู้อื่นโดยเจตนาและคดีชิงทรัพย์ สำหรับคดีอาญาที่มีจำนวนคดีและผู้กระทำความผิดที่ถูกจับกุมจำนวนเพิ่มขึ้น สะท้อนปัญหาความไม่ปลอดภัยในพื้นที่ โดยคดีส่วนใหญ่เป็นคดีความผิดที่รัฐเป็นผู้เสียหาย ได้แก่ ยาเสพติด ความผิดเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี เป็นต้น

สรุป จากผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาจังหวัดที่ผ่านมาพบว่า ปัญหาสำคัญที่จะต้องได้รับการแก้ไข ได้แก่ ประสิทธิภาพในการผลิตพืชเกษตรต่อไร่ ประชาชนมีรายได้ต่ำ รายจ่ายสูง หนี้สินภาคครัวเรือน ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม สัดส่วนคนจนในสังคม การบริหารจัดการขยะ คุณภาพน้ำและการเพิ่มพื้นที่ป่าไม้เพื่อลดภาวะการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ส่วนความมั่นคงชายแดนแม้จะไม่มีกรณีเคลื่อนไหวของชนกลุ่มน้อยในปัจจุบัน แต่ช่องทางแดนช่องทางเดินเท้า 3 แห่ง มีสภาพพื้นที่ซึ่งฝ่ายตรงกันข้ามสามารถย้ายกำลังเป็นหน่วยขนาดเล็กแทรกซึมเข้า

มาได้ 2 แห่ง จึงต้องมีการสร้างความเข้มแข็งของหมู่บ้านชุมชนชายแดนอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัญหายาเสพติดและแรงงานต่างด้าวยังคงต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด

ในส่วนของการด้านการท่องเที่ยว มีปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การบริการขนส่งสาธารณะ การบริการนักท่องเที่ยว (ห้องน้ำ) ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก (ราคาสินค้าสูงเกินจริง) คุณภาพการบริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.10.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

ณัฐพัชร มณีโรจน์ และนราศรี ไวนิชกุล (2559) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน ภาครัฐ ผู้บริหารโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล บุคลากรทางการ แพทย์ ผู้ประกอบการตัวแทนท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ รวม 25 คน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันตามแบบจำลองเพชรที่สมบูรณ์ (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของการท่องเที่ยว เชิงการแพทย์ โดยใช้ SWOT Analysis และใช้ TOWS Matrix รวมถึงใช้วิธีการวิเคราะห์ เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ดังนี้ ค่ารักษาพยาบาล ถูก บุคลากรทางการแพทย์มีความเชี่ยวชาญ มีโรงพยาบาลผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล (JCI) มากกว่า 30 โรงพยาบาล เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย บุคลากรการแพทย์ที่มีจิตใจใฝ่บริการ การบริการที่เป็นเลิศ อัตลักษณ์ความเป็นไทย และทรัพยากรการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์ ส่วนด้านที่มีความจำเป็นต้องพัฒนา เพื่อยกระดับให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดเฉพาะเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น จัดทำฐานข้อมูลและความเชี่ยวชาญรายสาขาของโรงพยาบาล พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้บุคลากรทางการแพทย์ อนุญาตให้แพทย์ชาวต่างประเทศเข้ามาทำงานในประเทศไทยได้นานขึ้น นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ญาติ และผู้ติดตามพำนักรในประเทศได้นานขึ้น เร่งผลิตแพทย์เฉพาะทาง รวมถึงผลิตแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ส่งเสริมให้โรงพยาบาลเอกชนรับรองมาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น ส่งเสริมการวิจัย

และการผลิตเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ และสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงเส้นทางการเชื่อมโยงระหว่างหัวเมืองหลักกับเมืองย่อย เพื่อสนับสนุนอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และพักฟื้นของผู้ป่วย ญาติ และผู้ติดตาม

2.10.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เทพกร ณ สงขลา (2554) ศึกษาการจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอ ช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การสาธิตขั้นตอนการผลิต การให้ความรู้การเกษตร การจำหน่ายสินค้าชุมชน และการแนะนำธุรกิจการเกษตร รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตร การขยายตัวกิจกรรมการเกษตร และการสร้างมูลค่าทรัพยากรเกษตร อย่างไรก็ตามการใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าว นอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้ว ยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางตะ โดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และการเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับคณะผู้วิจัย และใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ผลการศึกษา พบว่า ศักยภาพชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนา ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกษตรและวิถีชีวิตท้องถิ่น ส่วนองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการพัฒนาต่อไป โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้น รูปแบบของกิจกรรมชุมชน ส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยเฉพาะตลาดในประเทศและ ขยายเครือข่ายการตลาดจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

2.10.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

อำนาจ รักษาพล และคณะ (2560) ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่าสถานภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (16 แหล่ง) และมีศักยภาพสูงจำนวน 4 แหล่ง ได้แก่ บ้านเกาะพิทักษ์ ชุมพรคาบาน่ารีสอร์ท ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตามศาสตร์โครงการพระราชดำรินองใหญ่ และบ้านคลองเรือ กลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 7 กลยุทธ์หลัก คือ

1) การประชุมเชิงปฏิบัติการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้ 2) การขยายแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสมาชิกองค์กรเครือข่ายฯ 4) การกำหนดโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพรและพื้นที่เชื่อมโยง 5) การพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน 6) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ และ 7) การเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนระดับภาคใต้และประเทศ

2.10.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวในชุมชน

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2553) ศึกษาศักยภาพการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวชุมชน: ชุมชนบ้านร่องไฮ จังหวัดพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านร่องไฮและความคิดเห็นของชุมชนในการพัฒนาการสื่อความหมายในชุมชนบ้านร่องไฮ ประชากรที่เป็นเป้าหมายในการทำวิจัยคือ หัวหน้าครัวเรือนในชุมชนบ้านร่องไฮ จำนวน 271 ครัวเรือน ได้กลุ่มตัวอย่าง 170 ครัวเรือน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 28 คน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและปราชญ์ท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่าชุมชนบ้านร่องไฮมีศักยภาพในการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ภูมิปัญญาการตีพิมพ์ โดยมีประเด็นที่มีศักยภาพในการสื่อความหมาย คือ ความเชื่อในการตีเหล็ก อุปกรณ์ที่ใช้ในการตีเหล็ก ขั้นตอนในการตีเหล็กและประเภทของผลิตภัณฑ์การใช้งาน 2) ภูมิปัญญาการประมง โดยมีประเด็นที่มีศักยภาพในการสื่อความหมาย คือ เคล็ดลับในการทำเครื่องมือจับปลาแต่ละชนิดของชาวประมง การทำประมงพื้นบ้านกับการทำงานเป็นทีมและปฏิทินการจับปลาในรอบปี 3) ทรัพยากรในกว๊านพะเยา โดยมีประเด็นที่มีศักยภาพในการสื่อความหมาย คือ พฤติกรรมของปลาและสัตว์น้ำในการเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพน้ำแห่งกว๊านพะเยา พฤติกรรมของปลาแต่ละชนิดที่ชาวประมงรู้จัก พืชน้ำประโยชน์และโทษที่ชาวประมงรู้จัก อาหารจากกว๊านพะเยาและ 4) โบราณสถานในชุมชน ความคิดเห็นของชุมชนที่มีต่อการสื่อความหมายของชุมชน คือ การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวควรให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประโยชน์จากการสื่อความหมาย ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวโดยรูปแบบของเครื่องมือสื่อความหมายควรใช้วัสดุที่มีความคงทน แข็งแรง มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อมชุมชนและใช้เอกลักษณ์หรือสถาปัตยกรรมชุมชนท้องถิ่นเป็นต้นแบบ ส่วนคุณลักษณะด้านเนื้อหาของเครื่องมือในการสื่อความหมาย ควรให้ความเพลิดเพลินไม่น่าเบื่อหน่าย มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โดยแสดงให้เห็นเอกลักษณ์หรือคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรให้กับนักท่องเที่ยว

2.10.5 งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้พิการ

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2560) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเพื่อเปรียบเทียบข้อจำกัดและความตั้งใจในการท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรในการวิจัยประกอบด้วย คนพิการทางร่างกายหรือการเคลื่อนไหว และคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 420 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 วันต่อครั้ง และนิยมท่องเที่ยวไม่เกิน 3 คน เมื่อพิจารณาเป็นรายปีพบว่าคนพิการเดินทางท่องเที่ยว 1-3 ครั้งต่อปี และมักเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการท่องเที่ยวทะเลมากที่สุด ผลการศึกษาแสดงว่าข้อจำกัดเชิงโครงสร้างเป็นอุปสรรคสำคัญลำดับแรกในการท่องเที่ยว ต่อด้วยข้อจำกัดส่วนบุคคลและข้อจำกัดระหว่างบุคคลตามลำดับ นอกจากนี้แล้วผลการศึกษาพบว่าคนพิการทั้งสองประเภทมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวในระดับมาก

ธีร ตรงจิตพิทักษ์ (2556) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้พิการเดินทางท่องเที่ยว 1-3 ครั้งต่อปี และชอบใช้เวลาเดินทางเดินทางช่วงวันเสาร์อาทิตย์ เวลาเดินทางแต่ละครั้งจะมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 4,000 บาท เน้นหาข้อมูลจากคนที่รู้จัก ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา มักมีการเลือกสถานที่เที่ยวในที่ที่เคยไป และจะเล่าให้ผู้พิการท่านอื่นฟังแต่สิ่งดี ๆ ถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดีที่สุดสำหรับคนพิการ เพื่อแนะนำให้ไปเที่ยวต่อ มีการวางแผนก่อนจะออกเดินทางเสมอ เดินทางไปกับครอบครัว และจะใช้รถยนต์ส่วนตัวมีการกลับมาทบทวนปัญหาในการไปเที่ยวทุกครั้ง เพื่อจะใช้เป็นสิ่งที่ตัดสินใจในการท่องเที่ยวครั้งหน้า คนพิการกลุ่มนี้เลือกที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ที่มีปัจจัยเอื้อต่อกลุ่มผู้พิการเป็นอันดับแรก คนพิการกลุ่มนี้ไม่นิยมเลือกใช้บริษัทนำเที่ยว และกิจกรรมที่เลือกคือเป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้รับความรู้

ชุกกลิน อุนวิจิตร ญานันท์ ศิริสาร และไพรัช โรงสะอาด (2557) ศึกษาแนวทางการพัฒนานักเรียนทุนการ และการท่องเที่ยว เพื่อคนพิการในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการนันทนาการ ของคนพิการในจังหวัดเชียงราย และเสนอแนวทางการพัฒนานันทนาการและการท่องเที่ยว เพื่อคนพิการในจังหวัดเชียงราย โดยจากการสำรวจสรุปได้ว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการสนับสนุนของครอบครัว จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม ควรอยู่ในที่เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่คนพิการ ตามความเหมาะสม กิจกรรมนันทนาการต้องไม่มีอันตราย ไม่คิดมาก ไม่ใช้กำลังมาก และช่วยผ่อนคลายความเครียดทางอารมณ์ โดยกิจกรรมที่เหมาะสมอยู่ในกลุ่มศิลปะ และดนตรีเป็นหลัก แนวทางการ

พัฒนาการท่องเที่ยว และเน้นหนทางการสำหรับคนพิการควรเริ่มจากการพัฒนาเครือข่ายคนพิการระดับท้องถิ่น ไปสู่องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น การสร้างการรับรู้ความต้องการของคนพิการต่อสาธารณะอย่างถูกต้อง

ภัทรวดี เบญจขรณี (2552) ศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว โดยกลุ่มตัวอย่าง คือสมาชิกสมาคมคนพิการทางการเคลื่อนไหวสากล สมาชิกรวมคนพิการแห่งประเทศไทย และนักเรียนโรงเรียนอาชีวพระมหาไถ่จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่พิการนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย และมีอายุในช่วง 20- 30 ปี ยังไม่ได้สมรส ระดับการศึกษาคือมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และค้าขายในการเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งปีพบว่า จะเดินทางภายในประเทศประมาณ 1-2 ครั้ง ซึ่งเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวประมาณ 1-2 วัน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยแล้วน้อยกว่า 1,500 บาท มีจุดประสงค์คือพักผ่อน และมักจะเดินทางด้วยตัวเอง ปัญหาและอุปสรรคที่พบนั้น จะพบเจอมากโดยเฉพาะด้านการคมนาคมขนส่งที่เกี่ยวกับรถโดยสารมีมากที่สุด ส่วนในเรื่องของความต้อการนั้นพบว่า ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวมีความต้องการทางด้านคมนาคมขนส่ง ด้านที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยว และผู้ให้บริการระดับที่มาก ส่วนสิ่งที่ต้องการมากที่สุดคือการได้รับการบริการด้วยไมตรีจิต

ภัททิรา กลิ่นเลขา (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรูปแบบโทรทัศน์ของคนพิการทางสายตา เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือนักเรียนที่พิการทางสายตาโดยใช้เครื่องมือเก็บคือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จุดด้อยของสื่อโทรทัศน์ในความคิดเห็นของคนพิการทางสายตาส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่สนับสนุนรายการที่เน้นต่อกลุ่มคนพิการทางสายตา และกิจกรรมบางรายการยังไม่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของคนพิการทางสายตา ส่วนใหญ่จะเปิดชมรายการประเภทข่าว รายการสารคดี และการตูน ตามลำดับ และมีการเปิดรับอย่างสม่ำเสมออีกด้วย

ปัทมอร เสงี่ยม (2552) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในสังคมไทย โดยมีคนพิการทางการเคลื่อนไหวเป็นผู้ให้ข้อมูล ผลวิจัยพบว่า คนพิการไม่ได้รู้สึกว่ามีร่างกายเป็นปมด้อยอะไร หรือเป็นสิ่งผิดปกติ แต่ด้วยข้อจำกัดในสิ่งอำนวยความสะดวกทำให้เป็นอุปสรรคให้การเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการยากขึ้น ในประเทศไทยเองหลายแห่งไม่มีทางลาด และมีสิ่งกีดขวางบนถนนทำให้ไม่อำนวยความสะดวกแก่คนพิการ อุปสรรคที่สำคัญอีกอย่างคือทัศนคติเชิงลบที่คนทั่วไปมักมองว่าคนพิการเป็นบุคคลด้อยความสามารถ ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ จึงควรอยู่แต่บ้านไม่ควรออกมาเที่ยว สิ่งเหล่านี้เองทำให้คนพิการรู้สึกว่าเป็นปัญหาอย่างหนัก หากสังคมตระหนักได้และให้ความสำคัญในแง่ของความเท่าเทียม คนพิการก็จะอยู่กับคนทั่วไปได้อย่างเท่ากับทุกคนในสังคมนี้

Burnett และ Baker (2001) ศึกษาเรื่องการประเมินพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้บริโภคที่เป็นคนพิการทางการเคลื่อนไหว เพื่อศึกษาลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของผู้บริโภคที่

พิการทางการเคลื่อนไหวกู้ใช้ในการบริหารตลาดการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือคนพิการทางการเคลื่อนไหวกจำนวนทั้งสิ้น 312 คน ใช้แบบสอบถามในการตอบคำถามและเก็บข้อมูลโดยใช้ประโยชน์ว่าผู้ตอบคำถามเป็นเพศหญิง เสียส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่จะสมรสแล้ว อายุอยู่ในช่วง 65 ปี ขึ้นไป การเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งปีพบว่า จะเดินทางภายในประเทศประมาณ 2-6 ครั้ง ใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางเพื่อความสะดวกสบาย และนันทนาการ เลือกการเดินทางด้วยตัวเอง ทั้งที่พักและการบริการด้านต่าง ๆ ส่วนเลือกเดินทางไปจุดหมายต่าง ๆ จากเหตุผลเพราะว่าเคยมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการมาแล้ว

Tsai (2010) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวก โดยเน้นที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก ใช้คนจากสมาคมจีนในไต้หวัน เป็นเครื่องมือในการเก็บแบบสอบถามจำนวน 188 คน ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องของการท่องเที่ยวนี้ ผู้พิการบอกว่า หากมีเวลาและมีเงินเพียงพอ พวกเขาจะหาข้อมูลของการท่องเที่ยว และวางแผนเที่ยวมากขึ้น ถ้ามีสุขภาพดี คนพิการก็จะดีขึ้น และพฤติกรรมการท่องเที่ยวก็จะดีขึ้นไปด้วย ส่วนจำนวนวันไปเที่ยวรวมถึงความถี่และแรงจูงใจที่อยากให้ออกไปเที่ยวที่ไกล ๆ สูงๆ ก็จะมากขึ้นไปด้วย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้พบว่าอุปสรรคหรือปัญหาที่ผู้พิการไม่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นอุปสรรคเกี่ยวกับ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก การสื่อสารไม่ทั่วถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ความไม่พร้อมของผู้ให้บริการบุคคล และขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ

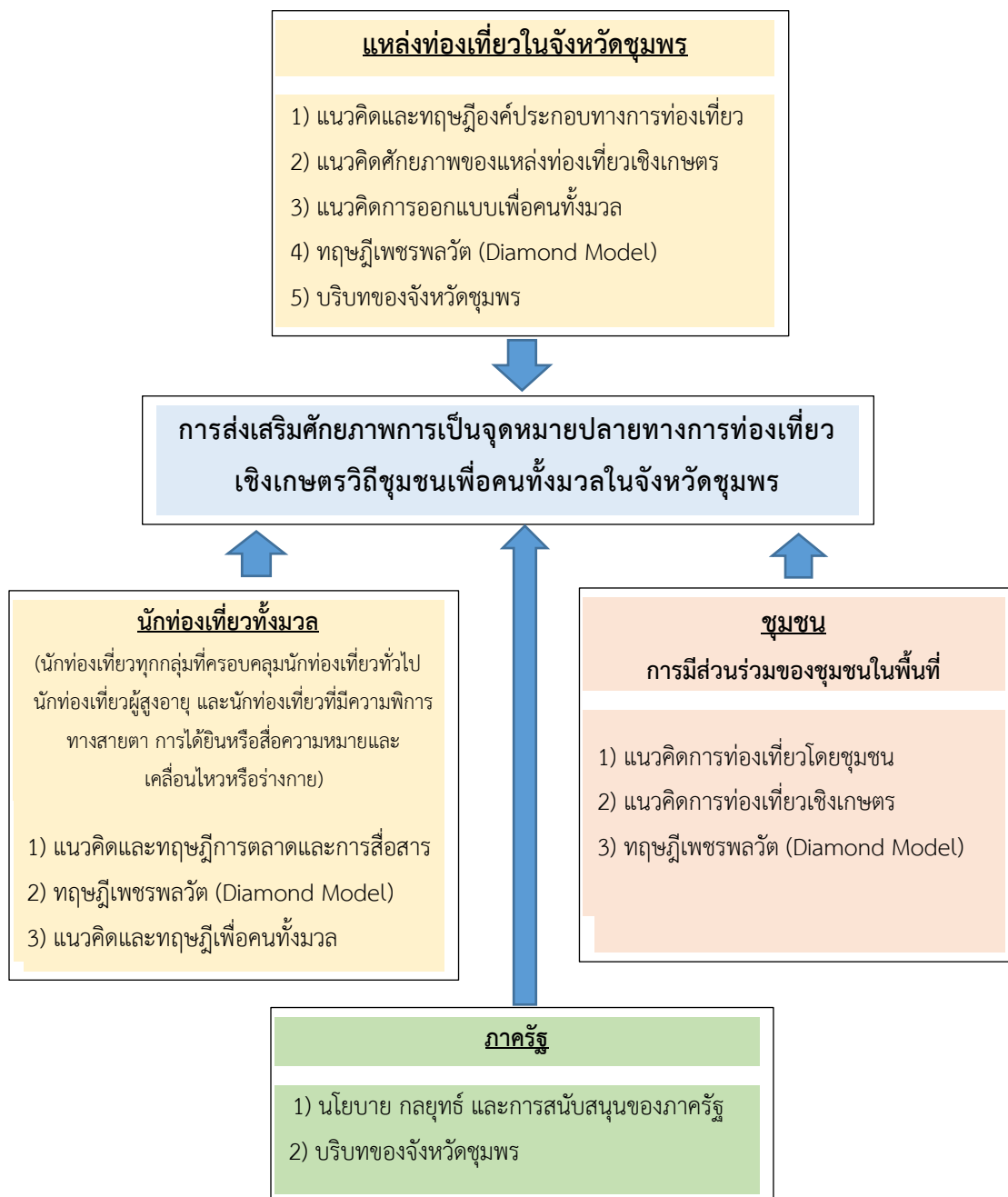
2.11 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ซึ่งกรอบแนวคิดนี้เป็นการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาการสื่อสารและการตลาด ได้แก่ แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดและการสื่อสาร ทฤษฎีเพชรพลวัตโดยเฉพาะปัจจัยด้านการดำเนินการ และด้านอุปสงค์ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการสื่อสารและการตลาดที่จะนำไปสู่ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพรได้ จำเป็นต้องมีการพิจารณานโยบาย และการสนับสนุนของภาครัฐรวมทั้งบริบทของพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวด้วย

ดังแสดงในภาพที่ 2-12

สรุปกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย



ภาพที่ 2-12 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ในจังหวัดชุมพรมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

เนื่องจากแผนงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ได้แก่

โครงการย่อยที่ 1 “การพัฒนาแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

โครงการย่อยที่ 2 “การพัฒนาแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

ดังนั้นการดำเนินการของแผนงานวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ คือ

- 1) การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย
- 2) การบูรณาการผลการศึกษาร่วมของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ ดังนี้ คือ

3.1 การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย

การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัยของแผนงานวิจัย “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ประกอบด้วยขั้นตอนในการเลือกพื้นที่ดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1.1 **ประชากรที่ศึกษา** ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ

- 1) **กลุ่มที่ 1** คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลคือ 1) ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร 2) เกษตรจังหวัด 3) หัวหน้าสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชุมพร 4) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร 5) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชุมพร และ 6) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดชุมพร
- 2) **กลุ่มที่ 2** คือเจ้าของหรือตัวแทนเกษตรกรของแต่พื้นที่/อำเภอที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่มียุทธศาสตร์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ซึ่งการประเมินศักยภาพของพื้นที่แต่ละพื้นที่ จะใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามความพร้อมของการเข้าร่วม

โครงการ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควตาจำนวนประมาณ 30-40 คน (อำเภอเมืองจำนวน 40 คน อำเภอหลังสวนจำนวน 31 คน และอำเภอพะโต๊ะจำนวน 36 คน) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมินศักยภาพของพื้นที่ของตนเอง

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

- 1) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร
- 2) แบบประเมินศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้ คือ

1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรจากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกที่ทำให้มองเห็นภาพของพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม

2) การสำรวจศักยภาพของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ขั้นตอนนี้จะเป็นการสำรวจศักยภาพในพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกจากขั้นตอนแรก การสำรวจศักยภาพของพื้นที่โดยชุมชนเป็นผู้ประเมินโดยใช้แบบประเมินศักยภาพ

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม และใช้สถิติเชิงพรรณนากับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

3.2 การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อย

การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ ดังนี้ (แสดงในภาพที่ 3-1)

3.2.1 สรุปผลจากโครงการวิจัยย่อยที่ 2 การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวลของพื้นที่ศึกษาในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย

- 1) ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวล
- 2) ผลการพัฒนาการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายเพื่อคนทั้งมวลของพื้นที่ศึกษาในจังหวัดชุมพร

3.2.2 สรุปผลจากโครงการย่อยที่ 1 การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เพื่อคนทั้งมวล ประกอบด้วย

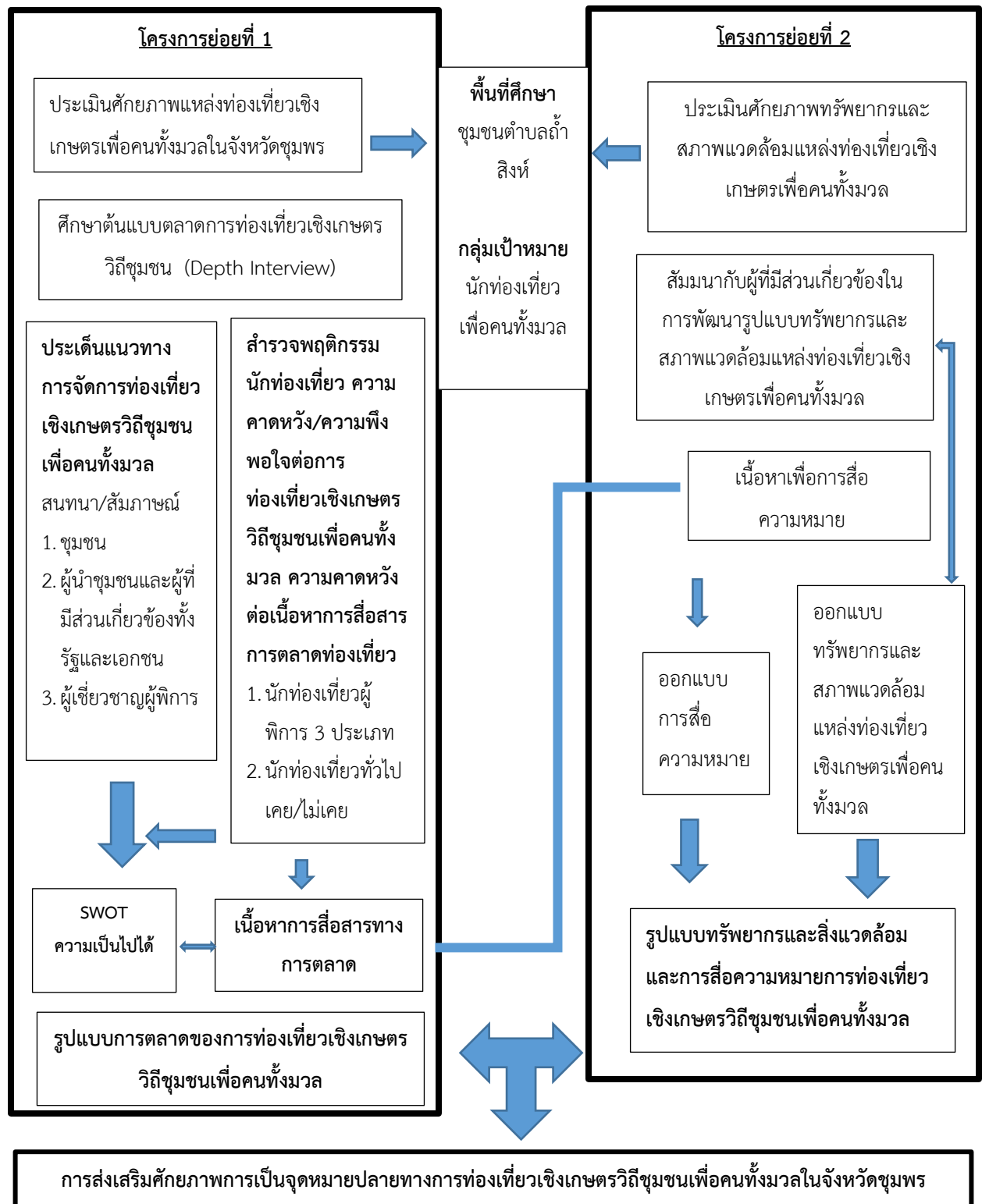
1) ผลการศึกษาความเป็นได้ของรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสมกับพื้นที่

2) ผลการศึกษาการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

3.2.3 ความเชื่อมโยงผลโครงการวิจัยย่อยที่ 2 และ โครงการย่อยที่ 1 เป็นสรุปข้อมูลหรือผลการศึกษาที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของผลโครงการย่อยที่ 2 และ โครงการย่อยที่ 1 (ภาพที่ 3-1) เช่น ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 1 หลังจากกำหนดกิจกรรมที่เป็นฐานความรู้จะส่งข้อมูลให้โครงการย่อย 2 นำไปใช้ในการออกแบบสถานที่เพื่อดำเนินกิจกรรมของแต่ละฐานข้อมูล หรือ ผลของสภาพแวดล้อมของโครงการย่อยที่ 2 จะใช้เป็นข้อมูลในเสนอแนะการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดด้านภูมิทัศน์ (Physical Evidence) เป็นต้น

3.2.4 เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการนำประเด็นสำคัญของแต่ละโครงการมาสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

ภาพรวมการดำเนินการของแผนงานวิจัย



ภาพที่ 3-1 ภาพรวมการดำเนินการของแผนงานวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

แผนงานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การดำเนินการของแผนงานวิจัยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ 1) การเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย และ 2) การบูรณาการผลการศึกษาวิจัยของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ ดังนั้นการนำเสนอผลการศึกษาของ การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อแรก จะจำแนกผลการศึกษาเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นต่อพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

4.1 ความคิดเห็นต่อพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

4.1.1 ความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐต่อพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพรโดยมีผู้ให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนจากภาครัฐที่มีบทบาทต่อการจัดการและการสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรประกอบไปด้วย 1) ผู้ว่าราชการจังหวัดชุมพร 2) เกษตรจังหวัด 3) หัวหน้าสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชุมพร 4) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร 5) หัวหน้าสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชุมพร และ 6) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดชุมพร ซึ่งได้ข้อสรุปของแหล่งพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของจังหวัดชุมพร โดยพื้นที่ในแต่ละอำเภอที่ได้รับการเสนอมีรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 ลักษณะพื้นที่ที่ได้รับการเสนอจากตัวแทนภาครัฐ

พื้นที่	ที่ตั้ง/อำเภอ	จุดเด่นของพื้นที่	ข้อจำกัด/ความเหมาะสมของพื้นที่
ถ้าสิงห์	เมืองชุมพร	- ความสะดวกในการเดินทางและระยะทางใกล้กับศูนย์กลางจังหวัด - กาแฟและทำสวนผลไม้ผสมผสาน - การเกษตรเพิ่งเริ่มต้นเหมาะแก่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว - ผู้นำชุมชนเข้มแข็ง มีการรวมตัวของชุมชนชัดเจน	- อาจโดดเด่นเฉพาะสินค้า คือกาแฟถ้าสิงห์ - ยังขาดการพัฒนาด้านการตลาด คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยรู้จักชุมชนมากนัก ทั้งที่พื้นที่มีจุดเด่นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม
บ้านเกาะเสม็ด	ปะทิว	- มีศูนย์เรียนรู้ มีกิจกรรม เป็นแหล่งผลิตข้าวเหลืองปะทิว - แหล่งเรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ ทั้งการแปรรูปและการผลิต เช่น ขนมจีน ขนมครก ซาลาเปา เป็นต้น - พื้นที่ดึงดูดสายตาฝั่งทะเล - สวนปาล์มอยู่ติดทะเล	- ไม่โดดเด่นด้านการเกษตร แต่เด่นด้านกิจกรรมทางทะเล
เกาะพิทักษ์	ทุ่งตะโก	- ชุมชนทำการประมง	- ชุมชนไม่เน้นด้านสวนเกษตร
สวนนายดำ	ทุ่งตะโก	- เหมาะแก่การซื้อของ - ดำเนินงานมานานกระทั่งประสบผลสำเร็จ - เจ้าของมีชื่อเสียง	- ดำเนินธุรกิจกระทั่งประสบผลสำเร็จสามารถเลี้ยงตัวเองได้ไม่ต้องอาศัยความช่วยเหลือและการพัฒนาเพิ่ม - ไม่ได้ดำเนินการโดยชุมชน - เน้นการดูแลสุขภาพต่าง ๆ - ระยะทางไกลจากตัวจังหวัด

ตารางที่ 4-1 ลักษณะพื้นที่ที่ได้รับการเสนอจากตัวแทนภาครัฐ (ต่อ)

พื้นที่	ที่ตั้ง/อำเภอ	จุดเด่นของพื้นที่	ข้อจำกัด/ความเหมาะสมของพื้นที่
เขาทะลุ	สวี่	- พื้นที่เป็นที่ราบสูง	- บริหารในรูปของสหกรณ์และองค์กรมีขนาดใหญ่ไม่ได้ทำในลักษณะชุมชน
บ้านช่องบอน	สวี่	- ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี - ผลิตกาแปโรบัสต้า - ปันจักรยานชมวิวทิวทัศน์	- ระยะทางไกลจากศาลากลางจังหวัดชุมพร
สวนลุงนิล	หลังสวน	- สวนเกษตรคอนโด 9 ชั้น - กิจกรรมในพื้นที่ เน้นการบรรยายโดยนำชมสวนเป็นเชิงให้ความรู้ - แบบอย่างเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของในหลวง - เหมาะแก่การดูงาน - มีรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	- ดำเนินธุรกิจกระทั่งประสบผลสำเร็จสามารถเลี้ยงตัวเองได้ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการช่วยเหลือและการพัฒนาเพิ่ม - อาจไม่เหมาะกับแนวคิดการดำเนินงานด้วยชุมชน
(ภาพรวมไม่เจาะจงพื้นที่)	พะโต๊ะ	- ล่องเรือ ทำสวนเกษตรผสมผสาน - กิจกรรมหลักคือ ผลไม้กับล่องเรือผจญภัย - ภูมิประเทศมีลักษณะเป็นภูเขา	- ทางเดินลำบากเพราะมีภูมิประเทศเป็นเขาไม่เหมาะแก่คนพิการ
(ภาพรวมไม่เจาะจงพื้นที่)	หลังสวน	- เป็นเกษตรและพืชผลไม้	- ระยะทางไกลจากศาลากลางจังหวัด

ข้อมูลจากตารางที่ 4-1 แสดงจุดเด่น ข้อจำกัด และความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน พบว่า พื้นที่ที่มีความเป็นไปได้ ได้แก่ **พื้นที่ชุมชนตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร** ซึ่งมีความเหมาะสมด้วยจุดเด่นของพื้นที่ คือความสะดวกในการเดินทางและระยะทางใกล้กับศูนย์กลางจังหวัด เป็นสวนเกษตรผสมผสานทำไร่กาแฟและทำสวนผลไม้ผสมผสาน มีการรวมตัวของชุมชนอย่างชัดเจน ผู้นำเข้มแข็ง เหมาะแก่การพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

พื้นที่อำเภอสวี และทุ่งตะโก ระยะทางไกลจากจังหวัด จุดเด่นยังไม่ชัดเจน และไม่ได้จัดการด้วยชุมชน
พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ และหลังสวน จะมีข้อจำกัดที่ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดการโดยชุมชน และระยะทางไกลจาก
ศาลากลางจังหวัด และสนามบินจังหวัดชุมพร

พื้นที่อำเภอบางใหญ่ เป็นพื้นที่ใกล้สนามบินจังหวัดชุมพร แต่ยังขาดจุดเด่นในเรื่องสวนเกษตรเมื่อเทียบกับ
อำเภออื่น ๆ

หากพิจารณาจุดเด่นทางการเกษตร พื้นที่อำเภอเมือง อำเภอหลังสวน และอำเภอพะโต๊ะ เป็นพื้นที่ที่มี
ศักยภาพ ดังนั้นจะมีการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนทั้ง 3 แห่ง เพื่อประเมินศักยภาพการที่จะพัฒนาเป็นการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

4.1.2 ความคิดเห็นของชุมชนในการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของ จังหวัดชุมพร

เพื่อให้ได้ข้อมูลในการคัดเลือกพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสม จึงได้สำรวจความ
คิดเห็นเจ้าของหรือตัวแทนเกษตรกรของแต่ละสวนเกษตรผสมผสานในชุมชน 3 พื้นที่ คือ 1) อำเภอเมือง 2)
อำเภอหลังสวน และ 3) อำเภอพะโต๊ะ โดยการใช้แบบประเมินศักยภาพตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามตัวชี้วัดของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2553) เป็นเครื่องมือในการ
สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน ผลการประเมินศักยภาพของแต่ละพื้นที่แสดงในตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน	คะแนนเต็ม	อำเภอเมือง (n=40)	อำเภอหลัง สวน (n=31)	อำเภอพะโต๊ะ (n=36)
การรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	30	22.8	13.58	6.55
การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติความเป็นเจ้าบ้าน 30 คะแนน และมิติด้านการตลาด 10 คะแนน)	40	28.8	15.35	4.66
การดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	10	8.39	5.33	6.63
การบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	20	17.72	9.06	4.69
รวม	100	77.71	43.32	22.53

จากตารางที่ 4-2 พบว่าพื้นที่อำเภอเมืองมีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อ
คนทั้งมวลโดยภาพรวมมากกว่าพื้นที่อำเภอหลังสวน และ อำเภอพะโต๊ะ และเมื่อพิจารณาศักยภาพแต่ละด้าน
ได้แก่ 1) การรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) การดึงดูดใจ

ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 4) การบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าพื้นที่อำเภอเมืองมีศักยภาพสูงกว่าพื้นที่อำเภอหลังสวน และ อำเภอพะโต๊ะ

สรุป อำเภอเมืองเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมที่จะดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

4.1.3 ถ้าสิ่งพื้นที่ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของจังหวัดชุมพร

จากความคิดเห็นของตัวแทนภาครัฐและความคิดเห็นของชุมชน พบว่าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในอำเภอเมือง คือ **ตำบลถ้ำสิงห์** เนื่องจากปัจจัยที่เห็นจุดเด่นหลายด้าน สรุปได้ดังนี้

1) **ด้านผู้นำ** การพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้เป็นชุมชนที่พร้อมต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนได้นั้น ผู้นำชุมชน คือหัวใจสำคัญ ผู้นำชุมชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาความเจริญให้แก่ท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องเป็นบุคคลที่มีความมุ่งมั่น สามารถสร้างความสามัคคีภายในชุมชนได้ มีความเข้าใจคนในชุมชน มีความเข้าใจพื้นที่ของตนเองเป็นอย่างดี ด้วยคุณสมบัติข้างต้นนั้น หน่วยงานภาครัฐพิจารณาแล้วว่า นายนิคม ศิลปธร นายกองค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำสิงห์ อ.เมือง จ.ชุมพร นั้นมีคุณสมบัติและศักยภาพสูง สามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี

2) **ด้านพื้นที่** ตำบลถ้ำสิงห์ เป็นพื้นที่ป่าดิบ ประกอบด้วยภูเขา และพืชผลทางการเกษตรที่มีชื่อหลากหลายชนิด ที่โดดเด่นที่สุดคือ การเพาะปลูกกาแฟโรบัสต้าแท้ 100% ที่ได้รับมาตรฐานโอท็อป 5 ดาว ซึ่งในอดีตนั้นพื้นที่ถ้ำสิงห์เป็นแหล่งปลูกกาแฟแหล่งใหญ่ของประเทศ อีกทั้งชุมชนในพื้นที่ยังมีการเพาะปลูกแบบผสมผสาน เช่น สวนทุเรียน สวนกล้วยหอม สวนมะพร้าว สวนสละ สวนองุ่น เป็นต้น นอกจากนี้พื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ยังมีกิจกรรมที่หลากหลายที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เช่น ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิต และแปรรูปกาแฟ โรบัสต้า โดยเริ่มตั้งแต่ วิธีการเก็บ คัดแยก การคั่ว การบรรจุผลิตภัณฑ์ และการชิมกาแฟ สำนักงานเกษตรจังหวัดชุมพร ได้นำโครงการส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกาแฟเพื่อความยั่งยืน โดดเด่นส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกาแฟให้แก่เกษตรกร เนื่องจากกาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดชุมพร ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟให้มีคุณภาพสูงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกและดูแลต้นทุเรียน และพืชผลการเกษตรอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยวภายในพื้นที่นั้น นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวและชื่นชมกับทัศนียภาพของภูมิประเทศแบบป่าเขา ถ้ำ วัด อ่างเก็บน้ำ สัญลักษณ์ถ้ำสิงห์ และสวนผลไม้ที่ไม่อยู่ห่างไกลมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้โดยสะดวก และสามารถซื้อสินค้าเกษตรเป็นของฝากได้อีกด้วย

3) **ด้านการเดินทาง** การเดินทางมายังตำบลถ้ำสิงห์สามารถเดินทางได้โดยสะดวก ปลอดภัยเนื่องจากระยะทางห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองชุมพรเพียง 24 กิโลเมตร อีกทั้งพื้นผิวถนนมีการดูแลเป็นอย่างดี สามารถนำรถยนต์เข้าถึงในพื้นที่ได้โดยง่าย ทำให้การเดินทางมีความปลอดภัยสูง และพื้นที่ยังอยู่ใกล้กับถนนสายหลักที่เดินทางไปสู่ภาคใต้

4) ด้านชุมชน ชุมชนถ้าสิ่งที่มีลักษณะการบริหารแบบชุมชนเลี้ยงชุมชนเนื่องจากการดำเนินงานแบบวิสาหกิจชุมชน ภายในกลุ่มมีการแบ่งผลประโยชน์ให้กัน เน้นกระจายรายได้ให้ทั่วถึง ทำให้ชุมชนเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่ถ้าสิ่งที่ยังให้ความร่วมมือกับภาครัฐเป็นอย่างดี ผู้คนมีจิตบริการ ชุมชนเปิดรับโอกาสใหม่ๆ จากภายนอกเสมอ

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อยของพื้นที่ถ้าสิ่งนั้นโดยภาพรวมแล้ว พื้นที่ยังต้องได้รับการปรับปรุงพื้นที่เพื่อให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล เช่น ห้องน้ำ ทางลาด ป้ายบอกทาง รวมถึง ศักยภาพของบุคคลในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้การเดินทางเข้าพื้นที่นั้นยังต้องอาศัยการเดินทางโดยรถส่วนตัว หรือ ใช้บริการรถเหมาเข้ามายังพื้นที่ ส่วนรถสาธารณะนั้นยังไม่มีบริการ ซึ่งอาจไม่สะดวกนักสำหรับนักท่องเที่ยว

4.2 ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาที่นำไปสู่การส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย

4.2.1 จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรคของตำบลถ้ำสิงห์

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรคด้านกายภาพและสภาพแวดล้อม และการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของตำบลถ้ำสิงห์ แสดงในตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และ อุปสรรค ของชุมชนตำบลถ้ำสิงห์

จุดเด่น	จุดด้อย
1) การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.1) มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ชุมชนมีส่วนร่วมในการถือหุ้น ชุมชนร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาปรับปรุงการผลิต การแปรรูปได้ เช่น กลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์ เป็นการสร้างชื่อเสียงให้ชุมชน และยังสามารถนำผลผลิตส่งออกต่างประเทศได้ เช่น กล้วยหอมทอง 1.2) ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง กล้าคิด กล้าทำ มีวิสัยทัศน์ 1.3) มีความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน มีการรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริม	1) แหล่งท่องเที่ยวขาดการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในอย่างสม่ำเสมอ 1.1) ขาดการเอาใจใส่บูรณะแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งทรุดโทรม และการจัดระเบียบสวนไม่ค่อยเรียบร้อย ยังมีขยะในสวน 1.2) ขาดการบำรุงทรัพยากรดินทำให้เสื่อมโทรมจากการใช้ประโยชน์ในดินมากเกินไป 1.3) ขาดป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกทาง

ตารางที่ 4--3 ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และ อุปสรรค ของชุมชนตำบลถ้ำสิงห์ (ต่อ)

จุดเด่น	จุดด้อย
2) การดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว 2.1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีผลไม้หลากหลายชนิดที่มีชื่อเสียง เช่น ทุเรียน กล้วยหอมทอง สละ เงาะ มังคุด เป็นต้น โดยเฉพาะทุเรียนก้านยาวมีอายุเกือบ 100 ปี 2.2) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำเขางู ปู่เจ้าหน้าผด 2.3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดถ้ำสิงห์ โบสถ์คริสต์ 2.4) มีภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม เหมาะสมในการทำเกษตร มีต้นไม้ ภูเขา แหล่งน้ำ เป็นต้น เหมาะสำหรับการท่องเที่ยว	2) ขาดการพัฒนาพื้นที่เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน 2.1) ขาดการพัฒนาที่พักในพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว 2.2) การคมนาคมในชุมชนยังไม่สะดวก ถนนบางแห่งเป็นหลุมเป็นบ่อ 2.3) ปัญหาระบบไฟฟ้า ไฟตก ไฟดับบ่อย
3) ความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการในแหล่งท่องเที่ยว 3.1) ความสามารถของบุคลากรในการทำเกษตร 3.2) มีความร่วมมือกับประชานิยมไทยในการส่งสินค้า 3.3) มีศูนย์เรียนรู้เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง 3.4) ถ้ำสิงห์มี 2 ศาสนา (ศาสนาพุทธ-ศาสนาคริสต์) ที่เป็นกัลยาณมิตรกัน มีการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน 3.5) มีประเพณีสำคัญที่วัดเป็นประจำทุกปี	3) ขาดการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน 3.1) ชุมชนยังขาดความชำนาญในการให้บริการ และยังขาดความเข้าใจในเรื่องการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 3.2) ยังไม่สามารถลดการใช้สารเคมีในพื้นที่เกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยจากมลพิษสารเคมี ในช่วงเวลา 8.30 – 12.00 น. และช่วงเวลา 18.00 น.
	4) ขาดการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมิติด้านการตลาด 4.1) ไม่มีศูนย์กลางการท่องเที่ยว 4.2) สินค้าจากภายในชุมชนมีความคล้ายคลึงกัน 4.3) ชุมชนยังขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้เป็นมาตรฐาน

ตารางที่ 4--3 ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และ อุปสรรค ของชุมชนตำบลถ้ำสิงห์ (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
1) การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ 1.1) หน่วยงานจากภาครัฐมีการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสนับสนุนด้านงบประมาณ ในการพัฒนาบางส่วน ทำให้ชาวบ้านมีอาชีพเสริม เป็นการเพิ่มรายได้มากขึ้นจากรายได้หลัก 1.2) หน่วยงานส่งเสริมด้านการเกษตรมีการให้ ความรู้แก่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ 1.3) นักวิชาการให้ความสนใจในการช่วยเหลือและ พัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่องดูคือการอื่นเป็นโอกาส 1.4) นโยบายจากภาครัฐในอนาคต เช่น การส่งเสริม การท่องเที่ยว (เช่น โครงการท่องเที่ยวเชิงวิถีเกษตร ชุมพร-ระนอง เมือง 2 สมุทร) 1.5) ตลาดต่างประเทศในกลุ่มตลาดจีนและญี่ปุ่นมี ความต้องการผลไม้เพิ่มขึ้น (ทุเรียนและกล้วยหอม ทอง) รวมถึง ความต้องการบริโภคผลไม้ของตลาดใน ประเทศ 1.6) การเกิดกระแสคนรักสุขภาพเปลี่ยนมาสนใจ บริโภคอาหารออร์แกนิก 1.7) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการบริโภคกาแฟเพิ่ม มากขึ้น 1.8) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและนโยบายเกษตร อินทรีย์ที่เป็นวาระแห่งชาติ 1.9) เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ทุกคนเข้าถึงข้อมูลได้ ง่าย ทำตลาดออนไลน์ได้	1) ข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.1) ปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร 1.2) ปัญหากัญและภัยธรรมชาติอื่น ๆ เช่น ช่วง มรสุมระหว่างเดือน มิย-ธค มีฝนตกมากในทุกปี ลม กรรโชก น้ำท่วมขังนาน ทำให้ผลผลิตได้ไม่เต็มที่หรือ เสียหาย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ 1.3) เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ราคาผลผลิตในชุมชนตกต่ำ ตามไปด้วย 1.4) การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าทำให้ ส่งออกสินค้าได้น้อยลง โดยเฉพาะการเข้มงวดจากกฎ ระเบียบ GAP ของต่างประเทศ ในกลุ่มสินค้าทุเรียน 1.5) โรคและแมลงศัตรูพืชระบาด 1.6) กฎระเบียบของภาครัฐที่ยุ่งยาก 1.7) อุปสรรคจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 1.8) คู่แข่งจากชุมชนใกล้เคียง

4.2.2 ผลการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในตำบลถ้ำสิงห์

จากการประเมินพื้นที่ศึกษาด้านทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (โครงการวิจัยย่อยที่ 2) จะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการตลาดและการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ (product) ตามแผนการตลาดจากโครงการย่อยที่ 1 จึงแบ่งองค์ประกอบของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ พื้นที่กิจกรรมหลัก พื้นที่กิจกรรมรอง และพื้นที่ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งในที่นี้กำหนดให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้ำสิงห์เป็นพื้นที่กิจกรรมหลัก พื้นที่กิจกรรมรอง คือพื้นที่สวนเกษตรผสมผสานในตำบลถ้ำสิงห์ที่มีศักยภาพพร้อมสำหรับการปรับปรุงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนทั้งมวล โดยพื้นที่นี้อาจจะมีมากกว่า 1 แห่ง สำหรับพื้นที่ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน อาจเป็นตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิม หรือพัฒนาขึ้นมาใหม่ในเส้นทางการท่องเที่ยวที่กำหนด อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้ได้จัดให้พื้นที่ในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้ำสิงห์เป็นพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย

ทั้งนี้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน แสดงดังภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในตำบลถ้ำสิงห์กำหนดการพัฒนาเป็น 3 ส่วน อิงตามกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้ คือ

4.2.2.1 การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมหลัก

กำหนดพื้นที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์ ให้เป็นพื้นที่กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยกิจกรรมที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่างๆ และกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่างๆ

1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

- 1.1) การให้ความรู้เกี่ยวกับกาแฟ สายพันธุ์ วิธีการปลูก การเก็บเมล็ดกาแฟ
- 1.2) กระบวนการแปรรูปกาแฟ ตั้งแต่เริ่มคัดแยกเมล็ดกาแฟ การอบเมล็ดกาแฟ การวัดความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ จนเป็นกาแฟสำเร็จรูปประเภทต่างๆ

2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

- 2.1) ชมกระบวนการผลิตกาแฟ เริ่มตั้งแต่ การรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกร การคัดแยกเมล็ดกาแฟ การสีสด การสีกะลา การอบเมล็ดกาแฟด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ การวัดความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ การบดกาแฟ และการบรรจุหีบห่อ
- 2.2) ชมการเพาะต้นกล้ากาแฟ
- 2.3) ชมสวนผสมผสาน ประกอบด้วย ทุเรียน และกาแฟ เป็นต้น

3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่าง ๆ ประกอบด้วย

- 3.1) ฐานเรียนรู้เกี่ยวกับกาแฟ ร่วมกิจกรรมการคั่วกาแฟ คัดเลือกเมล็ดกาแฟ และทดลองชิมกาแฟ
- 3.2) ฐานการสาธิตการแปรรูปพืชผลทางการเกษตร และร่วมทดลองลงมือปฏิบัติ เช่น แปรรูปทุเรียน สลัด ก๊วย

จากการที่กำหนดให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์เป็นพื้นที่กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลของตำบลถ้ำสิงห์ และมีกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นนั้น เพื่รองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายต่างๆ สรุปการปรับผังของพื้นที่วิสาหกิจชุมชน และรายละเอียดการปรับปรุงพื้นที่เพื่รองรับคนทั้งมวลได้ดังแสดงในตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล

การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	พิจารณาการเคลื่อนไหว	พิจารณาการเดินทาง	พิจารณาทางสายตา	ผู้สูงอายุ
1. ทางเข้าวิสาหกิจชุมชน				
- ปรับผิวถนนทางเข้า	●	●	●	●
- ปรับตีเส้นแนวทางเข้าออกให้ชัดเจน	●	●	●	●
- จัดทำป้ายทางเข้า ชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์	●	●	○	●
- ปรับพื้นที่แนวด้านหน้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นธนาคารน้ำ	○	○	○	○
2. พื้นที่จอดรถวิสาหกิจชุมชน				
- ปรับระดับพื้นถนนและลานจอดรถ	●	●	●	●
- ปรับตีเส้นแนวถนนและที่จอดรถ	●	●	●	●
- จัดทำที่จอดรถสำหรับผู้พิการในตำแหน่งที่สะดวกต่อการเข้าถึงอาคาร โดยมีป้ายแสดงสัญลักษณ์ที่จอดรถผู้พิการ	●	●	●	●
3. พื้นที่ส่วนต้อนรับ ศูนย์บริการให้ความรู้เกี่ยวกับกาแฟและกระบวนการแปรรูปกาแฟ				
- เพิ่มพื้นที่ส่วนต้อนรับ ส่วนประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนเพื่อคนทั้งมวลของตำบลถ้ำสิงห์	●	●	●	●
- ปรับเปลี่ยนพื้นที่โถงโถงเก็บกาแฟ เป็นพื้นที่รับฟังการบรรยายให้ข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟ และกระบวนการแปรรูปกาแฟ	●	●	●	●
- จัดเตรียมที่นั่งรับฟังบรรยายสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม	●	●	●	●
- การให้ความรู้จัดทำได้โดยการสื่อความหมายหลายรูปแบบ เช่น				
: การบรรยายโดยบุคคล	●		●	●
: การให้ชมวีดิทัศน์ หรือการเปิดคลิปจาก youtube หรือสื่อต่างๆ	●	●		●
: การใช้ชมบอร์ดให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกาแฟ และกระบวนการแปรรูปกาแฟ พร้อมมี QR CODE สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลละเอียดเพิ่มเติม	●	●		●

ตารางที่ 4-4 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล (ต่อ)

การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	พิการทางการเคลื่อนไหว	พิการทางการได้ยิน	พิการทางการสายตา	ผู้สูงอายุ
4. ห้องน้ำ-ส้วม ในโกดังเก็บกาแฟ				
- ปรับปรุงห้องน้ำส้วม 1 ห้องจากเดิมให้เป็นห้องน้ำสำหรับผู้พิการ มีอุปกรณ์ช่วยเหลือครบตามมาตรฐานห้องน้ำสำหรับผู้พิการ	●	●	●	●
- ปรับระดับและทำทางลาดเข้าห้องน้ำ	●	●	●	●
- ติดป้ายสัญลักษณ์แสดงตำแหน่งห้องน้ำส้วมสำหรับผู้พิการ	●	●	○	●
5. ทางเดินเข้าชมพื้นที่				
- ปรับพื้นผิวถนนโดยแบ่งเป็นส่วนพื้นผิวถนนสำหรับรถยนต์ และพื้นผิวทางสำหรับรถเข็นวีลแชร์	●			●
- ปรับเพิ่มราว ตลอดแนวทางเดิน		●	●	
6. การปรับปรุงพื้นที่โรงคัดแยกเมล็ดกาแฟ				
- ปรับย้ายและจัดพื้นที่ในกระบวนการแปรรูปกาแฟใหม่ เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งโรงงานในกระบวนการแปรรูปกาแฟเดิม คือ โรงคัดแยกเมล็ดกาแฟ โรงสีสด โรงสีกะลา โรงคั่วกาแฟ อยู่ในตำแหน่งที่กระจัดกระจาย ไม่เรียงลำดับตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต จึงปรับย้ายออกมาสร้างเป็นอาคารหลังใหม่ จัดเรียงตามลำดับกระบวนการผลิต และทำทางเดินโดยรอบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินชม รวมทั้งเป็นทางที่สามารถใช้งานรถเข็นวีลแชร์ได้ด้วย	●	●		●
7. ลานกิจกรรม				
- ปรับปรุงพื้นที่ลานกิจกรรมสำหรับจัดกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง เช่น การคัดเลือกเมล็ดกาแฟ การคั่วกาแฟ การชงและชิมกาแฟ	●	●	●	●
- การสื่อความหมายถึงนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น				
: การทดลองคั่วกาแฟ				

ตารางที่ 4-4 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล (ต่อ)

การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมหลักเพื่อรองรับคนทั้งมวล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	พิการทางการเคลื่อนไหว	พิการทางการได้ยิน	พิการทางสายตา	ผู้สูงอายุ
8. ห้องน้ำด้านนอกอาคาร				
- ปรับปรุงทางเดินเข้าห้องน้ำเพิ่มทางลาด	●	●	●	●
- ปรับปรุงห้องน้ำเป็นห้องน้ำสำหรับผู้พิการ มีอุปกรณ์ตามมาตรฐานครบถ้วน	●	●	●	●
- ปรับเพิ่มราวจับบันไดตามแนวทางเดิน	○	●	●	○
- ปรับเพิ่มปุ่มผิวสัมผัสเฉพาะสำหรับผู้พิการทางสายตา ในบริเวณทางเดิน			●	
9. ลานกิจกรรมใหม่ ทางเดิน และทางลาด				
- ปรับพื้นที่ต่างระดับโดยการเพิ่มทางลาดและบันไดตามมาตรฐานทางเดินและทางลาดสำหรับผู้พิการ	●	●	●	●
- ปรับเพิ่มปุ่มผิวสัมผัสเฉพาะสำหรับผู้พิการทางสายตา ในบริเวณทางเดิน			●	
10. ร้านกาแฟ				
- ปรับทางขึ้นโดยเพิ่มทางลาด และราว	●	●	●	●
- ปรับเพิ่มปุ่มผิวสัมผัสเฉพาะสำหรับผู้พิการทางสายตา ในบริเวณทางเดิน			●	
- ปรับเพิ่มและขยายพื้นที่ระเบียงด้านนอกร้านกาแฟ ให้เป็นที่สำหรับนั่งดื่มกาแฟด้านนอก มีโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับใช้งานร่วมกับรถเข็นวีลแชร์ได้	●	●	○	●

หมายเหตุ ● ได้รับผลโดยตรง ○ ได้รับผลโดยอ้อม

4.2.2.2 การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมรอง

เนื่องจากอาชีพหลักของประชาชนในตำบลลำสิงห์คือการทำสวนผลไม้ ดังนั้นจึงมีสวนผลไม้หลายแห่งที่มีศักยภาพในการจัดให้เป็นพื้นที่กิจกรรมรองของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในพื้นที่ตำบลลำสิงห์ โดยการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงและแวะชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านลำสิงห์ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเข้าชมสวนเกษตรแห่งอื่นๆ ในตำบลลำสิงห์ได้ตามความสนใจ โดยในการจัดเตรียมพื้นที่สวนเกษตรเพื่อเป็นกิจกรรมรองของเส้นทางท่องเที่ยวในที่นี้ใช้พื้นที่สวนนรินทร์เป็นพื้นที่ตัวอย่าง จะแบ่งกิจกรรมในพื้นที่สวนนรินทร์ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการเยี่ยมชมพื้นที่สวน และกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

- 1.1) การให้ความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ในสวน ได้แก่ ทุเรียน กล้วยหอมทอง และพืชสมุนไพร
- 1.2) กระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต และจัดจำหน่าย เช่น ทุเรียน กล้วยหอมทอง เป็นต้น
- 1.3) กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทุเรียนและกล้วย

2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

- 2.1) ชมการปลูกพืชแบบสวนผสมผสาน ซึ่งในสวนนรินทร์นี้มีทุเรียน และกล้วยหอมทองเป็นพืชหลัก
- 2.2) ชมวิธีการปลูกพืชโดยใช้เกษตรอินทรีย์

3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ประกอบด้วย

- 3.1) ฐานเรียนรู้การผลิตปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดเพื่อใช้ในการปรับปรุงดินและใช้ทดแทนปุ๋ยเคมี
- 3.2) ฐานการเรียนรู้การผลิตทุเรียนตามระบบจัดการคุณภาพ (Good Agricultural Practice: GAP)

พื้นที่สวนเกษตรผสมผสานในตำบลลำสิงห์ที่มีศักยภาพพร้อมสำหรับการปรับปรุงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนทั้งมวล โดยพื้นที่นี้อาจจะมีมากกว่า 1 แห่ง ซึ่งในงานวิจัยนี้จะใช้พื้นที่เกษตรอินทรีย์สวนนรินทร์เป็นพื้นที่ตัวอย่าง จากการที่กำหนดให้สวนนรินทร์เป็นพื้นที่กิจกรรมรองของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลของตำบลลำสิงห์ และมีกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นนั้น เพื่อรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายต่างๆ สรุปรายละเอียดการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับคนทั้งมวลได้แสดงในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมรองรับคนทั้งมวล

การปรับปรุงพื้นที่กิจกรรมรองรับคนทั้งมวล สวนนรินทร์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	นักท่องเที่ยว พิการทางเคลื่อนไหว	นักท่องเที่ยว พิการทางการได้ยิน	นักท่องเที่ยว พิการทางสายตา	ผู้สูงอายุ
1. ถนน/ ทางเข้าออกสวนนรินทร์ (ภาพที่ 4-30)				
- ปรับผิวถนนทางเข้าให้อยู่ในสภาพดี พื้นผิวเรียบ ไม่ขรุขระ	●	●	●	●
- จัดทำป้ายทางเข้า ชื่อ สวนนรินทร์ ที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน	●	●	○	●
2. ที่จอดรถสวนนรินทร์ (ภาพที่ 4-30)				
- ปรับระดับพื้นถนนและลานจอดรถให้ได้ระดับ	●	●	●	●
- ปรับตีเส้นแนวถนนและที่จอดรถให้ชัดเจน	●	●	●	●
- จัดทำที่จอดรถสำหรับผู้พิการในตำแหน่งที่สะดวกต่อการเข้าถึงอาคาร โดยมีที่ว่างด้านข้างที่จอดรถ กว้าง 1.00 เมตร	●	●	●	●
- จัดทำป้ายแสดงสัญลักษณ์ที่จอดรถผู้พิการ	●	●	○	●
3. ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสวนนรินทร์ (ภาพที่ 4-32-4-34)				
- ปรับศาลาด้านหน้าสวนให้เป็นศูนย์เรียนรู้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสานสวนนรินทร์	●	●	●	●
- รูปแบบการให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้				
: การบรรยายโดยบุคคล	●	○	○	●
: การให้ชมวีดิทัศน์ หรือการเปิดคลิปจาก youtube หรือสื่อต่างๆ	●	○		●
: การใช้ชมบอร์ดให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกาแฟ และกระบวนการแปรรูปกาแฟ พร้อมมี QR CODE สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลละเอียดเพิ่มเติม	●	●		●
- ปรับระดับศูนย์ข้อมูลให้มีทางลาดที่รถวีลแชร์สามารถเข้าถึงได้	●			●
4. พื้นที่ตัวอย่างฐานการเรียนรู้สวนนรินทร์ (ภาพที่ 4-30)				
- ปรับทางเดินเข้าชมสวน ให้มีจุดที่รถวีลแชร์เข้าถึงได้	●			●
- ปรับบริเวณพื้นที่ในสวนเป็นฐานให้ความรู้ต่างๆ ด้านการเกษตรอินทรีย์	●	●	●	●
5. พื้นที่กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง (ภาพที่ 4-31)				
- ปรับอาคารเดิมให้เป็นพื้นที่ถ่ายทอดความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น กล้วยหอมทอดกรอบ เป็นต้น	●	●	●	●

หมายเหตุ ● ได้รับผลโดยตรง ○ ได้รับผลโดยอ้อม

4.2.2.3 การพัฒนาพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวล

สิ่งดึงดูดใจสำคัญอย่างหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนคือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรโดยตรงและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจึงควรจัดให้มีจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไว้ โดยในที่นี้ ได้จัดไว้ในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้ำสิงห์ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงพื้นที่ส่วนหนึ่งของโกดังเก็บกาแพ บริเวณชั้นล่างซึ่งเดิมใช้เป็นพื้นที่สำนักงานของวิสาหกิจชุมชน และเสนอให้ปรับปรุงเป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทั้งผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยให้ย้ายพื้นที่สำนักงานไปอยู่ที่พื้นที่ต่อเติมชั้นบน สรุปรายละเอียดการปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวลได้ ดังแสดงในตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 การปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวล

การปรับปรุงพื้นที่ตลาด/แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับคนทั้งมวล ชุมชนถ้ำสิงห์	กลุ่มนักท่องเที่ยว			
	นักท่องเที่ยว เพื่อการเคลื่อนไหว	นักท่องเที่ยว เพื่อการได้ยื่น	นักท่องเที่ยว เพื่อการทางสายตา	ผู้สูงอายุ
1. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพบ้านถ้ำสิงห์				
- ปรับย้ายพื้นที่สำนักงานของวิสาหกิจชุมชนขึ้นไปบนพื้นที่ต่อเติมใหม่ชั้น 2				
- ปรับปรุงพื้นที่สำนักงานเดิมให้เป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งผลิตภัณฑ์ เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป	●	●	●	●
- ปรับเพิ่มปุ่มผิวต่างสัมผัสสำหรับผู้พิการทางสายตา ในบริเวณทางเดินเข้า-ออก ร้านจำหน่ายสินค้า			●	
2. พื้นที่จัดวางสินค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์				
- ปรับระดับชั้นวางของบางส่วนให้อยู่ในระดับที่ผู้ชรัลเห็นวิลแชร์สามารถหยิบได้	●			●
- จัดช่องทางเดินให้มีระยะที่รลเห็นวิลแชร์เห็นเข้าไปได้	●			●
- ปรับระดับทางเข้าให้มีทางลาดเพื่อรลเห็นวิลแชร์เห็นเข้าไปได้	●			●
- มีมุมตัวอย่างให้ชมผลิตภัณฑ์ต่างๆ	●	●	●	●

หมายเหตุ ● ได้รับผลโดยตรง ○ ได้รับผลโดยอ้อม

4.2.3 ผลการพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

จากผลการศึกษาของโครงการวิจัยย่อยที่ 1 เกี่ยวกับ 1) ข้อดี ข้อเสีย โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในพื้นที่ตำบลถ้ำสิงห์ 2) แนวปฏิบัติที่ดีของหน่วยงานต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน 3) พฤติกรรม ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน (6 As) และความคาดหวังต่อเนื้อหาการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล 4) ผลการศึกษาค้นคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญผู้ให้การต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล และ 5) ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการกับชุมชนพื้นที่ถ้ำสิงห์ในการพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การกำหนดรูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในการศึกษาวิจัยนี้อิงจากแนวคิดของการตลาดการบริการประกอบด้วยส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน คือ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) การส่งเสริมการตลาด 4) การจัดจำหน่าย 5) กระบวนการให้บริการ 6) ผู้ให้บริการ และ 7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่กำหนดขึ้นเป็นส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ดังนี้ คือ

4.2.3.1 การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

เน้นที่ความพร้อมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวล แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล สรุปกิจกรรมที่ชุมชนมีความพร้อมได้ 5 ฐาน (แสดงตำแหน่งฐานความรู้ในภาพที่ 4-2) คือ

ฐานที่ 1 ศูนย์เรียนรู้การแปรรูปกาแฟ (ตำแหน่งในภาพที่ 4-2 ใช้สัญลักษณ์ C คือ พื้นที่วิสาหกิจชุมชนกาแฟถ้ำสิงห์) กิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้กระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตกาแฟ และการลดการใช้พลังงานจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ-ชุมพร และร่วมกิจกรรมคัดเลือก และ คั่วกาแฟ รวมทั้งการชิมกาแฟ และซื้อฝาก กิจกรรมในฐานที่ 1 เน้นกระบวนการแปรรูปกาแฟ ตั้งแต่เริ่มคัดแยกเมล็ดกาแฟ การอบเมล็ดกาแฟ การวัดความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ กระทั่งเป็นกาแฟสำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ

ฐานที่ 2 ชมสวนกาแฟ (ตำแหน่งในภาพที่ 4-2 ใช้สัญลักษณ์ C คือ พื้นที่วิสาหกิจชุมชนกาแฟถ้ำสิงห์) โดยกิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและได้รับความรู้เกี่ยวกับสวนเกษตรกาแฟ วิธีการปลูก และการดูแลสำหรับกิจกรรมในฐานนี้เน้นการสาธิตกระบวนการเพาะปลูก และการทดลองเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้

ฐานที่ 3 ศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสาน (ตำแหน่งในภาพที่ 4-2 ใช้สัญลักษณ์ D, E, F, G คือ พื้นที่สวนสุรินทร์ สวนสละลุงวิรัช สวนกล้วยหอม และสวนนรินทร์) กิจกรรมในฐานนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิธีการปลูก และชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และการผลิตทุเรียนนอกฤดูกาล ขึ้นกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเลือกชมสวนซึ่งอาจเป็น 1-2 สวน กิจกรรมในฐานนี้เน้นการ

ฐานที่ 4 เป็นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น วัดถ้ำสิงห์ และลานวิถีไทยวัดนักบุญยอแซฟถ้ำสิงห์ (ตำแหน่งแสดงในภาพที่ 4-2 ใช้สัญลักษณ์ B) กิจกรรมในฐานนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมในจุดนี้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ประสบการณ์เพิ่มเติมหลังจากร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตร

จากการกำหนดกิจกรรม 5 ฐาน นำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์รายการนำเที่ยว เน้นการดำเนินกิจกรรมมีความเหมาะสมกับเวลาไม่นานหรือเร็วไปประกอบด้วย

88

(2) **รายการนำเที่ยวที่ 2** (2 ฐาน คือ ฐาน 1 และฐาน 2) : หนึ่งวันศึกษาเรียนรู้ กระบวนการแปรรูป และชมสวนการปลูกกาแฟปลอดสารพิษ ชมและเลือกซื้อสินค้าเกษตร รับประทานอาหารกลางวัน กับอาหารว่าง และเครื่องดื่ม 2 มื้อ อัตราค่าบริการ 500 บาทต่อคน

(3) **รายการนำเที่ยวที่ 3** (2 ฐาน คือฐาน 2 และ ฐาน 3) : หนึ่งวันเรียนรู้เกษตรผสมผสาน ชมวิธีการปลูกกาแฟและการแปรรูปและชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม ชมและเลือกซื้อสินค้าเกษตร อาหารกลางวัน 1 มื้อ/อาหารว่างและเครื่องดื่ม 2 มื้อ อัตราค่าบริการ 500 บาทต่อคน

(4) **รายการนำเที่ยวที่ 4** (2 ฐาน คือฐาน 2 และฐาน 4) : หนึ่งวันศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน จากวัดถ้ำสิงห์ เรียนรู้กระบวนการแปรรูปกาแฟ ชมและเลือกซื้อสินค้าเกษตร อาหารกลางวัน 1 มื้อ/อาหารว่าง และเครื่องดื่ม 2 มื้อ อัตราค่าบริการ 500 บาทต่อคน

(5) **รายการนำเที่ยวที่ 5** (2 ฐาน คือฐาน 3 และ ฐาน 5) : หนึ่งวันศึกษาเรียนรู้เกษตรผสมผสาน กิจกรรมในจุดนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิธีการปลูก และชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม เรียนรู้การบริหารจัดการน้ำ ระบบธนาคารน้ำใต้ดิน

2) ราคาผลิตภัณฑ์

การกำหนดราคาค่าบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน ในแต่ละพื้นที่นั้นมีการกำหนดราคาค่าบริการที่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าต้องการทำกิจกรรมใดบ้าง โดยค่าใช้จ่ายจะอยู่ในช่วงเฉลี่ย 100 - 900 บาท ต่อคน ซึ่งการกำหนดราคาในการศึกษาครั้งนี้ สรุปแนวทาง ดังนี้

2.1) แนวคิดการกำหนดราคาในช่วงแรกควรควรกำหนดราคาไม่สูง มีการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการประมาณช่วง 3-6 เดือนแรก

2.2) ระบุราคาที่ชัดเจนในแผ่นพับ และสื่อการตลาดออนไลน์ที่ชุมชนจัดทำ เช่น เว็บไซต์

2.3) ร่วมกับธนาคารในการใช้ Mobile Application ชำระเงิน

3) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการส่งเสริมการตลาดจะเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้นจะสร้างเครื่องมือการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์

3.1) เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่

3.1.1) มีการพัฒนาเว็บไซต์สากลที่นักท่องเที่ยวทั้งหมดสามารถเข้าถึง ส่วนนี้จำเป็นต้องขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ

3.1.2) พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการตลาดผ่านการใช้มีสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

3.2) เครื่องมือการสื่อสารออฟไลน์

3.2.1) มีการจัดทำแผนพัฒนาเนื้อหาให้ครบทั้ง 5 ด้านคือ (1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร วนิชาต (2) การเดินทางและที่พัก (3) ร้านอาหารและของที่ระลึก (4) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และ (5) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ส่งผ่านทางสมาคมผู้พิการ

3.2.2) กำหนดกิจกรรมเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวนิชาตประจำปีชัดเจน

3.2.3) ร่วมออกบูธ

4) การจัดจำหน่าย (Place)

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการจัดจำหน่ายจะเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

4.1) การปักหมุดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบน Google Map เพื่อให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน

4.2) มีการพัฒนาแผนที่ที่ชัดเจนในสื่อต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ตั้งที่ชัดเจน

4.3) มีป้ายบอกทางที่ระบุชัดเจนว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งหมดโดยใช้สัญลักษณ์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถบริการนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้

4.4) นำระบบออนไลน์มาใช้ในช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร

5) กระบวนการให้บริการ (Process)

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดกระบวนการให้บริการจะเน้นที่กระบวนการของกิจกรรมในแต่ละ ฐานความรู้ และรวมทั้งมีการพัฒนาการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน ดังนี้

5.1) มีการจัดการบริการตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัว ที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555)

5.2) ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดกระบวนการให้บริการแต่ละฐานความรู้ รวมทั้งกระบวนการในการ บริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งหมด แต่ละกลุ่ม โดยทุกขั้นตอนของกิจกรรมต้องเน้นความปลอดภัย

5.3) ชุมชนร่วมกำหนดโปรแกรมของการท่องเที่ยวในพื้นที่และมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากกลุ่ม สมาชิกพื้นที่ในชุมชนอื่นมาร่วม

6) ผู้ให้บริการ (People)

การพัฒนาส่วนประสมผู้ให้บริการจะเน้นการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งหมด โดย

6.1) แนวคิดชุมชนมีความรู้และทักษะในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งหมด

6.2) มีการจัดฝึกอบรมชุมชนเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด เช่น การใช้ภาษามือ ในการทักทาย และความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

6.3) ชุมชนมีบุคลากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้

7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Physical Evidence)

การพัฒนาส่วนประสมสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้พิการ ดังนี้

- 7.1) ชุมชนพร้อมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล ตามตัวชี้วัดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่
- 7.2) ชุมชนร่วมกันสร้างบรรยากาศในพื้นที่ที่มีความปลอดภัย ปลอดภัยเคมีในการทำเกษตร
- 7.3) มีอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งานในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ

4.3 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปเป็นกระบวนการได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้คือ

4.3.1 กระบวนการพัฒนาต้นน้ำ หมายถึง การพัฒนาพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อม และคุณค่าในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล คือ

1) ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการที่จะเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว คือ

1.1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย การคมนาคมขนส่งมีจำนวนที่เพียงพอ และควมมีมาตรฐานของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.2) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถบริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้อย่างประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยววันมากขึ้น หรือต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยว คือ ด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุมนั่งคอย เป็นต้น ด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ซุ้มเข้า ป้าย เครื่องหมาย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย เป็นต้น

2) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และ

ความเพลิตเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่มสร้างความประทับใจและตอบสนองความสนใจ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีคุณค่าที่แท้จริงแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความเก่าแก่ของโบราณสถานที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษา “การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพสภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล” เป็นการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว หรือ คือต้นน้ำ อย่างไรก็ตามการพัฒนาต้นน้ำจะสำเร็จได้ต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชน ผู้นำชุมชน และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

4.3.2 กระบวนการพัฒนากลางน้ำ คือกระบวนการที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาชุมชนให้มีความพร้อมในการให้บริการ (community) จะเน้นการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล และ การกำหนดกระบวนการให้บริการ (Process) นักท่องเที่ยวทั้งมวลให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555)

ดังนั้น การที่ชุมชนจะมีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้ คือ

1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Site Management) หมายถึงชุมชนและผู้นำชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชน สามารถการวางแผนขับเคลื่อนการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลได้

2) แหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร (Knowledge Management) ชุมชนมีความพร้อมในการนำเสนอแหล่งเรียนรู้ และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

3) การมีส่วนร่วมของชุมชนและความเข้มแข็ง (Community Participations and Community Strength) หมายถึงชุมชนมีความร่วมมือกันเป็นอย่างดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล ร่วมมือกันในการเรียนรู้และพัฒนา ร่วมมือกันในการพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4) ความมีไมตรีจิต (Hospitality) ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

5) ความปลอดภัย (Safety) ชุมชนต้องร่วมมือกันกำหนดมาตรการการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

จะเห็นว่าการพัฒนากลางน้ำเกี่ยวข้องกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมในการร่วมมือจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อคนทั้งมวล และการสนับสนุนจากภาครัฐ

4.3.3 กระบวนการพัฒนาปลายน้ำ คือกระบวนการที่จะสื่อสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต้นน้ำ กลางน้ำไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวล ซึ่งกระบวนการนี้จะเป็นการพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือ

1) ผลិតภัณฑ์ แนวทางการกำหนดผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1.1) ชุมชนเป็นผู้กำหนดกิจกรรมที่ชุมชนมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้และทักษะ
- 1.2) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้พิการและผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมได้
- 1.3) ช่วงระยะเวลาที่มีความเหมาะสม
- 1.4) กิจกรรมมีความหลากหลาย
- 1.5) กิจกรรมที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินและความรู้

2) ราคา แนวทางการกำหนดราคา ดังนี้ดังนี้

- 2.1) แนวคิดการกำหนดราคาควรกำหนดราคาตามฤดูกาล (Seasonality Management)
- 2.2) ระบุราคาที่ชัดเจนในแผ่นพับ และสื่อการตลาดออนไลน์ที่ชุมชนจัดทำ เช่น เว็บไซต์
- 2.3) ร่วมกับธนาคารในการใช้ Mobile Application ชำระเงิน

3) การส่งเสริมการตลาด แนวทางเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสาร ดังนี้

- 3.1) เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่
 - 3.1.1) มีการพัฒนาเว็บไซต์สากลที่นักท่องเที่ยวทั้งมวลสามารถเข้าถึง
 - 3.1.2) พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการตลาดผ่านการใช้มีสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น
- 3.2) เครื่องมือการสื่อสารออฟไลน์
 - 3.2.1) มีการจัดทำแผ่นพับโดยการพัฒนาเนื้อหาให้ครบทั้ง 5 ด้านคือ (1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน (2) การเดินทางและที่พัก (3) ร้านอาหารและของที่ระลึก (4) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และ (5) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ส่งผ่านทางสมาคมผู้พิการ
 - 3.2.2) กำหนดกิจกรรมเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนประจำปีชัดเจน
 - 3.2.3) ร่วมออกบูธ

4) การจัดจำหน่าย แนวทางเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

- 4.1) มีการปักหมุดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบน Google Map ชัดเจน
- 4.2) มีการพัฒนาแผนที่ที่ชัดเจนในสื่อต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- 4.3) มีป้ายบอกทางที่ระบุชัดเจนว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลโดยใช้สัญลักษณ์
- 4.4) นำระบบออนไลน์มาใช้ในช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร

5) กระบวนการให้บริการ แนวทางการพัฒนา ดังนี้

- 5.1) มีการจัดการบริการตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล

5.2) ชุมชนกำหนดกระบวนการให้บริการแต่ละฐานความรู้ เน้นความปลอดภัย

5.3) ชุมชนกำหนดโปรแกรมของการท่องเที่ยวในพื้นที่และมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

6) ผู้ให้บริการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการ ดังนี้

6.1) มีการจัดฝึกอบรมชุมชนเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล เช่น การใช้ภาษามือในการทักทาย และความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

6.2) ชุมชนมีบุคลากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้

7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา ดังนี้

7.1) ชุมชนพร้อมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล ตามตัวชี้วัดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่

7.2) ชุมชนร่วมกันสร้างบรรยากาศในพื้นที่มีความปลอดภัย ปลอดภัยเคมีในการทำเกษตร

7.3) มีอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งานในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษา “การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล” เป็นการพัฒนาปลายทางเพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวล

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สามารถสรุป อภิปรายผล และนำเสนอ ข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

แผนงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ ได้แก่

โครงการย่อยที่ 1 “การพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

โครงการย่อยที่ 2 “การพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

ดังนั้น ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นการบูรณาการจากการดำเนินการของโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ เพื่อนำมาสู่เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผล

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรจะอิงกรอบแนวคิด Diamond Model ดังนี้ คือ

1) ปัจจัยด้านการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

1.1) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน จังหวัดชุมพรมีศักยภาพรองรับด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ

1.1.1) ชื่อเสียงด้านผลไม้ของจังหวัด กล่าวคือ การที่ผลไม้ไทย โดยเฉพาะมังคุด ทุเรียน ฯลฯ เริ่มแพร่หลายและมีชื่อเสียงในระดับโลก ทำให้สวนผลไม้กลายเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนแหล่งผลิต ขณะที่จังหวัดชุมพรเองก็มีชื่อเสียงด้านผลไม้หลายชนิดเช่นกัน เช่น ทุเรียน มังคุด สละ เป็นต้น รวมไปถึงเป็นแหล่งปลูกกาแฟโรบัสต้าอันดับหนึ่งของประเทศไทย จึงน่าจะเป็นศักยภาพเด่นของจังหวัด

1.1.2) นโยบายสนับสนุนของจังหวัดชุมพร กล่าวคือ จังหวัดชุมพรกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นหนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในจังหวัดให้มีความพร้อม สะดวกสบาย ปลอดภัย มากขึ้นทั้งระบบน้ำ ไฟฟ้า และถนนที่ใช้เดินทาง

1.1.3) พื้นที่ตั้งของจังหวัด กล่าวคือ จังหวัดชุมพรมีแหล่งที่ตั้งที่อยู่บนพื้นที่ทางผ่านในการท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ แนวถนนเพชรเกษมและสายเอเชีย จึงสามารถเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมสวนเกษตร และซื้อของฝากติดมือกลับบ้านได้อีกด้วย นอกจากนี้ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม และสามารถนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไปเชื่อมโยงและทำให้เป็นจุดเด่นร่วมไปกับเส้นทางท่องเที่ยวชุมพรได้

1.1.4) สังคมผู้สูงอายุ และสัดส่วนผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น ทำให้กลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป และกลุ่มคนเหล่านี้มีแนวโน้มให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้นด้วย

1.2) ข้อจำกัดของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพรมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้คือ

1.2.1) ขาดการบูรณาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กลายเป็นวิถีชุมชน คือ ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดค่อนข้างกระจาย อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวยังขาดการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนากิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ

1.2.2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เน้นเพียงการเยี่ยมชมสวนเป็นหลัก คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเพียงการเยี่ยมชมสวนเกษตรตามวิถีดั้งเดิมของชุมชน ทั้งการเพาะปลูก เก็บเกี่ยวพืชผลเพียงบางส่วนเท่านั้น

1.2.3) ขาดความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน คือ พื้นที่ท่องเที่ยวในสวนเกษตรยังขาดความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ เนื่องมาจากการขาดระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ดี เช่น ห้องน้ำ ทางลาด เป็นต้น

1.2.4) ขาดองค์ความรู้ที่จำเป็น คือ ชุมชนยังขาดทักษะหลายด้านที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวได้ เช่น ทักษะด้านภาษา ด้านการจัดการ ด้านการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น เนื่องจากพื้นฐานเดิมของชุมชนคือเกษตรกร และดำเนินกิจการที่เน้นเชิงพาณิชย์ (ขายสินค้าเกษตร) เป็นหลัก มิใช่เน้นด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ในปัจจุบัน สวนเกษตรในจังหวัดชุมพรยังไม่รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม และยังไม่มีหน่วยชุมชนต้นแบบที่ชัดเจน

1.2.5) ขาดการประเมินความคุ้มค่า คือ ชุมชนยังกังวลกับความคุ้มค่าในการลงทุน ถ้าเกษตรกรลงทุนพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแล้วจะสามารถเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากเพียงใด นอกจากนี้ใน

บางพื้นที่เจ้าของสวนเกษตรไม่ค่อยให้ความร่วมมือ หรือ ไม่ต้องการทำธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งอาจมองว่า ธุรกิจที่ตนทำอยู่นั้นมีรายได้พอเพียงอยู่แล้ว

1.2.6) ข้อจำกัดของรูปแบบการท่องเที่ยว กล่าวคือ การสร้าง one day trip ให้เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวสวนเกษตรผลไม้ของภาคตะวันออกทำได้เพราะระยะทางไม่ห่างจากกรุงเทพมหานครมากนักทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวก มีจำนวนนักท่องเที่ยวพอสมควรทำให้ ผู้ประกอบการสามารถกำหนด one day trip ได้โดยต้นทุนไม่สูงมากนัก สำหรับจังหวัดชุมพร การสร้าง One Day Trip หรือ Half-Day Trip ยังทำได้ยากอยู่เนื่องจาก ระยะทางในการเดินทางห่างจากกรุงเทพมหานครมาก สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีระยะห่างกันพอสมควรทำให้ต้นทุนโดยรวมสูงมาก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นไปได้ในการทำ One Day Trip หรือ Half-Day Trip คือ กิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูง

1.2.7) ข้อจำกัดในชุมชน กล่าวคือ ประชากรในพื้นที่สวนมากเป็นคนสูงอายุ ขาดคนรุ่นใหม่ที่จะทำงานภาคการเกษตร ขาดคนในวัยแรงงาน คนรุ่นใหม่ส่วนมากไปทำงานที่อื่น ไม่กลับมาทำสวนที่บ้าน ซึ่งที่ผ่านมามีพบว่า ทะเบียนเกษตรกร 8 หมื่นคน มีเกษตรกรที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือ Young Smart เพียง 150 คน เท่านั้น การขาดจิตสำนึกรักบ้านเกิดของคนในพื้นที่ถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ในปัจจุบัน

1.3) ปัจจัยด้านทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

ในการประเมินสภาพทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรในงานวิจัยนี้ ใช้พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถั่วลิสงที่เป็นพื้นที่ศึกษาดำเนินการ พบว่า

1.3.1) ทรัพยากรกายภาพ โดยภาพรวมพื้นที่ศึกษามีทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ ถนน/ทางเข้าออก ที่จอดรถ ทางลาด ทางเดิน-ทางสัญจร บันได ห้องน้ำ เฟอร์นิเจอร์ภายนอกอาคาร ระบบไฟฟ้า/แสงสว่าง แต่ทรัพยากรที่มีอยู่มีไว้ใช้รองรับการใช้งานของบุคคลทั่วไปเท่านั้น ทรัพยากรกายภาพส่วนใหญ่ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์สำหรับรองรับการใช้งานเพื่อคนทั้งมวล นอกจากนี้ยังขาดทรัพยากรกายภาพเพื่อการใช้งานของคนทั้งมวล เช่น บันได รววจับ รววกันตก/ผนังกันตก และระบบการระบายน้ำ เป็นต้น

1.3.2) สภาพแวดล้อมของพื้นที่ศึกษา มีพื้นที่ทางธรรมชาติ เช่น สวนที่มีการใช้ประโยชน์ รมรื่น มีความเป็นส่วนตัว แต่บางองค์ประกอบของสวนยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ ได้แก่ ในเรื่องความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย พืชพันธุ์ไม้ที่เป็นอันตราย มีรากไม้ขนาดใหญ่โผล่พื้นดิน ขาดการส่งเสริมให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสะดวกในการเข้าถึงของคนพิการยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ ส่วนข้อมูลป้ายสัญลักษณ์ และการสื่อความหมาย ผลการประเมินพื้นที่ศึกษา พบว่า ในพื้นที่ศึกษายังไม่มีป้าย สัญลักษณ์ หรือการสื่อความหมายใดๆ สำหรับคนพิการเพื่อคนทั้งมวล

สรุปปัจจัยที่เป็นจุดด้อยของพื้นที่ถ้ำสิงห์นั้นโดยภาพรวมแล้ว พื้นที่ยังต้องได้รับการปรับปรุงพื้นที่เพื่อให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล เช่น ห้องน้ำ ทางลาด ป้ายบอกทาง รวมถึง ศักยภาพของบุคคลในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้การเดินทางเข้าพื้นที่นั้นยังต้องอาศัยการเดินทางโดยรถส่วนตัว หรือ ใช้บริการรถเหมาเข้ามายังพื้นที่ ส่วนรณสธารณะนั้นยังไม่มีบริการ ซึ่งอาจไม่สะดวกนักสำหรับนักท่องเที่ยว

2) ปัจจัยด้านอุปสงค์

ปัจจัยด้านอุปสงค์ ประเมินจาก 1) พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน และ 2) เนื้อหาการสื่อสารทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

2.1) พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

การศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้พิการ 2) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้พิการในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน และ 3) เนื้อหาการสื่อสารทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน จากนักท่องเที่ยวผู้พิการ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย กลุ่มพิการทางสายตาและกลุ่มพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้ คือ

2.1.1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้พิการมีความแตกต่างกัน ดังนี้ คือ

2.1.1.1) กลุ่มพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย แม้ว่ากลุ่มพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกายจะมีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหวไปในพื้นที่ต่าง ๆ แต่กลับพบว่าความต้องการในการท่องเที่ยวยังคงมีความต้องการคล้ายกับบุคคลปกติ กล่าวคือ มีความต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถผจญภัยได้ แต่อาจจะเหมาะสำหรับผู้พิการที่ยังเคลื่อนไหวได้ในเกณฑ์ดี สำหรับผู้พิการที่ต้องอาศัยรถเข็นนั้นอาจต้องมีการปรับพื้นที่ให้มีความปลอดภัย มีความต้องการในการเที่ยวชมวิถีชีวิตและทั้งกิจกรรมการเรียนรู้ การปฏิบัติและการทดลอง เป็นต้น ซึ่งการเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นยังคงอยากให้คล้ายกับคนปกติทั่วไป

2.1.1.2) กลุ่มพิการทางสายตา มีข้อจำกัดในการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ โดยกลุ่มพิการทางสายตามักจะเดินทางมาเป็นกลุ่ม ซึ่งอาจประกอบด้วยคนปกติ (ครอบครัว ญาติ หรือกลุ่มเพื่อน) หรือ ผู้พิการทางสายตาที่ยังสามารถมองเห็นได้เลือนลางซึ่งพอจะเดินทางได้ หรืออาจมีเจ้าหน้าที่ของสมาคมฯ เป็นผู้ดูแลในด้านความต้องการการท่องเที่ยวนั้นยังคล้ายคลึงกับคนปกติ โดยต้องการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง ศูนย์การเรียนรู้ต่าง ๆ ที่สามารถให้ความรู้และอาจมีการฝึกอาชีพให้แก่ผู้พิการได้ด้วย อย่างไรก็ตามความต้องการของกลุ่มผู้พิการทางสายตานั้นจำเป็นต้องอาศัยรับรู้ที่มากขึ้น ซึ่งอาศัยผ่านการสัมผัสผ่านมือหรือร่างกายของตนและการได้ยิน โดยแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการบรรยายรายละเอียดที่มีลักษณะเฉพาะแก่คนพิการทางสายตาเพราะนักท่องเที่ยวไม่สามารถเห็นสิ่งนั้นได้ด้วยตาของตนเอง

2.1.1.3) กลุ่มพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย มีข้อจำกัดเพียงการได้ยินและการสื่อสารความต้องการของตนไปสู่ผู้อื่น ขณะที่ความต้องการการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างจากคนปกติ เพราะสามารถเคลื่อนไหวและเดินทางไปท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ดี สามารถรับรู้ผ่านการมองเห็นได้ทั้งหมด กิจกรรมในแหล่ง

ห้องเที่ยวควรมีการจัดให้เหมือนกันกับคนปกติ ไม่จัดแยก กล่าวคือ คนปกติเข้าถึงกิจกรรมใด กลุ่มผู้พิการกลุ่มนี้ก็ต้องเข้าถึงได้เช่นกัน สิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ สถานที่ท่องเที่ยวควรมีล่ามให้บริการ หรือ มีข้อมูลที่สื่อสารผ่านการมองเห็นให้สามารถอ่านได้ ก็จะเป็นการช่วยให้เกิดความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวได้

2.1.2) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้พิการในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้พิการต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนนั้น สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.1.2.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการมีความเห็นเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน โดยความหวังว่าจะได้ความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยว ความรู้จากการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเช่นเดียวกับคนปกติ

สิ่งหนึ่งในการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว การป้องกันและการดูแลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวผู้พิการ ซึ่งแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยววันนั้นจะมีชื่อเสียงหรือมีคนให้ความสนใจท่องเที่ยวมาก แต่แหล่งท่องเที่ยววันนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ในประเด็นความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผู้พิการว่าสิ่งใดที่ผู้พิการสามารถปฏิบัติได้ สิ่งใดห้าม สิ่งที่เป็นอันตรายสำหรับผู้พิการแต่ละกลุ่ม เป็นต้น

2.1.2.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการให้ความสำคัญและคาดหวังกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกใน 4 เรื่องหลัก ได้แก่

(1) ห้องน้ำผู้พิการ เป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนส่วนใหญ่มีห้องน้ำที่ให้บริการเฉพาะคนปกติเท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวอาจจัดสร้างห้องน้ำให้ผู้พิการเพิ่มเติม โดยคำนึงถึงลักษณะการใช้ที่เหมาะสมกับผู้พิการ มีความสะอาดและความสว่างเพียงพอ ห้องน้ำควรสร้างไม่ให้ห่างกับทางลาดที่สามารถเข้าถึงได้ ไม่ควรจัดห้องน้ำผู้พิการให้อยู่แยกโซนห่างจากแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป

(2) ทางลาดและทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว ทางลาดในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญรองลงมาจากห้องน้ำผู้พิการและเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งต่อกลุ่มผู้พิการทางการเคลื่อนไหวและกลุ่มผู้พิการทางสายตา แหล่งท่องเที่ยวอาจมีการจัดทางลาดให้เหมาะสมในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น พื้นที่ในการเข้าไปทำกิจกรรม พื้นที่ในการชมสวน พื้นที่ในการเข้าถึงห้องน้ำหรือทางเข้าสถานที่ เป็นต้น โดยอาจมีแนวเชือกเป็นแนวยาวเพื่อให้กลุ่มผู้พิการใช้เป็นเครื่องพยุงหรือเป็นสัญลักษณ์ในการนำทางว่าเส้นทางนี้กำลังนำพาพวกเขาไปในทิศทางใด สถานที่ใด นอกจากนี้ทางเดินในบางพื้นที่อาจสร้างเส้นทางพิเศษที่สั้นลงระหว่างจุดเริ่มและจุดที่เป็นปลายทางการท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้พิการที่นั่งรถเข็นเป็นกาลเฉพาะ ทางเดินควรสร้างให้สามารถเดินได้รอบเห็นทัศนียภาพที่โดดเด่นของพื้นที่และควรปรับทางเดินให้เหมาะแก่การเดินปกติและการเดินโดยใช้ไม้เท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา

(3) จุดหยุดพักระหว่างทาง จุดหยุดพักระหว่างทาง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้พิการทั้ง 3 กลุ่ม จำเป็นต้องมีการจัดสร้างเพิ่มเติมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวผู้พิการ

เดินทางเที่ยวชมในสวนเกษตรย่อมเกิดอาการเหนื่อยล้าระหว่างการเดินทางได้ ซึ่งเกิดจากข้อจำกัดทางกายของตนเองและลักษณะพื้นที่สวนเกษตรอาจไม่ราบเรียบเหมือนเส้นทางปกติ ดังนั้นการเพิ่มจุดพักคอยหรือจุดหยุดพักระหว่างทางจะมีประโยชน์มากทั้งต่อนักท่องเที่ยวผู้พิการ ผู้สูงอายุ และ บุคคลปกติทั่วไป ที่จะสามารถใช้ประโยชน์เป็นที่พักผ่อนระหว่างเดินทางสู่จุดหมาย หรือใช้เป็นที่นั่งพัก ใช้นั่งพักรวบรวมพลเพื่อใ้ในวาระต่าง ๆ โดยจุดหยุดพักนั้นอาจไม่จำเป็นต้องสร้างให้ใหญ่มากนัก พยายามอาศัยต้นทุนในการสร้างจากพื้นที่เดิมของตน เช่น อาศัยร่มไม้ตามธรรมชาติกำหนดเป็นจุดพัก สร้างหลังคาบังแดดและมีที่นั่งพักรสำหรับคนพิการและคนปกติ มีป้ายแสดงจุดหยุดพักของแหล่งท่องเที่ยวและระยะห่างระหว่างจุดพัก พื้นที่ควรสะอาด ไม่รก อาจใช้เชือกกำหนดขอบเขตและมีความปลอดภัย เป็นต้น **จุดหยุดพักระหว่างทางเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นที่ไม่ควรมองข้ามและควรนำมาประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย**

(4) สิ่งช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสวนชุมชนนั้น อาจมีพนักงานที่เป็นคนในชุมชนมาช่วยดูแลคนพิการบ้าง ซึ่งอาจไม่ต้องดูแลในลักษณะตัวต่อตัว แต่ควรมีพนักงานมาแนะนำว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง การเดินทางในเส้นทางนั้นปลอดภัยมากน้อยแค่ไหน โดยมีอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้างที่จะให้การช่วยเหลือในระหว่างการเดินทาง โดยเฉพาะผู้พิการทางการมองเห็นและทางการเคลื่อนไหวจะมีอุปสรรคในการเดิน เพราะเดินได้ช้ากว่าคนปกติทั่วไป นอกจากนี้อาจมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่มีความสำคัญแก่ผู้พิการ เช่น ไม้เท้า รถเข็น เป็นต้น

2.1.2.3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสวนชุมชนนั้น อาจมีรถนั่งพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการไว้บริการ เพื่อพาไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ แม้ว่าที่ผ่านมาในบางพื้นที่จะมีรถสองแถวให้บริการบ้าง แต่การขึ้นลงรถนั้นไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหวที่นั่งรถเข็น เพราะมีอุปสรรคในการนำรถเข็นขึ้นรถบริการ นอกจากนี้ ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน หรือป้ายบอกทางในรถที่ให้บริการ หรือ **การกำหนดจุดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถสืบค้นเส้นทางจาก Google map ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวผู้พิการมีการใช้งานกันมากขึ้นผ่านมือถือของตน**

2.1.2.4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ประเด็นการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมุ่งไปที่ตัวผู้ให้บริการเป็นหลัก ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีบุคลากรซึ่งอาจเป็นเจ้าของหรือชุมชนในพื้นที่ที่มีความรู้และสามารถบริการอย่างเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวผู้พิการได้ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้อาจจำเป็นต้องได้รับการอบรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้พิการเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจลักษณะผู้พิการแต่ละกลุ่มและสามารถให้การช่วยเหลือผู้พิการได้มากขึ้น หรืออาจมีหน่วยงานเฉพาะมาช่วยให้บริการแก่ผู้พิการ คอยให้คำแนะนำ ดูแลในระหว่างท่องเที่ยวเพราะมีความเชี่ยวชาญในด้านนี้มากกว่า **สิ่งที่คาดหวังในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ยังคงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว**

2.1.2.5) กิจกรรม กิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสวน อาจประกอบด้วย

(1) กิจกรรมดูงาน เป็นกิจกรรมที่เน้นให้เห็นกระบวนการดำเนินงานด้านการเกษตรและการแปรรูปผลผลิตต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ เกิดความเข้าใจในสินค้าในท้องถิ่นนั้น ๆ ว่ามีกระบวนการดำเนินงานอย่างไร ซึ่งกิจกรรมนี้อาจมีการลงมือทำให้นักท่องเที่ยวผู้พิการได้สัมผัสสิ่งเหล่านั้น ได้ยินเสียงของการทำดำเนินงานของเครื่องจักร ได้กลิ่นและรสชาติจากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ กิจกรรมที่เสนอแนะ เช่น การสอนการปลูกหรือตัดแต่งต้นไม้เกษตรต่าง ๆ การทดลองเก็บเกี่ยวพืชผลเกษตรจากต้นไม้จริง การแสดงการแปรรูปสินค้า การดูกระบวนการเก็บ คัดแยก แปรรูปของสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดูงานนั้น จะต้องมีการบรรยายให้ผู้พิการเข้าใจ หรือมีสื่อที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองเช่น การใช้ QR Code ที่สามารถแสดงเนื้อหาหรือมีเสียงบรรยายในแต่ละกิจกรรม เป็นการเติมเต็มการรับรู้ในส่วนที่ขาดหายไปได้อย่างดียิ่ง

(2) กิจกรรมชิมผลไม้ อาหาร และการซื้อของฝาก เป็นกิจกรรมที่ผู้พิการต้องการสัมผัสจากแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น เพราะไปเที่ยวแล้วก็อยากจะได้ชิมอาหารหรือผลไม้ที่โดดเด่นของพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าไปเป็นของฝากให้แก่คนรู้จัก กลับไปเป็นความทรงจำของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเที่ยว

(3) กิจกรรมเดินเที่ยวชมสวน เป็นกิจกรรมที่ผู้พิการคาดหวังจะได้รับความเพลิดเพลิน รื่นรมย์กับธรรมชาติ มีจุดชมวิวกว้างไกล หรือจุดพื้นที่ที่สามารถถ่ายรูปแสดงถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นได้

(4) กิจกรรมฝึกอาชีพ เป็นกิจกรรมที่เน้นให้ความรู้จากกิจกรรมเด่นในท้องถิ่นเช่น รายการอาหาร การเพาะปลูกพืชที่สำคัญท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งผู้พิการสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้

2.1.2.6) ที่พัก ควรอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว อาจอยู่ในรูปของ Homestay อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมา Homestay ในแหล่งเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้พิการ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และเลือกพักกับห้องพักรหรือโรงแรมที่มีมาตรฐาน ลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวผู้พิการคาดหวัง คือ มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักตามสมควร ห้องพักรต้องไม่มีมด แมลง ยุงที่จะมารบกวนในการนอน มีห้องน้ำที่สะอาด อาจมีอาหารเช้าให้เลือกรับประทาน แต่สิ่งสำคัญควรมี WIFI ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะสามารถสนองการท่องเที่ยวแบบกึ่งพักรผ่อน กึ่งเรียนรู้ ได้เป็นอย่างดี เพราะนักท่องเที่ยวที่เข้าพักนั้นไม่ได้มองที่พักรเป็นห้องนอนสำหรับพักรผ่อนเพียงอย่างเดียว แต่มองว่าที่พักรนั้นจะต้องสนองความบันเทิง และความผ่อนคลายในช่วงค่ำได้ นักท่องเที่ยวจะใช้ช่วงเวลากลางคืนเพื่อส่งรูปภาพดูข่าวสาร ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้ในช่วงกลางวัน ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งในปัจจุบัน

2.2) เนื้อหาการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการ

การจัดเตรียมเนื้อหาเพื่อการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการ ควรดำเนินการ ดังนี้

2.2.1) การจัดเตรียมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถดำเนินการให้ครอบคลุมเนื้อหาต่อไปนี้

2.2.1.1) ประวัติของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการนำเสนอประวัติความเป็นมาของชุมชน สถานที่ตั้งที่สามารถค้นหาได้จาก Google map รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้กับชุมชน

นอกจากนี้ ชุมชนควรมีการระบุรายละเอียดข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ได้แก่ ที่อยู่และสถานที่ติดต่อที่ชัดเจน เบอร์โทรศัพท์ติดต่อเฉพาะผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นและจัดการด้านการนำเที่ยวได้ ระบุจำนวนห้องพักและความเหมาะสมของห้องพักสำหรับผู้พิการ (กรณีมีห้องพัก)

2.2.1.2) ภาพประกอบจากสถานที่จริง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการนำเสนอภาพประกอบจากสถานที่จริง และมีความเป็นปัจจุบัน เนื่องจากที่ผ่านมาบางส่วน มีการนำภาพอื่นมาใส่แทนภาพจริง หรือเป็นภาพเก่า เมื่อนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ แล้วรู้สึกผิดหวังเพราะไม่ตรงกับภาพประกอบที่นำเสนอ

2.2.1.3) กิจกรรมที่สามารถทำได้ในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวควรมีการระบุกิจกรรมทั้งหมดที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ให้ชัดเจน สามารถระบุได้ว่ากิจกรรมใด ที่นักท่องเที่ยวผู้พิการแต่ละประเภทสามารถร่วมกิจกรรมได้

2.2.2) การเดินทางและที่พัก ชุมชนควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่การเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้พิการ ได้แก่ ข้อมูลเส้นทางการเดินทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการรถให้บริการสู่แหล่งท่องเที่ยว การระบุจุดต่อรถ ป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัดเจน และป้ายของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น การเดินทางไปท่องเที่ยวอาจมีรถให้บริการไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทุกวัน ทุกเวลา หรือ เป็นรอบเวลาเข้า-ป้าย เพื่อให้สามารถเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

2.2.3) ร้านอาหารและของที่ระลึก ควรมีการให้ข้อมูลแนะนำร้านอาหารและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ทราบว่า มีของที่ระลึกอะไรขายบ้าง มีอาหารแนะนำอะไรที่ควรชิม โดยแหล่งท่องเที่ยววนั้น ควรเน้นสินค้าที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ และราคาไม่แพง อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการควรเข้าใจและมีจิตบริการต่อนักท่องเที่ยวผู้พิการ โดยเฉพาะกลุ่มพิการทางการมองเห็น เมื่อมีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารและของที่ระลึก เนื่องจากมองไม่เห็นสินค้าและไม่ทราบวิธีการใช้งานสินค้าเหล่านั้น

2.2.4) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ควรให้จัดเตรียมข้อมูลเพื่ออธิบายรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการแก่ผู้พิการ เช่น ห้องน้ำผู้พิการ ระยะทางระหว่างห้องน้ำและจุดท่องเที่ยว จุดหยุดพักระหว่างทาง จุดทางลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ราวจับและไม้เท้าสำหรับผู้พิการหรือผู้สูงอายุ รู้จักกันในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อผู้พิการ บริการรถเข็นแก่ผู้พิการ เป็นต้น เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกช่วยให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น ผู้ประกอบการในพื้นที่อาจใช้สัญลักษณ์ เพื่อแจ้งให้นักท่องเที่ยวผู้พิการหรือผู้ดูแลทราบว่าพื้นที่ใดที่สามารถเข้าถึงได้ ตรงพื้นที่ใดมีอันตรายไม่เหมาะแก่นักท่องเที่ยวผู้พิการ ทั้งนี้ อาจมีอาสาสมัครในพื้นที่คอยให้การดูแลเรื่องความปลอดภัย

2.2.5) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ความคาดหวังด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของผู้พิการนั้น มิได้มีความแตกต่างจากคนปกติทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนควรมีของที่ระลึกสำหรับสวน

หนึ่งๆ มาเป็น มาสคอต หรือเป็นเอกลักษณ์ของสวน ชุมชนควรเน้นให้บริการที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่นั้น เช่น อาจนำผลิตภัณฑ์จากพืชพันธุ์ที่ผลิตได้จากแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มาเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

เครื่องมือในการสื่อสารด้านการตลาด ชุมชนควรสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์ของชุมชน Facebook ของชุมชน ผ่านหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ทางวิทยุ ป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกสื่อ

3) ปัจจัยด้านการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

ปัจจัยด้านการแข่งขัน ประเมินจากการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน จาก SWOT แสดงในตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจาก SWOT

จุดเด่น	จุดด้อย
1) การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.1) มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง 1.2) ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง 1.3) มีความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน มีการรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริม	1) แหล่งท่องเที่ยวขาดการปรับปรุงภูมิทัศน์ 1.1) ขาดการบูรณะแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งทรุดโทรม 1.2) ขาดการบำรุงทรัพยากรดินทำให้เสื่อมโทรมจากการใช้ประโยชน์ในดินมากเกินไป 1.3) ขาดป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกทางไปสวน
2) การดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว 2.1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีผลไม้หลากหลายชนิด 2.2) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม 2.3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2.4) มีภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม ล้อมรอบไปด้วยเทือกเขาน้อยใหญ่เป็นธรรมชาติมาก	2) ขาดการพัฒนาพื้นที่เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน 2.1) ขาดการพัฒนาที่พักในพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว 2.2) การคมนาคมในชุมชนยังไม่สะดวก ถนนบางแห่งเป็นหลุมเป็นบ่อ 2.3) ปัญหาระบบไฟฟ้า ไฟตก ไฟดับบ่อย
3) ความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการในแหล่งท่องเที่ยว 3.1) มีศูนย์เรียนรู้เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง 3.2) ถ้าสิ่งที่มี ศาสนา 2(ศาสนาพุทธศาสนาคริสต์-) มีการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกันทั้งสองวัฒนธรรม 3.3) มีประเพณีสำคัญที่วัดเป็นประจำทุกปี	3) ขาดการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน 3.1) บุคลากรภายในชุมชนยังขาดความชำนาญในการให้บริการ 3.2) ยังไม่สามารถลดการใช้สารเคมีในพื้นที่เกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยจากมลพิษสารเคมี
	4) ขาดการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมิติด้านการตลาด 4.1) ไม่มีศูนย์กลางการท่องเที่ยว 4.2) ชุมชนยังขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้เป็นมาตรฐาน

ตารางที่ 5-1 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจาก SWOT

โอกาส	อุปสรรค
การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ 1) หน่วยงานจากภาครัฐมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาบางส่วน ทำให้ชาวบ้านมีอาชีพเสริม เป็นการเพิ่มรายได้มากขึ้นจากรายได้หลัก 2) หน่วยงานส่งเสริมด้านการเกษตรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ 3) นักวิชาการให้ความสนใจในการช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่องการอื่นเป็นโอกาส 4) นโยบายจากภาครัฐในอนาคต เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว (เช่น โครงการท่องเที่ยวเชิงวิถีเกษตร ชุมพร-สมุทร 2 ระนอง เมือง) 5) ตลาดต่างประเทศในกลุ่มตลาดจีนและญี่ปุ่นมีความต้องการผลไม้เพิ่มขึ้น(ทุเรียนและกล้วยหอมทอง) รวมถึงความต้องการบริโภคผลไม้ของตลาดในประเทศ 6) การเกิดกระแสคนรักสุขภาพเปลี่ยนมาสนใจบริโภคอาหารออร์แกนิก 7) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการบริโภคกาแฟเพิ่มมากขึ้น 8) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่เป็นวาระแห่งชาติ 9) เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ทุกคนเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ทำตลาดออนไลน์ได้	ข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1) ปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร 2) ปัญหาภัยแล้งและภัยธรรมชาติอื่น ๆ เช่น ช่วงมรสุมระหว่างเดือน มิย-ธค มีฝนตกมากในทุกปี ลมกรรโชก น้ำท่วมขังนาน ทำให้ผลผลิตได้ไม่เต็มที่หรือเสียหาย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ราคาผลผลิตในชุมชนตกต่ำตามไปด้วย 4) การสร้างกำแพงกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าทำให้ส่งออกสินค้าได้น้อยลง โดยเฉพาะการเข้มงวดจากกฎระเบียบ GAP ของต่างประเทศ ในกลุ่มสินค้าทุเรียน 5) โรคและแมลงศัตรูพืชระบาด 6) กฎระเบียบของภาครัฐที่ยุ่งยาก 7) อุปสรรคจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 8) คู่แข่งจากชุมชนใกล้เคียง

แม้ว่าจังหวัดชุมพรจะมีข้อจำกัดแต่หน่วยงานภาครัฐพร้อมสนับสนุนให้มีการพัฒนาพื้นที่สู่เมืองการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลเป็นต้นแบบในทุกมิติ ตั้งแต่ด้านทัศนคติการให้บริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการประเมินผลทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้ที่เพิ่มขึ้นว่ามีความคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ การทำต้นแบบดังกล่าว จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นและเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในที่อื่น ๆ ได้ในอนาคต

การวิเคราะห์ศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร พบว่า 1) จังหวัดชุมพรมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของแหล่ง

ท่องเที่ยว แต่ยังขาดศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล เพราะจากการประเมินทรัพยากร กายภาพและสภาพแวดล้อม ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นไปตามเกณฑ์เพื่อคนทั้งมวล 2) จังหวัด ชุมพรมีศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จากข้อมูลการ วิเคราะห์ SWOT 3) มีศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว จากข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและ การวิเคราะห์ SWOT พบว่าภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวในทุกมิติ ผู้นำชุมชนมีความสามารถในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล 4) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปได้ แต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริการนักท่องเที่ยวเพื่อ คนทั้งมวล

สรุปว่าจังหวัดชุมพรมีโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล เพราะนโยบาย การสนับสนุนจากภาครัฐ

5.1.2 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน เพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

5.1.2.1 ผลการศึกษาการพัฒนาารูปแบบทรัพยากรกายภาพ สภาพแวดล้อม และการสื่อ ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล (โครงการย่อยที่ 2)

ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 นำไปสู่การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถี ชุมชนเพื่อคนทั้งมวลกำหนดการพัฒนาเป็น 3 ส่วน อิงตามกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวทั้งมวลสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ คือ 1) พื้นที่กิจกรรมหลัก 2) พื้นที่กิจกรรมรอง และ 3) พื้นที่ตลาด หรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้ คือ

1) การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมหลัก

กำหนดพื้นที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์ ให้เป็นพื้นที่กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิง เกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร โดยกิจกรรมที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟ บ้านถ้ำสิงห์ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ และกิจกรรมร่วม เรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่างๆ

1.1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

1.1.1) การให้ความรู้เกี่ยวกับกาแฟ สายพันธุ์ วิธีการปลูก การเก็บเมล็ดกาแฟ

1.1.2) กระบวนการแปรรูปกาแฟ ตั้งแต่เริ่มคัดแยกเมล็ดกาแฟ การอบเมล็ดกาแฟ การวัด

ความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ จนเป็นกาแฟสำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ

1.2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

1.2.1) ชมกระบวนการผลิตกาแฟ เริ่มตั้งแต่ การรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกร การคัดแยกเมล็ดกาแฟ การสีสด การสีกะลา การอบเมล็ดกาแฟด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ การวัดความชื้นเมล็ดกาแฟ การบ่มกาแฟ การคั่วกาแฟ การบดกาแฟ และการบรรจุหีบห่อ

1.2.2) ชมการเพาะต้นกล้ากาแฟ

1.2.3) ชมสวนผสมผสาน ประกอบด้วย ทุเรียน และกาแฟ เป็นต้น

1.3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามฐานต่าง ๆ ประกอบด้วย

1.3.1) ฐานเรียนรู้เกี่ยวกับกาแฟ ร่วมกิจกรรมการคั่วกาแฟ คัดเลือกเมล็ดกาแฟ และทดลองชิมกาแฟ

1.3.2) ฐานการสาธิตการแปรรูปพืชผลทางการเกษตร และร่วมทดลองลงมือปฏิบัติ เช่น แปรรูปทุเรียน สลัดกล้วย

2) พื้นที่กิจกรรมรอง พื้นที่สวนเกษตรผสมผสานในตำบลลำสิงห์ที่มีศักยภาพพร้อมสำหรับการปรับปรุงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนทั้งมวล โดยพื้นที่นี้อาจจะมีมากกว่า 1 แห่ง ซึ่งในงานวิจัยนี้จะใช้พื้นที่เกษตรอินทรีย์สวนนรินทร์เป็นพื้นที่ตัวอย่าง

พื้นที่กิจกรรมรอง: พื้นที่เกษตรวิถีชุมชนสวนนรินทร์

เนื่องจากอาชีพหลักของประชาชนในตำบลลำสิงห์คือการทำสวนผลไม้ ดังนั้นจึงมีสวนผลไม้หลายแห่งที่มีศักยภาพในการจัดให้เป็นพื้นที่กิจกรรมรองของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในพื้นที่ตำบลลำสิงห์ โดยการจัดเส้นทางท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงและแวะชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านลำสิงห์ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเข้าชมสวนเกษตรแห่งอื่น ๆ ในตำบลลำสิงห์ได้ตามความสนใจ โดยในการจัดเตรียมพื้นที่สวนเกษตรเพื่อเป็นกิจกรรมรองของเส้นทางท่องเที่ยวในที่นี่ใช้พื้นที่สวนนรินทร์เป็นพื้นที่ตัวอย่าง จะแบ่งกิจกรรมในพื้นที่สวนนรินทร์ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการเยี่ยมชมพื้นที่สวน และกิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

2.1) กิจกรรมการให้ความรู้ ประกอบด้วย

2.1.1) การให้ความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ในสวน ได้แก่ ทุเรียน กล้วยหอมทอง และพืชสมุนไพร

2.1.2) กระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต และจัดจำหน่าย เช่น ทุเรียน กล้วยหอมทอง เป็นต้น

2.1.3) กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทุเรียนและกล้วย

2.2) กิจกรรมเยี่ยมชมพื้นที่ต่างๆ ประกอบด้วย

2.2.1) ชมการปลูกพืชแบบสวนผสมผสาน ซึ่งในสวนนรินทร์นี้มีทุเรียน และกล้วยหอมทองเป็นพืชหลัก

2.2.2) ชมวิธีการปลูกพืชโดยใช้เกษตรอินทรีย์

2.3) กิจกรรมร่วมเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ประกอบด้วย

2.3.1) ฐานการเรียนรู้การผลิตปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดเพื่อใช้ในการปรับปรุงดินและใช้ทดแทน

ปุ๋ยเคมี

2.3.2) ฐานการเรียนรู้การผลิตทุเรียนตามระบบจัดการคุณภาพ (Good Agricultural

Practice: GAP)

3) **พื้นที่ตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน** อาจเป็นตลาดหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิม หรือพัฒนาขึ้นมาใหม่ในเส้นทางการท่องเที่ยวที่กำหนด อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้ได้จัดให้พื้นที่ในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์เป็นพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย

5.1.2.2 ผลการพัฒนาารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การกำหนดรูปแบบการตลาด (ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 1) ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งมวลจะนำไปสู่การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน คือ (ดังตารางที่ 5.2)

1) ผลลัพธ์ แนวทางการกำหนดผลลัพธ์ ดังนี้

- 1.1) ชุมชนเป็นผู้กำหนดกิจกรรมที่ชุมชนมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้และทักษะ
- 1.2) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้พิการและผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมได้
- 1.3) ช่วงระยะเวลาที่มีความเหมาะสม
- 1.4) กิจกรรมมีความหลากหลาย
- 1.5) กิจกรรมที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินและความรู้
- 1.6 ตัวอย่าง ผลลัพธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ฐานที่ 1 ศูนย์เรียนรู้การแปรรูปกาแฟ การลดใช้พลังงาน และร่วมกิจกรรมคัดเลือก และ คั่วกาแฟ รวมทั้งการชิมกาแฟ และซื้อฝาก

ฐานที่ 2 ชมสวนกาแฟ และได้เรียนรู้เกี่ยวกับ การปลูก และการดูแล

ฐานที่ 3 เรียนรู้เกษตรผสมผสาน ชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และการผลิตทุเรียนนอกฤดูคุณภาพ

ฐานที่ 4 เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนวัดถ้ำสิงห์ และลานวิถีไทยวัดนักบุญยอแซฟถ้ำสิงห์

ฐานที่ 5 ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการน้ำ ระบบธนาคารน้ำใต้ดิน เรียนรู้วิธีการจัดการน้ำฝน รูปแบบของการสร้างธนาคารน้ำใต้ดิน และประโยชน์ที่ได้รับ

2) ราคา แนวทางการกำหนดราคา ดังนี้

2.1) แนวคิดการกำหนดราคาควรกำหนดราคาตามฤดูกาล (Seasonality Management)

2.2) ระบุราคาที่ชัดเจนในแผ่นพับ และสื่อการตลาดออนไลน์ที่ชุมชนจัดทำ เช่น เว็บไซต์

2.3) ร่วมกับธนาคารในการใช้ Mobile Application ชำระเงิน

3) การส่งเสริมการตลาด แนวทางเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสาร ดังนี้

3.1) เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่

3.1.1) มีการพัฒนาเว็บไซต์สากลที่นักท่องเที่ยวทั้งมวลสามารถเข้าถึง

3.1.2) พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการตลาดผ่านการใช้มีสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

3.2) เครื่องมือการสื่อสารออฟไลน์

3.2.1) มีการจัดทำแผนพับโดยการพัฒนาเนื้อหาให้ครบทั้ง 5 ด้านคือ (1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน (2) การเดินทางและที่พัก (3) ร้านอาหารและของที่ระลึก (4) สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และ (5) สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ส่งผ่านทางสมาคมผู้พิการ

3.2.2) กำหนดกิจกรรมเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนประจำปีชัดเจน

3.2.3) ร่วมออกบูธ

4) การจัดจำหน่าย แนวทางเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

4.1) มีการปักหมุดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบน Google Map ชัดเจน

4.2) มีการพัฒนาแผนที่ที่ชัดเจนในสื่อต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์

4.3) มีป้ายบอกทางที่ระบุชัดเจนว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลโดยใช้สัญลักษณ์

4.4) นำระบบออนไลน์มาใช้ในช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การเกษตร

5) กระบวนการให้บริการ แนวทางการพัฒนา ดังนี้

5.1) มีการจัดการบริการตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล

5.2) ชุมชนกำหนดกระบวนการให้บริการแต่ละฐานความรู้ เน้นความปลอดภัย

5.3) ชุมชนกำหนดโปรแกรมของการท่องเที่ยวในพื้นที่และมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

6) ผู้ให้บริการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการ ดังนี้

6.1) มีการจัดฝึกอบรมชุมชนเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล เช่น การใช้ภาษามือในการทักทาย และความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

6.2) ชุมชนมีบุคลากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้

7) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา ดังนี้

7.1) ชุมชนพร้อมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล ตามตัวชี้วัดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่

7.2) ชุมชนร่วมกันสร้างบรรยากาศในพื้นที่มีความปลอดภัย ปลอดภัยเคมีในการทำเกษตร

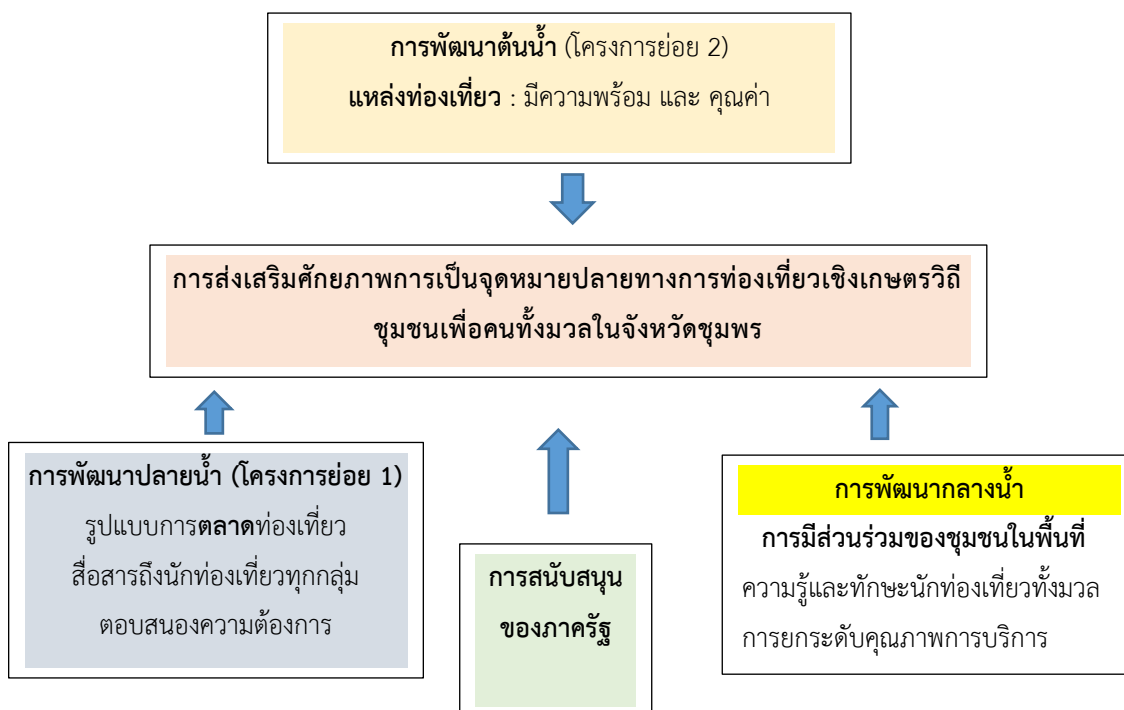
7.3) มีอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งานในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ

ตารางที่ 5-2 รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

Product	Price	Promotion	Place
ฐานที่ 1 ศูนย์เรียนรู้การแปรรูปกาแฟ การลดใช้พลังงาน และร่วมกิจกรรมคัดเลือก และ คั่วกาแฟ รวมทั้งการชิมกาแฟ และซื้อฝาก ฐานที่ 2 ชมสวนกาแฟ และได้เรียนรู้เกี่ยวกับ การปลูก และการดูแล ฐานที่ 3 เรียนรู้เกษตรผสมผสาน ชมบรรยากาศสวนทุเรียน สวนสละ มังคุด และกล้วยหอม เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และการผลิตทุเรียนนอกฤดูกาล ฐานที่ 4 เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน วัดถ้ำสิงห์ และลานวิถีไทยวัดนักบุญยอแซฟถ้ำสิงห์ ฐานที่ 5 ศูนย์เรียนรู้การบริหารจัดการน้ำ ระบบธนาคารน้ำใต้ดิน เรียนรู้วิธีการจัดการน้ำฝน รูปแบบของการสร้างธนาคารน้ำใต้ดิน และประโยชน์ที่ได้รับ	1) แนวคิดการกำหนดราคาในช่วงแรกควรมี Promotion สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการประมาณช่วง 3 เดือนแรก 2) ระบุราคาที่ชัดเจนในแผ่นพับ และสื่อการตลาดออนไลน์ที่ชุมชนจัดทำ เช่น เว็บไซต์ 3) ร่วมกับธนาคารในการใช้ Mobile Application ชำระเงิน	1) แนวคิดมีการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งมวลดังนั้นจะสร้างเครื่องมือการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 2) ร่วมกันพัฒนาเว็บไซต์สากลที่นักท่องเที่ยวทั้งมวลสามารถเข้าถึง 3) มีการปรับปรุงเนื้อหาการตลาดผ่านการใช้มีสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น 4) พัฒนาเนื้อหาในแผ่นพับ 5) กำหนดกิจกรรมเทศกาลประจำปีชัดเจน 6) ร่วมออกบูธ	1) แนวคิดการจัดจำหน่ายทั้งในเรื่องการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เกิดประสิทธิภาพ 2) ปักหมุดของพื้นที่บน Google Map 3) มีแผนที่ที่ชัดเจนในสื่อที่สร้างขึ้น 4) มีป้ายบอกทางที่ระบุชัดเจนว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลโดยใช้สัญลักษณ์ 5) ระบบออนไลน์ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
Physical Evidence	Process	People	
1) แนวคิดชุมชนพร้อมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวลจะเป็นการนำรูปแบบของโครงการย่อย 2 มาพัฒนา 2) ชุมชนร่วมกันสร้างบรรยากาศในพื้นที่มีความปลอดภัย ปลอดภัยและมีในการทำเกษตร 3) มีอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งานในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ	1) มีการจัดการบริการตามมาตรฐานการบริการ นักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555) 2) ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดกระบวนการให้บริการแต่ละฐานความรู้ รวมทั้งกระบวนการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล แต่ละกลุ่ม 3) ชุมชนร่วมกำหนดโปรแกรมของการท่องเที่ยวในพื้นที่และมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากกลุ่มสมาชิกพื้นที่ในชุมชนอื่นมาร่วม	1) แนวคิดชุมชนมีความรู้และทักษะในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล 2) มีการจัดอบรมชุมชนเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล เช่น การใช้ภาษามือในการทักทาย และความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม 3) มีบุคลากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้	

5.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาวิจัยจากทั้ง 2 โครงการย่อย นำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สรุปภาพที่ 5-1



ภาพที่ 5-1 ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

จากภาพที่ 5-1 การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปเป็นกระบวนการได้ 3 ขั้นตอน คือ 1) การพัฒนาต้นน้ำ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับคนทั้งมวล 2) การพัฒนากลางน้ำ หมายถึงการพัฒนาชุมชนให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล และ 3) การพัฒนาปลายน้ำ หมายถึง การสื่อสารข้อมูลทั้งต้นน้ำและกลางน้ำไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้อย่างทั่วถึง หรือคือการสื่อสารการตลาด โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุน ดังนี้ คือ

5.2.1 ข้อเสนอแนะการพัฒนาต้นน้ำ หมายถึง การพัฒนาพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล (ภาพที่ 5-1) คือ

(1) ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการที่จะเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

(2) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม

ดังนั้น ข้อเสนอแนะการพัฒนาต้นน้ำประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังนี้ คือ

ประเด็นที่ 1 : การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายสื่อความหมายให้ได้มาตรฐาน

ผลลัพธ์ แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 2 : การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ผลลัพธ์ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจัดรายการนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า

ประเด็นที่ 3 : การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล

ผลลัพธ์ นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า

แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาด้านนี้แสดงในตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 1	การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล
1.1 หลักการและเหตุผล	สภาพทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายจำนวนมากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจังหวัดชุมพรอยู่ในสภาพยังไม่ได้มาตรฐานเพื่อคนทั้งมวล มีสภาพไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งมวลไม่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ซึ่งการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายให้ได้มาตรฐานจะช่วยให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้รับความสะดวกสบายและประสบการณ์ที่ดี ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้
1.2 วัตถุประสงค์	1) เพื่อพัฒนาสภาพทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 2) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและประสบการณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร
1.3 ผลผลิต	1) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุงและพัฒนาสภาพทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายให้ได้มาตรฐาน 2) คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) นักท่องเที่ยวทั้งมวลมีความพึงพอใจต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริการสื่อความหมาย และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่าระดับดี 2) จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรจำนวนมากขึ้น

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 1 (ต่อ)	การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล
1.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) สำรวจแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมาย ที่เสื่อมโทรม แล้วจัดทำรายชื่อและรายการของการปรับปรุงตามความเร่งด่วน 2) จัดหาผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลเพื่อให้คำแนะนำพื้นที่/ผู้ประกอบการ/ชุมชนแต่ละแห่งในการปรับปรุงหรือพัฒนาสำรวจแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน 3) จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุง พัฒนา หรือจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล 4) จัดการประกวดสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายที่มีการจัดการที่ดี 5) จัดทำข้อมูลและคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวล 6) ขยายการพัฒนาจากพื้นที่หนึ่งสู่พื้นที่อื่น ๆ ในลักษณะของการจัดการความรู้
1.6 พื้นที่เป้าหมาย	แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรจำนวน 16 แห่ง
1.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานจังหวัดชุมพร 2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 4) สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง
1.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 80 ล้านบาท (แหล่งท่องเที่ยวละ 5 ล้านบาท) ปี 2564 งบประมาณ 40 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 40 ล้านบาท

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 2	การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
2.1 หลักการและเหตุผล	จังหวัดชุมพรมีศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ระบบโลจิสติกส์โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมยังขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและขาดการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภายในจังหวัดชุมพรและระหว่างกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่ประกอบด้วยจังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในเรื่องการเดินทาง เนื่องจากเส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการจัดระบบขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างเพียงพอ ดังนั้นการดำเนินการปรับปรุงเส้นทางการเดินทางและจัดระบบการขนส่งให้เดินทางได้สะดวกขึ้น ได้แก่ การปรับสภาพถนนที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เพิ่มจำนวนถนนเพิ่มเส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพิ่มจำนวนโคมไฟส่องทาง จัดบริการขนส่งด้วยยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อย่างเช่น รถสองแถว รถตุ๊กตุ๊กหัวกบ รถถีบสามล้อ เป็นต้น และให้บริการตรงตามเวลา รถเช่าราคาถูก มีบริการเกี่ยวกับการจัดทำป้ายบอกทางเพิ่มจำนวนให้มากยิ่งขึ้น และมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว
2.2 วัตถุประสงค์	1) เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย 2) เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการขนส่งในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย 3) เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรและเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 2 (ต่อ)	การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
2.3 ผลผลิต	1) เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร และเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีคุณภาพตามเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร 3) คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองภายในจังหวัดชุมพรและการเชื่อมโยงการเดินทางสู่จังหวัดอื่น
2.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) มีเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร และเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ 2) นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร 3) นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพรและเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ
2.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) สำรวจสภาพปัจจุบันและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย รวมทั้งพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย 2) พัฒนาสถานที่หรือจุดแวะพักตามเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดโดยจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวโดยการร่วมมือกับสถานบริการน้ำมัน ร้านขายของฝากของที่ระลึก และร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น 3) จัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยแก่ผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่ภายในจังหวัดชุมพร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว 4) พัฒนาการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชุมพร และเชื่อมโยงสู่จังหวัดอื่นทั้งในรูปแบบของสิ่งพิมพ์และแอปพลิเคชัน
2.6 พื้นที่เป้าหมาย	แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 2	การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
2.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอด แผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานจังหวัดชุมพร 2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 4) สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง 5) สำนักงานทางหลวงชนบท
2.8 งบประมาณ	240 ล้านบาท ปี 2564 งบประมาณ 120 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 120 ล้านบาท
ประเด็นที่ 3	การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล
3.1 หลักการและเหตุผล	จังหวัดชุมพรมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสานที่สามารถพัฒนาเป็นงานกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเทศกาลหรืองานประเพณีของจังหวัด ซึ่งสามารถนำจุดเด่นด้านการเกษตร การท่องเที่ยววิถีชุมชนและการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวลของแต่ละพื้นที่หรือแต่ละอำเภอมารสร้างเป็นปฏิทินงานกิจกรรมพิเศษร่วมกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลในภาพรวมได้ โดยแต่ละพื้นที่หรืออำเภอมีการพัฒนากิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ที่ครอบคลุมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลของพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลในจังหวัดชุมพร จึงเป็นกรอบการดำเนินงานสำหรับจังหวัดชุมพรในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของจังหวัด
3.2 วัตถุประสงค์	1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 2) เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่มีคุณภาพ
3.3 ผลผลิต	กิจกรรมและปฏิทินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล

ตารางที่ 5-3 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาต้นน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นที่ 3	การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล
3.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งมวลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนอยู่ในระดับดี 2) นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าตามความคาดหวัง
3.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) ประชุมร่วมกับผู้นำแต่ละอำเภอในจังหวัดชุมพรเพื่อร่วมกันออกแบบเทศกาลท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตและจุดเด่นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร และออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในแต่ละเทศกาลที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดชุมพร 2) จัดทำปฏิทินภาพรวมเทศกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลของจังหวัดชุมพร 3) จัดทำการประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลนี้ไปยังชุมชนและผู้ประกอบการเพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร่วมกัน และร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพการจัดการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 4) ทำการสำรวจชุมชนและผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและสามารถเข้าร่วมในโครงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งมวลเพื่อจัดทำเนียบชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน
3.6 พื้นที่เป้าหมาย	แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
3.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 3) สำนักงานจังหวัดชุมพร 4) สถาบันการศึกษาในจังหวัดชุมพร
3.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 4 ล้านบาท ปี 2564 งบประมาณ 2 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 2 ล้านบาท

5.2.2 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรด้วยการพัฒนากลางน้ำ หมายถึง การพัฒนาเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

กระบวนการพัฒนากลางน้ำ (ภาพที่ 5-1) คือกระบวนการที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล คือ การพัฒนาการพัฒนาส่วนประสมผู้ให้บริการ (People) จะเน้นการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวล และการกำหนดกระบวนการให้บริการ (Process) นักท่องเที่ยวทั้งมวลให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์ (กรมการท่องเที่ยว 2555)

ดังนั้น ข้อเสนอแนะการพัฒนากลางน้ำประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังตารางที่ 5-4 คือ

ประเด็นการพัฒนา : การยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้และทักษะในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้มาตรฐาน

ผลลัพธ์ : แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 5-4 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนากลางน้ำ

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.1 หลักการและเหตุผล	ชุมชนและผู้ประกอบการยังขาดความรู้และทักษะด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล ดังนั้น จังหวัดชุมพรจำเป็นต้องเร่งพัฒนาชุมชนและผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ ซึ่งจะส่งผลให้จังหวัดชุมพรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น โครงการยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวลเป็นโครงการเน้นพัฒนาผู้ประกอบการรายเล็กและวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้ประกอบการได้อบรมร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และช่วยกันยกระดับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวลในจังหวัดชุมพร
1.2 วัตถุประสงค์	เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนด้านทักษะการพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

ตารางที่ 5-4 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนากลางน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.3 ผลผลิต	1) หลักสูตรและคู่มือการจัดอบรม 2) คู่มือการเรียนรู้และการพัฒนาด้วยตนเองด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 3) นวัตกรรมบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
1.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งมวล 2) ผู้ประกอบการและชุมชนสามารถจัดการบริการเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้อย่างมีคุณภาพ 3) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี
1.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) พัฒนาหลักสูตรและรูปแบบการอบรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนโดยมุ่งเน้นกลุ่มที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 2) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการโดยเน้นกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 3) ส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมการประกวดการจัดบริการการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวลที่จัดภายใต้โครงการระดับกลุ่มจังหวัด
1.6 พื้นที่เป้าหมาย	ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรจำนวน 16 แห่ง
1.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 3) สำนักงานจังหวัดชุมพร 4) สถาบันการศึกษาในจังหวัดชุมพร
1.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 10 ล้านบาท ปี 2564 งบประมาณ 5 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 5 ล้านบาท

5.2.3 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีสวนชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรด้วยการพัฒนาปลายน้ำ หมายถึง การพัฒนาเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

กระบวนการพัฒนาปลายน้ำ คือกระบวนการที่จะสื่อสารข้อมูลต้นน้ำ กลางน้ำไปยังนักท่องเที่ยวทั้งมวล (ภาพที่ 5-1) ซึ่งกระบวนการนี้จะมีการกำหนดราคา (Price) และมีการส่งเสริมการตลาดที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งมวลได้ทั่วถึง (Promotion)

ดังนั้น ข้อเสนอแนะการพัฒนาปลายน้ำประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนา ดังตารางที่ 5-5 คือ

ประเด็นการพัฒนา : การยกระดับการสื่อสารการตลาดแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล

ผลลัพธ์ : นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้รวดเร็วและถูกต้อง
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 5-5 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาปลายน้ำ

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับการสื่อสารการตลาดแก่นักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.1 หลักการและเหตุผล	การสื่อสารการตลาดเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่รวมทั้งเข้าใจและยอมรับความคิดและพฤติกรรมของคนในชุมชน การสื่อสารการตลาดยังเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง
1.2 วัตถุประสงค์	เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร
1.3 ผลผลิต	สื่อการตลาดแบบบูรณาการ
1.4 ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ	1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสื่อการตลาดแบบบูรณาการ 2) นักท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 5-5 รายละเอียดของประเด็นการพัฒนาปลายน้ำ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเด็นการพัฒนา	การยกระดับการสื่อสารการตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวทั้งมวล
1.5 กิจกรรมและประเด็นพัฒนา	1) จัดทีมงานศึกษาและวิเคราะห์ความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชุมพรและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยว 2) จัดทีมงานศึกษาพฤติกรรมความรู้และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดหลักและกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพซึ่งสามารถพัฒนาเป็นตลาดหลักของจังหวัดชุมพรและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพื่อวิเคราะห์สื่อและช่องทางที่สามารถเข้าถึงและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าว 3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร และผู้ประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรเพื่อร่วมกันกำหนดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการตลาด เช่น การร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การร่วมกันจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น 4) จัดทำสื่อการตลาดแบบบูรณาการและกระจายสื่อสู่นักท่องเที่ยวตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพ 5) ส่งเสริมการตลาดทางตรงกับชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย (expat) เพื่อกระตุ้นให้กลุ่ม expat ชักชวนเพื่อนและญาติในประเทศของตนที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
1.6 พื้นที่เป้าหมาย	ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรจำนวน 16 แห่ง
1.7 หน่วยงานที่ถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ	1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) จังหวัดชุมพร 3) สำนักงานจังหวัดชุมพร
1.8 งบประมาณ	ทั้งหมด 20 ล้านบาท ปี 2564 งบประมาณ 10 ล้านบาท ปี 2565 งบประมาณ 10 ล้านบาท

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). *คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเกษตร*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2550). *ราชกิจจานุเบกษา : พระราชบัญญัติ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550*. [ออนไลน์].
<http://www.mol.go.th/sites/default/files/laws/th/30e4172260334195e327854a51421847.pdf>. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2562.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2555). *ประเภทและหลักเกณฑ์ความพิการ (ฉบับที่ 2)*. [ออนไลน์]. <http://dep.go.th/sites/default/files/files/law/185.pdf>. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2562.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2559). *รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย*. [ออนไลน์].
http://dep.go.th/sites/default/files/files/news/Report_PWDS_SEP2559.pdf. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2562.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2563). *รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย*. [ออนไลน์]. <http://dep.go.th/uploads/Docutents/61ccc2d9-8e3f-4f75-a361-368f5c6a4b80รายละเอียดข้อมูลคนพิการ.pdf>. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2563.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2563). *สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย*. [ออนไลน์].
<http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2563.
- จิตประภา ศรีอ่อน และ เจนจิรา เทศิม. (2548). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาวันหยุดของคนทูนวกในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยราชสุดา*. 1 (1), 13-20.
- จิตรา ศิริสมบุญธาส. (2557). *แนวทางการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการในประเทศไทย เพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน*. [ออนไลน์].
<http://nep.go.th/th/publishdocument/>. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561.
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 41 (159), 1-32.
- จอมภัก คลังระหัด, รัชมกมล ทองหล่อ, เพชร พรหมมะ และ สิริวิชัย ปราณิตพลกรัง. (2019). นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเดอะมูน โฮสเทล: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 12 (3), 141-156.

- ชุกกลิ่น อุณวิจิตร, ญาณัท ศิริสาร และ ไพรัช โรงสะอาด. (2557). แนวทางการพัฒนาการนันทนาการ และการท่องเที่ยวเพื่อคนพิการในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยราชสุดา*. 10 (13), 36-50.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์ และนราศรี ไวนิชกุล. (2559). ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิง การแพทย์ของประเทศไทย. *วารสารปาริชาติ*. มหาวิทยาลัยทักษิณ. 29 (1), 197-215.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2552). *การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคน*. กรุงเทพฯ : สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2558). *คู่มือการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design Guide Book)*. กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพวรรณ บุญเพิ่ม. (2555). ความรู้เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรอาคาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ จัดการทรัพยากรอาคาร*. (หน่วยที่ 1). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557). พทยาโมเดล เพื่อผู้พิการ-สูงวัย. [ออนไลน์].
<http://www.thairath.co.th/content/337979>. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2561.
- เทพพร ณ สงขลา. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ ทรัพยากรเกษตรของชุมชน : กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*. 6 (2), 1-12.
- ธีร์ ตรงจิตพิทักษ์. (2556). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะ วิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นริศรา สอนเสาวภาคย์. (2545). *การวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเป็นที่มา ของรายได้นอกภาคเกษตรกรรม*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นาฏสุดา เขมนะสิริ. (2555). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทระเกษม.
- นิออน ศรีสมยง. (2552). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตนา ฐานิตธนกร. (2555). อิทธิพลของการบอกต่อบนโลกอินเทอร์เน็ต. *วารสารนักบริหาร*, 32 (1), 17-22.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : เพรสแอนด์ดีไซน์.
- บรรจบพร สุมนรัตนกุล. (2544). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี*. ปริญญานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ. (2553). ศักยภาพการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวชุมชน: ชุมชนบ้านร่องไฮ จังหวัดพะเยา. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร. 18 (2), 82-90.
- ปัทมอร เสี่ยงแดง. (2552). การท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในสังคมไทย. ปรินญาศิลป-ศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พจนา สวนศรี. (2541). การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน. จุลสารการท่องเที่ยว. 2: 12-36.
- ภัทรวดี เบญจขรณี. (2552). การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนีรัตน์ รอดทรัพย์. (2552). เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการตอบสนองของผู้รับสารในเว็บบอร์ด. ปรินญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544). ท่องเที่ยวยั่งยืน (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : อนุสาร อสท, 118 – 119.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2558). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางดะ, Suranaree J. Soc. Sci. 9 (1), 19-35.
- สุชาติ จักรพิสุทธิ์. (2547). การศึกษาทางเลือกของชุมชน. วารสารศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 27 (4), 18-23.
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2554). การสื่อความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. (หน่วยที่ 10). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุธาสนี ขวนไชยะกุล. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะล้าน จ.ชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2560). การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 20 (1), 298-312.

- สุริย์ เข้มทอง. (2554). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวและการโรงแรม เอกสารการสอนชุด
วิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม เล่มที่ 1 (หน่วยที่ 1). นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เส้นทางเศรษฐกิจ. (2562). เทรนด์นี้มาแน่! “การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล” ผปก.เตรียมพัฒนาสินค้า-บริการ
รองรับได้เลย. [ออนไลน์]. [https://www.sentangsedtee.com/today-
news/article_121701](https://www.sentangsedtee.com/today-news/article_121701)วันอาทิตย์ที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ.2562 สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2563.
- สำนักกรรมาธิการ 3. (2559). รายงานผลการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมาธิการสังคม กิจการเด็ก เยาวชน
สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เรื่อง การจัดสภาพแวดล้อม
สาธารณะที่ทุกคนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ (Accessibility for All Act: AAA). สำนักงานเลขาธิการ
วุฒิสภาปฏิบัติหน้าที่สำนักเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ.
- สำนักงานจังหวัดชุมพร. (2559). แผนพัฒนาจังหวัดชุมพร 2560-2564. [ออนไลน์].
<http://www.chumphon.go.th/2013/page/planchumphon>.
สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2561.
- สำนักงานจังหวัดชุมพร. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดชุมพร 2561-2564. ฉบับทบทวนปี 2562 [ออนไลน์].
<http://www.chumphon.go.th/2013/page/planchumphon>.
สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2556). *Viral Marketing* โฆษณาราคาถูก
บนโลกออนไลน์. [ออนไลน์].
https://www.etda.or.th/etda_website/means/display/1464.
สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). ผู้พิการต้องการแบบไหน. [ออนไลน์].
http://service.nso.go.th/nso/web/article/article_30.html สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2562.
- สำนักงานสถิติจังหวัดชุมพร. (2561). วิเคราะห์และสรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลกลางเรื่อง “การ
ท่องเที่ยว” จังหวัดชุมพร. [ออนไลน์].
http://chumphon.nso.go.th/images/MASTERPLAN_MIS_/TRAVEL/sum_tour60.pdf.
สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2553). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. [ออนไลน์].
<http://www.tourism.go.th/view/1/คู่มือประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว/937/TH-TH>.
สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2562

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2544). *การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายบริการอุตสาหกรรมและที่ปรึกษา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำนาจ รักษาพล, เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, จุฑามาส เพ็งโคณา, ชลตรงค์ ทองสง และ บุญศิลป์ จิตตะประพันธ์. (2560). การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพร *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่* 9 (1), 23-37.
- อนรรฆ พิทักษ์ธานิน, มณฑการต์ ฉิมมาลี และ ปุณณทริย์ เจียวิริยบุญญา. (2556). *การเลือกปฏิบัติต่อคนพิการ เด็ก ผู้หญิง และผู้สูงอายุ*. นนทบุรี : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). *Marketing: An introduction*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Beck, L., & Ted, T.C. (1998). *Interpretation for the 21st Century: Fifteen Guiding Principle for Interpreting Nature and Culture*. Champaign Ill: Sagamore Publishing.
- Bryant, B.E., & Fornell, C. (2005). *American Customer Satisfaction Index, Methodology*, Report: April, 2005, 123.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40 (1), 4-11.
- Chinese4business. (2015). *คู่มือกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์*. [ออนไลน์].
<http://handbook-ecommerce.blogspot.com/2015/09/3-viral-marketing.html> สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562.
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Content Marketing Institute. (2016). *Content marketing framework: Channels*. [online].
<http://contentmarketinginstitute.com/channels>. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562.
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127.

- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14th ed). Boston: McGraw-Hill/ Irwin.
- ICOMOS. (2004). *ICOMOS-Ename Charter for the Interpretation of Cultural Heritage Sites*. International Council on Monuments and Sites, 2004, accessed on 30th September 2005.
- Joshi, P.V., & Bhujbal, M.B. (2012). Agro-tourism a specialized rural tourism: innovative product of rural market. *International Journal of Business and Management Tomorrow*. 1 (2), 1-12.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management*, 13th eds. Pearson Prentice Hall.
- Kuo, I-Ling. (2002). The Effectiveness of Environmental Interpretation at Resource-Sensitive Tourism Destinations. *International Journal of Tourism Research*. 4, 87-101.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: the power of visual storytelling*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc.
- Lee, B.K., Agarwal, S., & Kim, H.J. (2012). Influences of Travel Constraints on the People with Disabilities' Intention to Travel: An Application of Seligman's helplessness Theory. *Tourism Management*, 33 (3), 569-579.
- Mulhern, F. (2009). Integrated marketing communications: From media channels to digital connectivity, *Journal of marketing communications*, 15(2-3), 85-101.
- Nosrati, M., Karimi, R., Mohammadi, M., & Malekian, K. (2013). "Internet Marketing or Modern Advertising! How? Why?". *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 2(3), 56-63.
- Ozogul, G. & Baran, G., (2016). Accessible Tourism: The Golden Key in the Future for the Speacialized Travel Agencies. *Journal of Tourism Futures*, 2, 79-87.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rajput, N., & Dhillon, R. (2013). Frontiers of the Marketing Paradigm for the third Millennium: Experiential Marketing. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3 (7), 711-724.

- Reid, R.D., & Bojanic, D.C. (2010). *Hospitality Marketing Management*, 5th eds., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Reynolds, K.A. (2005). *Consumer demand for agricultural and on farm nature tourism*. Davis, CA: University California.
- Schmitt, B.H. (1999). *Experiential Marketing*. New York: The Free Press.
- Tcholeev, I., & Vodenska, M. (2008). Spatial Analysis of the Tourism Potential in Bourgas District. *In the Proceeding of the 2007 International Conference on Tourism 22-24 November 2007*. Bucharest: Academy of Economic Study.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting Our Heritage*. 3rd ed. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Tsai, C.Y. (2010). The physical disabilities' travel behaviors. *African Journal of Business Management*, 4 (4), 512-525.
- Williamson, A. (2013). *Social media guidelines for Parliaments* (Version 1.0). Inter-Parliamentary Union, Geneva.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร

PROMOTING THE POTENTIAL OF COMMUNITY BASED AGRO-TOURISM DESTINATION FOR ALL IN CHUMPHON PROVINCE

คำชี้แจง

1. แบบประเมินฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”... ปรับปรุงจาก แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของ กรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
2. นิยามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชน หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ ที่มีการจัดการบริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมหรือพักได้ เป็นการจัดการโดยชุมชน
3. แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คะแนนรวม 100 คะแนน จำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

องค์ประกอบ	คะแนน
ส่วนที่ 1 . ศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	30
ส่วนที่ 2. ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	40
ส่วนที่ 3. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	10
ส่วนที่ 4. ศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	20
รวม	100

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ตามเกณฑ์การพิจารณาตามตารางด้านล่าง

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (30 คะแนน)

คำชี้แจง แหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัด โดยดัชนี 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน ผู้ประเมินระบุผลการประเมินระดับศักยภาพการรองรับตามตาราง

แบบที่1	มีเพียงพอ ให้ 2 คะแนน	มีแต่ไม่เพียงพอ ให้ 1 คะแนน	ไม่มี ให้ 0 คะแนน
แบบที่2	มาก ให้ 2 คะแนน	ปานกลาง ให้ 1 คะแนน	ต่ำ ให้ 0 คะแนน

ดัชนี	ผลการประเมิน ระดับศักยภาพการรองรับ		
	มี เพียงพอ (2)	ไม่มี เพียงพอ (1)	ไม่มี (0)
ศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร			
1) มีที่พัก (บ้าน เติ่นท์/สถานที่ต้อนรับ) เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว			
2) มีห้องน้ำที่อนุญาตให้ใช้ (ห้องน้ำสาธารณะ/ห้องน้ำชาวบ้าน) เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (0-50 ไร่) 2 = มี 4 ห้อง, 1 = มีน้อยกว่า 4 ห้อง, 0 = ไม่มี (51-500 ไร่) 2 = มีมากกว่า 10 ห้อง, 1 = มี 2-10 ห้อง, 0 = น้อยกว่า 2 ห้อง (501 ไร่ขึ้นไป) 2 = มีมากกว่า 20 ห้อง, 1 = มี 5-20 ห้อง, 0 = มีน้อยกว่า 5 ห้อง			
3) มีห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ (0-50 ไร่) 2 = มี 2 ห้อง, 1 = มีน้อยกว่า 2 ห้อง, 0 = ไม่มี (51-500 ไร่) 2 = มี 5-8 ห้อง, 1 = มี 2-4 ห้อง, 0 = น้อยกว่า 2 ห้อง (501 ไร่ขึ้นไป) 2 = มี 9-15 ห้อง, 1 = มี 5-8 ห้อง, 0 = มีน้อยกว่า 5 ห้อง			
4) มีจุดบริการอาหาร (ร้านอาหาร จุดซื้อขายอาหาร จุดบริการจัดหาอาหาร บริการนักท่องเที่ยว) เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (0-50 ไร่) 2 = มีมากกว่า 2 แห่ง, 1 = มี 1-2 แห่ง, 0 = ไม่มี			

ดัชนี	ผลการประเมิน ระดับศักยภาพการรองรับ		
	มี เพียงพอ (2)	ไม่มี เพียงพอ (1)	ไม่มี (0)
(51-500 ไร่) 2 = มีมากกว่า 3 แห่ง, 1 = มี 1-3 แห่ง, 0 = ไม่มี (501 ไร่ขึ้นไป) 2 = มีมากกว่า 4 แห่ง, 1 = มี 1-4 แห่ง, 0 = ไม่มี			
5) มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีเพียงพอ = 2 คะแนน มีแต่ไม่เพียงพอ = 1 คะแนน ไม่มี = 0			
6) มีจุดแวะซื้อสินค้าเกษตร/ศูนย์รวมสินค้าการเกษตร กระจายอยู่ตามบริเวณ สำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว (0-50 ไร่) 2 = มีมากกว่า 2 แห่ง, 1 = มี 1-2 แห่ง, 0 = ไม่มี (51-500 ไร่) 2 = มีมากกว่า 3 แห่ง, 1 = มี 1-3 แห่ง, 0 = ไม่มี (501 ไร่ขึ้นไป) 2 = มีมากกว่า 4 แห่ง, 1 = มี 1-4 แห่ง, 0 = ไม่มี			
7) มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับผู้พิการ 2 = มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการมากกว่า 1 ชนิด, 1 = มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการเพียง 1 ชนิด, 0 = ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ			
8) มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา เพื่อรองรับความ ต้องการของนักท่องเที่ยว มีเพียงพอ = 2 คะแนน มีแต่ไม่เพียงพอ = 1 คะแนน ไม่มี = 0			
9) มีป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ มาก = 2 คะแนน ปานกลาง = 1 คะแนน ต่ำ = 0			

ดัชนี	ผลการประเมิน ระดับศักยภาพการรองรับ		
	มี เพียงพอ (2)	ไม่มี เพียงพอ (1)	ไม่มี (0)
10) มีจุดบริการการเดินทาง (ทางบกและทางน้ำ) ตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว (2 = ระยะทางไม่เกิน 5 กิโลเมตร, 1 = ระยะทางระหว่าง 6-10 กิโลเมตร, 0 =ระยะทางมากกว่า 10 กิโลเมตร)			
11) สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มาก = 2 คะแนน ปานกลาง = 1 คะแนน ต่ำ = 0			
12) มีถนนหนทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก			
13) สวนผลไม้จัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ทุกกลุ่ม			
14) กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ			
15) กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร			
คะแนนรวมองค์ประกอบที่ 1			

การแปลผลระดับศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (30 คะแนน)

0-10 คะแนน = ศักยภาพระดับควรปรับปรุง

11-20 คะแนน = ศักยภาพระดับกลาง

21-30 คะแนน = ศักยภาพระดับสูง

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (40 คะแนน)

แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ มิติความเป็นเจ้าบ้าน 30 คะแนน และ มิติด้านการตลาด 10 คะแนน

คำชี้แจง แหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัด โดยดัชนี 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน ผู้ประเมินระบุผลการประเมินระดับศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติความเป็นเจ้าบ้าน)ตามตาราง

มีศักยภาพในการจัดการ สูง	ให้ 3 คะแนน
มีศักยภาพในการจัดการ ปานกลาง	ให้ 2 คะแนน
มีศักยภาพในการจัดการ ขั้นควรปรับปรุง	ให้ 1 คะแนน
ขาดศักยภาพการจัดการ	ให้ 0 คะแนน

ดัชนี	ผลการประเมินระดับศักยภาพการจัดการ			
	(3)	(2)	(1)	(0)
ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติความเป็นเจ้าบ้าน)				
1) มีสื่อหลากหลายประเภทสำหรับให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และวีดิทัศน์ เป็นต้น				
2) มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มาตรการอพยพ, เส้นทางหนีไฟ เป็นต้น				
3) มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน				
4) มีความพร้อมของบุคลากรแหล่งท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินตลอดเวลา				
5) มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว				
6) มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน				
7) มีการจัดบริการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน				
8) มีการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในท้องถิ่น				
9) มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว				
10) มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ				
คะแนนรวมองค์ประกอบที่ 2 (มิติความเป็นเจ้าบ้าน)				

การแปลผลระดับศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติความเป็นเจ้าบ้าน) (30 คะแนน)

0-10 คะแนน = ศักยภาพ ระดับควรปรับปรุง

11-20 คะแนน = ศักยภาพ ระดับกลาง

21-30 คะแนน = ศักยภาพ ระดับสูง

คำชี้แจง แหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัด โดยดัชนี 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน ผู้ประเมินระบุผลการประเมินระดับศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติด้านการตลาด) ตามตาราง

มี ศักยภาพในการจัดการ	ให้ 1 คะแนน
ขาด ศักยภาพการจัดการ	ให้ 0 คะแนน

ดัชนี	ผลการประเมินระดับศักยภาพการจัดการ	
	(1)	(0)
ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติด้านการตลาด)		
1) มีการกำหนดราคาสำหรับการเข้าชมสวนเกษตรผลไม้อย่างโปร่งใสและยุติธรรม		
2) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายที่สามารถสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวสวนเกษตรผลไม้		
3) มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น		
4) สวนเกษตรผลไม้มีสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว		
5) มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีอื่น		
5) มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป (แพคเกจ ทัวร์) เป็นเส้นทางท่องเที่ยว		
6) มีการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมตลาดนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม		
7) มีนักท่องเที่ยวแสดงความพึงพอใจต่อเข้ามาท่องเที่ยวในสวนเกษตรผลไม้		
8) มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
9) มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม		
10) มีการดำเนินการด้านการตลาดเพื่อคนทั้งมวลในการจัดบริการและกิจกรรมที่เหมาะสม		
คะแนนรวมองค์ประกอบที่ 2 (มิติด้านการตลาด)		

การแปลผลระดับศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (มิติด้านการตลาด) (10 คะแนน)

0-3 คะแนน = ศักยภาพ ระดับควรปรับปรุง

4-7 คะแนน = ศักยภาพ ระดับกลาง

8-10 คะแนน = ศักยภาพ ระดับสูง

การแปลผลระดับศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมมิติด้านการเป็นเจ้าบ้าน และ มิติด้านการตลาด (40 คะแนน)

0-13 คะแนน = ศักยภาพ ระดับควรปรับปรุง

14-27 คะแนน = ศักยภาพ ระดับกลาง

28-40 คะแนน = ศักยภาพ ระดับสูง

องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (10 คะแนน)

คำชี้แจง แหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัด โดยดัชนี 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน ผู้ประเมินระบุผลการประเมินระดับศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามตาราง

มีศักยภาพในการดึงดูดใจ ระดับสูง	ให้ 2 คะแนน
มีศักยภาพในการดึงดูดใจ ระดับปานกลาง	ให้ 1.33 คะแนน
มีศักยภาพในการดึงดูดใจ ระดับควรปรับปรุง	ให้ 0.66 คะแนน
ขาดศักยภาพการดึงดูดใจ	ให้ 0 คะแนน

ดัชนี	ผลการประเมิน ระดับศักยภาพการดึงดูดใจ			
	สูง	ปานกลาง	ปรับปรุง	ไม่มี
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร				
1) แหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตรผลไม่มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์				
2) แหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตรผลไม่มีความโดดเด่นด้านพืชพันธุ์				
3) แหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตรผลไม่มีทัศนียภาพโดยรอบที่สวยงามเป็นธรรมชาติเหมาะกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม				
4) แหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตรมีวิถีชีวิตชุมชนที่น่าสนใจ				
5) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตร				
คะแนนรวมองค์ประกอบที่ 3				

การแปลผลระดับศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (10 คะแนน)

0-3 คะแนน = ศักยภาพระดับควรปรับปรุง

4-7 คะแนน = ศักยภาพระดับกลาง

8-10 คะแนน = ศักยภาพระดับสูง

องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (20 คะแนน)

คำชี้แจง แหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัด โดยดัชนี 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน ผู้ประเมินระบุผลการประเมินระดับศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามตาราง

มีศักยภาพในการบริการ ระดับสูง	ให้ 2 คะแนน
มีศักยภาพในการบริการ ระดับปานกลาง	ให้ 1 คะแนน
มีศักยภาพในการบริการ ระดับควรปรับปรุง	ให้ 0 คะแนน

ดัชนี	ผลการประเมิน ระดับศักยภาพการบริการ		
	(2)	(1)	(0)
ศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร			
1) มีความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยวทั้งสถานที่ และผู้ให้บริการที่มีจำนวนเพียงพอ			
2) ผู้ให้บริการมีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยว			
3) การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยอธฺยาศัยไมตรี			
4) ความรู้และทักษะของผู้ให้บริการข้อมูล			
5) ความสุภาพ ความมีน้ำใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว			
6) การสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว			
7) ความเสมอภาคในการให้บริการค่านึงถึงนักท่องเที่ยวผู้พิการ			
8) กระบวนการให้บริการมีลำดับขั้นตอนที่สร้างความมั่นใจ			
9) เทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว			
10) ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และตอบสนองอย่างทันท่วงที			
คะแนนรวมองค์ประกอบที่ 4			

การแปลผลระดับศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (10 คะแนน)

0-6 คะแนน = ศักยภาพระดับควรปรับปรุง

7-13 คะแนน = ศักยภาพระดับกลาง

14-20 คะแนน = ศักยภาพระดับสูง

การแปลผลระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร รวมทั้ง 4 องค์ประกอบ

ค่าคะแนน	ระดับมาตรฐาน
81 ขึ้นไป	ดีเยี่ยม
71 - 80	ดีมาก
61 - 70	ดี
51 - 60	ปานกลาง
50 หรือน้อยกว่า	ควรปรับปรุง

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร
เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร”

**THE DEVELOPMENT OF MARKETING PROTOTYPE OF COMMUNITY
BASED AGRO-TOURISM FOR ALL IN CHUMPHON PROVINCE**

=====

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพร” ความคิดเห็นของท่าน ผู้ศึกษาวิจัยจะนำไปใช้ในการศึกษาและก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลในจังหวัดชุมพรต่อไป
2. แบบสัมภาษณ์นี้มีจำนวนทั้งหมด 2 หน้า ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นสำหรับหน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
 - ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
 - ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลโครงการ/ โครงการริเริ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อ - นามสกุล.....

ตำแหน่ง

สถานที่ทำงาน

วัน - เวลา ที่สัมภาษณ์

<u>ข้อมูลผู้สัมภาษณ์ ท่านที่ 1</u>	<u>ข้อมูลผู้สัมภาษณ์ ท่านที่ 2</u>
ชื่อ - นามสกุล	ชื่อ - นามสกุล
ตำแหน่ง	ตำแหน่ง

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นสำหรับหน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น/บทนำ

1. ให้ท่านอธิบายเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หลักของหน่วยงานของท่าน
2. ให้ท่านอธิบายเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่หลักของตำแหน่งงานของท่าน
3. ให้ท่านอธิบายเป้าหมายหลักในการดำเนินงานของหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. หน่วยงานของท่านได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้อย่างไรบ้าง
 - ก. กิจกรรมหรือธุรกิจที่อาจรวมอยู่ในกลุ่มนี้ได้แก่อะไรบ้าง
 - ข. มีกิจกรรมการเกษตรหรือการทำอาหารที่ไม่รวมอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่
5. จากมุมมองของท่าน ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อย่างไร ในจังหวัดชุมพร
 - ก. ท่านคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดชุมพรมีศักยภาพในการแข่งขันเทียบกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นได้หรือไม่ อย่างไร
 - ท่านช่วยวิเคราะห์จุดเด่นและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ในจังหวัดชุมพร

ข ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพร และสิ่งเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ เพราะอะไร

ท่านคิดว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ในจังหวัดชุมพรที่มีศักยภาพและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมจำนวนมากก็แห่ง ชื่อสวนอะไรบ้าง

6. ท่านเคยสังเกตไหมว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพร ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา? เพราะอะไร มีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใดเกี่ยวกับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดชุมพร

ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ในจังหวัดชุมพรมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลหรือไม่ ถ้ามี มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง ถ้าไม่มี ท่านคิดว่าหน่วยงานใดควรสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ให้มีความสามารถในการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้มีการดำเนินการตลาดอย่างไร มีหน่วยงานใดช่วยสนับสนุนหรือไม่ การสื่อสารทางการตลาดส่วนใหญ่ใช้ช่องทางใด ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดอย่างไรที่จะสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

8. หน่วยงานของท่านมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดชุมพรในเรื่องใดบ้าง

(ตัวอย่างเช่น ผ่านการส่งเสริมการประชุมเชิงปฏิบัติการหรือเครือข่าย)

9. มีความคิดริเริ่มหรือโครงการที่มาจากหน่วยงานของท่านเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดหรือไม่? ถ้ามี:

ก. ท่านช่วยอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการริเริ่มเหล่านั้นได้หรือไม่?

ข. ท่านได้มีการสื่อสารหรือร่วมทำงานกับพันธมิตรหรือเครือข่ายอื่นๆ ผ่านโครงการเหล่านั้นหรือไม่
ถ้ามี ผู้สนับสนุนเหล่านั้นคือใคร และมีการดำเนินการร่วมกันอย่างไรบ้าง

ค. หากเป็นภาคเอกชน ธุรกิจของท่านได้มีการร่วมมือหรือสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่
อย่างไร

14. ท่านช่วยอธิบายประโยชน์ของความคิดริเริ่ม หรือ โครงการเหล่านี้ ได้หรือไม่

ก. อะไรคือประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพร

ข. อะไรคือประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยว

15. ท่านมีการทำงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่ (ไม่ใช่ผ่านโครงการ)

ถ้ามี ท่านช่วยบอกเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานนี้ได้หรือไม่

16. ท่านสังเกตเห็นว่ามีการตอบสนองหรือการรับรู้ที่แตกต่างกันของการใช้คำว่า 'การท่องเที่ยวเชิงเกษตร' เมื่อเทียบกับการใช้คำว่า 'การท่องเที่ยว' หรือไม่ ถ้ามี
ก. การตอบสนองหรือการรับรู้เหล่านั้นมีความแตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับผู้บริโภคหรือไม่?
17. ท่านคิดว่า เหตุใด การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนจึงเหมาะสมกับการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร
18. ท่านคิดว่า ปัญหาและอุปสรรคใดที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนของจังหวัดชุมพร
เพื่อคนทั้งมวล
19. ท่านคิดว่า อนาคตของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดชุมพรจะเป็นอย่างไร และ มีสิ่งใดบ้างที่จำเป็นต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้เกิดสิ่งนั้นได้จริง?
20. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างเกี่ยวกับความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนในจังหวัดชุมพร
เพื่อคนทั้งมวล ด้านผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ ด้านการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก