



รายงานการวิจัย เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี
Developing tourism product along Thai Gulf coast in Phetchaburi.

โดย

ณัฐประภา	นุ่นเมือง
กัลยา	สมมาตย์
เยาวภา	อินทเส
อรุณรัตน์	ชินวรรณ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

พ.ศ. 2560

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือ และความกรุณาอย่างสูงยิ่งจาก นายชัยศ สงวนทรัพย์ นายกเทศมนตรี ตำบลบางตะบูน และ นางจิรนาฏ สงวนทรัพย์ ปลัดเทศบาล ตำบลบางตะบูน ที่ได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลต่างๆ อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะที่ทำให้เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยฉบับนี้ได้เป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลอำเภอบ้านแหลม ตำบลบางตะบูน ตำบลหาดเจ้าสำราญ ตำบลปึกเตียน ตำบลชะอำ และนางสาวชมภูณัฐ ประเสริฐจิตร ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนบางตะบูนวิทยา ที่ให้ข้อมูลตลอดจนคำแนะนำในการจัดทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้นำชุมชน พ่อค้าแม่ค้า ตลอดจนชาวบ้านตลอดเส้นทางชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่ท่านคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา จนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูตเวทีตาคณะแด่บิดามารดาและผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

คณะนักวิจัย

พฤศจิกายน 2561

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญภาพ	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	6
หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย	13
ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	19
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์	25
ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า	27
แนวคิดของ SWOT Analysis	29
แนวคิดศักยภาพและความพร้อมของชุมชน	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การเลือกพื้นที่การวิจัย	46
ประชากรที่ศึกษา	46
เทคนิคและวิธีการเลือกตัวอย่าง	47
ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	47
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย	49
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
กำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย	50
การตรวจสอบข้อมูล	50

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	50
สถิติที่ใช้ในงานวิจัย	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล อ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิธีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นฐาน	53
ตอนที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทาง การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี	70
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)	83
ตอนที่ 4 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี	85
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	93
อภิปรายผล	98
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	100
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	
- แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane	
ภาคผนวก ค ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 ภาพชายฝั่งทะเลของประเทศไทย	16
ภาพที่ 2.2 ภาพเส้นทางคลองโคกลน – ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี	19
ภาพที่ 2.3 กระบวนการวางแผนทางการตลาด (The Marketing Plan Process)	23
ภาพที่ 4.1 ศาลาการเปรียญวัดปากลัด	53
ภาพที่ 4.2 วิหารทรงจัตุรมุข	53
ภาพที่ 4.3 งานช่างปูนปั้น	53
ภาพที่ 4.4 หลวงพ่อ 5 พี่น้อง	54
ภาพที่ 4.5 จุดชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติ	54
ภาพที่ 4.6 สะพานเฉลิมพระเกียรติ	54
ภาพที่ 4.7 ทศนียภาพทางทะเล วิถีชีวิตชาวเรือ	54
ภาพที่ 4.8 เส้นทางศึกษาธรรมชาติโรงเรียนบางตะบูน	55
ภาพที่ 4.9 เส้นทางศึกษาธรรมชาติฝั่งทะเล	55
ภาพที่ 4.10 ผ้ามัดย้อม	56
ภาพที่ 4.11 สิ่งประดิษฐ์ผ้ามัดย้อม	56
ภาพที่ 4.12 สิ่งประดิษฐ์จากเปลือกไม้ขายเลน	56
ภาพที่ 4.13 อุโบสถแบบมหาอุต	57
ภาพที่ 4.14 ศาลาการเปรียญ ไม้สักทอง	57
ภาพที่ 4.15 จิตรกรรมฝาผนัง	57
ภาพที่ 4.16 เสา 8 เหลี่ยมของศาลาการเปรียญ	57
ภาพที่ 4.17 อนุสาวรีย์พระเจ้าตากสินมหาราช	57
ภาพที่ 4.18 โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ	58
ภาพที่ 4.19 ป่าชายเลน	58
ภาพที่ 4.20 บ่อบำบัดน้ำเสีย	58
ภาพที่ 4.21 สัตว์น้ำ “วรนุช”	58
ภาพที่ 4.22 พระอุโบสถวัดเพชรสุพรรณ	59
ภาพที่ 4.23 ศาลาการเปรียญ	59
ภาพที่ 4.24 วิหารเจ้าแม่กวนอิมพันมือ	59
ภาพที่ 4.25 อุโบสถวัดนอกปากทะเล	60
ภาพที่ 4.26 เรือเกตรานิพพานัง	60
ภาพที่ 4.27 งานปูนปั้นของช่างสกุลเมืองเพชร	60
ภาพที่ 4.28 วัดหาดเจ้าสำราญ	61
ภาพที่ 4.29 พิพิธภัณฑ์โครงกระดูกปลาวาฬบูรต้ายักษ์	61
ภาพที่ 4.30 อุโบสถเก่าวัดโตนดหลวง	62

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 4.31 อุโบสถรูปเรือสำเภา	62
ภาพที่ 4.32 รูปปั้นพระเจ้าตากสินมหาราช	62
ภาพที่ 4.33 สถาปัตยกรรมแกะสลักประตู	62
ภาพที่ 4.34 ภาพจิตรกรรมฝาผนัง	62
ภาพที่ 4.35 พระอุโบสถทรงอินเดีย วัดเนรัญชราราม	63
ภาพที่ 4.36 ศาลาจัตุรมุขประดิษฐานรอยพระพุทธรบาท	63
ภาพที่ 4.37 พระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนั่งปิดทวารทั้ง 9	63
ภาพที่ 4.38 อาหารทะเลสดใหม่	64
ภาพที่ 4.39 ร้านอาหารที่บางตะบูน 1	64
ภาพที่ 4.40 ร้านอาหารที่บางตะบูน 2	64
ภาพที่ 4.41 ร้านอาหารที่บางตะบูน 3	64
ภาพที่ 4.42 โครงการฟาร์มทะเลตัวอย่าง	65
ภาพที่ 4.43 พันธุ์สัตว์ทะเลน้ำต้อยอย่าง	65
ภาพที่ 4.44 เพาะเลี้ยงสาหร่ายพวงองุ่น	65
ภาพที่ 4.45 เพาะพันธุ์สัตว์น้ำ	65
ภาพที่ 4.46 พลัปลาทรงงาน	65
ภาพที่ 4.47 แนวกันตลิ่งไม้ไผ่	65
ภาพที่ 4.48 ร้านขายอาหารทะเลสด-แห้ง ริมหาด	66
ภาพที่ 4.49 ร้านอาหารที่ชะอำ	66
ภาพที่ 4.50 ชาวประมงกำลังแกะอวน	66
ภาพที่ 4.51 ร้านค้าขายของที่ระลึกริมชายหาดชะอำ	66
ภาพที่ 4.52 บรรยากาศหาดเจ้าสำราญ	67
ภาพที่ 4.53 ป้ายหาดเจ้าสำราญ	67
ภาพที่ 4.54 จุดถ่ายภาพหาดเจ้าสำราญ	67
ภาพที่ 4.55 จุดถ่ายรูปหาดจอมพล	68
ภาพที่ 4.56 บรรยากาศครีวจอมพล	68
ภาพที่ 4.57 รูปปั้นนางผีเสื้อสมุทร	68
ภาพที่ 4.58 รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิม	68
ภาพที่ 4.59 บรรยากาศสะพานปลา	69
ภาพที่ 4.60 รูปปั้นหมึกสีขาว	69
ภาพที่ 4.61 ชายหาดชะอำ	69
ภาพที่ 4.62 แนวต้นสนประดิพัทธ์	69

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1.1 สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2552-2554	2
ตารางที่ 2.1 พื้นที่และความยาวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย	17
ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ	47
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ประเภทผู้ประกอบการ	70
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละ เพศ	71
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละ อายุ	72
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ สถานภาพการสมรส	73
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ รายได้ต่อเดือน	76
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยรวม 5 ด้าน	77
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ	78
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านการจัดการ	82
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	80
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม	81
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	82
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี	83

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิวงกลมที่	หน้า
แผนภูมิวงกลมที่ 1 แสดงร้อยละ ประเภทผู้ประกอบการ	70
แผนภูมิวงกลมที่ 2 แสดงร้อยละ เพศ	71
แผนภูมิวงกลมที่ 3 แสดงร้อยละ อายุ	72
แผนภูมิวงกลมที่ 4 แสดงร้อยละ สถานภาพการสมรส	73
แผนภูมิวงกลมที่ 5 แสดงร้อยละ ระดับการศึกษา	74
แผนภูมิวงกลมที่ 6 แสดงร้อยละ อาชีพ	75
แผนภูมิวงกลมที่ 7 แสดงร้อยละ รายได้ต่อเดือน	76

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งและขยายตัวอย่างมาก จนกลายเป็นฟันเฟืองสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย และในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ที่ทำข้อตกลงความร่วมมือกันหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเปิดเสรีการค้าบริการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือสาขาการท่องเที่ยว ทำให้รัฐบาลต้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญที่สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศ สร้างงาน และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554) และจากการที่ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายในและภายนอกประเทศนั้น ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งโอกาสและอุปสรรค รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มีการเชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้พร้อมที่จะเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และในขณะเดียวกันให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมในกระบวนการพัฒนาประเทศ (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) นอกจากนี้กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2555-2559) ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 2 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ยังมุ่งเน้นการวิจัยซึ่งครอบคลุมถึงการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงบทบาทการแข่งขันของประเทศภายใต้การเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ รวมทั้งสัมพันธ์ภาพกับประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างสรรค์องค์ความรู้เพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดยดำเนินการบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและมุ่งก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว แผนงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทางทะเล (คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, สำนักงาน., 2556) อีกทั้งแผนยุทธศาสตร์จังหวัดเพชรบุรี (พ.ศ.2553-2556) เน้นการสร้างเสริมความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ โดยพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการบูรณาการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วน และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดหรือกลุ่มจังหวัด

(โครงสร้างแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี 2553-2556, 2553) และยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 15 ปี พ.ศ.2553-2567 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งทางวิชาการ ที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยสาขาด้านการท่องเที่ยว อาหาร และเทคโนโลยี (ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ระยะ 15 ปี พ.ศ.2553-2567, 2556)

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางตอนล่าง ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายด้าน ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและสถาปัตยกรรม จึงทำให้เกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวภูเขา จุดชมวิว อุทยานแห่งชาติ การศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ประวัติศาสตร์ของคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีเขตพื้นที่ป่าไม้เบญจพรรณอันอุดมสมบูรณ์ที่กระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ ในเขตจังหวัดเพชรบุรี รวมถึงการท่องเที่ยวชายหาด (ประวัติจังหวัดเพชรบุรี, 2556) สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีแนวโน้มที่เติบโตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากสถิติการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติระหว่างปี พ.ศ.2552-2554 พบว่า ปี พ.ศ.2552 มีผู้มาเยี่ยมเยือน 3,919,908 คน ปีพ.ศ.2553 มีผู้มาเยี่ยมเยือน 4,543,673 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 4,949,167 คน ในปีพ.ศ.2554 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1 (สำนักสถิติพยากรณ์, สำนักสถิติแห่งชาติ, 2557)

ตารางที่ 1.1 สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2552-2554

รายการ	2552	2553	2554
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	3,919,908	4,543,673	4,949,167
ชาวไทย	3,566,540	4,298,249	4,667,153
ชาวต่างประเทศ	353,368	245,424	282,014
จำนวนนักท่องเที่ยว	1,644,164	1,880,960	2,122,115
ชาวไทย	1,367,728	1,687,095	1,892,823
ชาวต่างชาติ	276,436	193,865	229,292
จำนวนนักท่องเที่ยว	2,275,744	2,662,713	2,827,052
ชาวไทย	2,198,812	2,611,154	2,774,330
ชาวต่างชาติ	76,932	51,559	52,722

(ที่มา : สำนักสถิติพยากรณ์, สำนักสถิติแห่งชาติ, 2557)

ในปี พ.ศ. 2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมอีกเท่าตัว ทั้งนี้เพราะการที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งการมีโครงการก่อสร้างถนนเลียบริมชายฝั่งทะเลตะวันตกของอ่าวไทยผ่าน 3 จังหวัด โดยมีจุดเริ่มต้นของโครงการที่ กิโลเมตรที่ 73 ของถนนพระราม 2 ในเขตบ้านคลองโคน ตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ลัดเลาะชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทยเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดชุมพร โดยถนนทั้งสองฝั่งได้ออกแบบเป็นถนนขนาด 2 ช่องจราจร มีทางสำหรับ

รถจักรยาน 2 ข้างทาง รวมทั้งได้ก่อสร้างจุดพักรถ แหล่งเรียนรู้ย่อย จุดชมวิว ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร (Information center) และจุดจอดจักรยานไว้ในทุกๆระยะประมาณ 2 กิโลเมตร ข้อมูลที่แสดงตรงจุดแหล่งเรียนรู้นั้นมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้ศึกษาวิถีชีวิตท้องถิ่น ศึกษาระบบนิเวศชายฝั่งทะเลภายใต้สภาพบรรยากาศจริง ซึ่งปัจจุบันเส้นทางเลียบริมชายฝั่งทะเลของจังหวัดเพชรบุรี ช่วงอำเภอบ้านแหลม-อำเภอชะอำ ได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ รวมถึงมีแหล่งเรียนรู้ทั้งหมดจำนวน 19 แห่ง ตลอดระยะทาง 56 กิโลเมตร ซึ่งจากผลการก่อสร้างถนนเส้นทางนี้ถือเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยซึ่งจะนำมาซึ่งการกระจายรายได้ เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และคาดว่าในอนาคตเมื่อการก่อสร้างถนนเลียบริมชายฝั่งทะเลตะวันตกของอ่าวไทยเสร็จสิ้นจังหวัดเพชรบุรีคงจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันหลายเท่าตัว

จากสภาพปัญหา สาเหตุ รวมทั้งผลกระทบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี บนฐานการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยนำข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว ที่ได้จากโครงการวิจัยที่ 1 เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี มาต่อยอด เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้นำไปใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยเรื่องนี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 ยุทธศาสตร์การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ แผนงานการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวทางทะเล ยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติรายประเด็นด้านการท่องเที่ยว นโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากทั้งภายนอกและภายในประเทศ รวมถึงยุทธศาสตร์จังหวัดเพชรบุรีที่เน้นการเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ใหม่จากสาขาด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนสืบต่อไป

2. คำถามการวิจัย

2.1 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน มีอะไรบ้าง

2.2 ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี มีมากน้อยเพียงใด

2.3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ควรเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน

3.2 เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

3.3 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

4.1 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะที่โดดเด่นของผลผลิตที่มีตัวตนสัมผัสได้ และผลผลิตที่ไม่มีตัวตนในพื้นที่ที่เสนอให้นักท่องเที่ยว เช่น การบริการ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว หรือความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น ในที่นี้จะพิจารณาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใน 3 ด้าน ดังนี้

4.1.1 ด้านวิถีชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตที่มนุษย์สร้างขึ้นในแต่ละพื้นที่ ประกอบด้วย การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งยึดถือปฏิบัติ และสืบทอดต่อกันมา

4.1.2 ด้านภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ความสามารถในการคิด และการกระทำโดยใช้ความรู้ และความเข้าใจ ประกอบด้วย ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งประดิษฐ์

4.1.3 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นของพื้นที่การท่องเที่ยวบนชายฝั่งทะเล จังหวัดเพชรบุรี

4.2 ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อันจะส่งผลสำเร็จและความพึงพอใจสูงสุด โดยมีตัวชี้วัด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก ซึ่งรายละเอียดแต่ละด้านมีดังนี้

4.2.1 ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วย ชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เส้นทางในการเดินทางภายในชุมชนเข้าใจง่ายมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทาง มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของฝากของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นประทับใจและจดจำ

4.2.2 ด้านการจัดการ ประกอบด้วย มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว และมีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน

4.2.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ประกอบด้วย ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชนและกิจการท้องถิ่นโดยคนในชุมชน มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลา การทำขนม เป็นต้น มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้มาเยือน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชนหรือการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น ชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการท่องเที่ยว และมีการร่วมมือของรัฐบาลท้องถิ่นจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.2.4 ด้านการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนจากธุรกิจเอกชนและชุมชนโดยรอบ การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชน และการเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน

4.2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน หรืออาสาสมัครนำเที่ยวมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแหล่งธรรมชาติ คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ/ซีดีประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอและเหมาะสม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ร้านอาหารเครื่องดื่มมีปริมาณเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ ฯลฯ

4.3 การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี หมายถึง เส้นทางท่องเที่ยวจุดเริ่มต้นคือ วัดปากกลัด ตำบลบางตะบูน จังหวัดเพชรบุรี ลัดเลาะชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทย จนถึง จุดชมวิว ณ ชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ระยะทางประมาณ 56 กิโลเมตร

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ขอบเขตพื้นที่วิจัย : พื้นที่บนเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยที่ 1 เรื่องการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ของแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี นั่นคือ พื้นที่การท่องเที่ยวบริเวณถนนเลียบชายฝั่งทะเลตะวันตกของอ่าวไทย ตั้งแต่ ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม ถึงหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ความยาวของเส้นทาง 56 กิโลเมตร

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้กำหนดกรอบการศึกษาไว้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิธีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นฐาน 2) ศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้ง 3) กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

5.3 ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่ ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี จนถึงชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี กับประชากรจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

- 5.3.1 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่พัก/รีสอร์ท/โรงแรม กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มร้านขายของที่ระลึก
- 5.3.2 ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 5.3.3 ชุมชนหรือประชาชนในท้องถิ่น

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่วิจัย ใช้เวลาประมาณ 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 – 30 กันยายน 2560

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

6.1 ด้านวิชาการ

6.1.1 สามารถนำไปเผยแพร่ในวารสารระดับชาติเพื่อเป็นต้นแบบให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ได้

6.1.2 สามารถนำมาบูรณาการในการเรียนการสอนได้

6.2 ด้านนโยบาย

6.2.1 ชุมชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานเพชรบุรี) สามารถนำข้อมูล ที่จัดทำขึ้นไปเผยแพร่เพื่อสร้างความรู้จักจดจำ และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว

6.2.2 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานเพชรบุรี) หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี สามารถนำข้อมูลไปวางแผนงบประมาณให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และวางแผนการบริหารจัดการได้

6.3 ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลไปจัดทำแผนธุรกิจท่องเที่ยว ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในระดับครอบครัว ชุมชน และท้องถิ่นในระยะยาว

6.4 ด้านสังคมและชุมชน

6.4.1 ทำให้เข้าใจสภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของชุมชน และหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ผ่านมา

6.4.2 ชุมชนบริเวณถนนเลียบริมชายฝั่งทะเลตะวันตกจังหวัดเพชรบุรี มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น จากการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการมาท่องเที่ยว

7. หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีดังนี้

- 7.1 ชุมชนบริเวณถนนเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี
- 7.2 สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
- 7.3 หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี
- 7.4 องค์การบริหารส่วนตำบลพื้นที่ถนนเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี
- 7.5 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- 7.6 ผู้ประกอบการบนเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรีผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการ ศึกษาวิจัย ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย
3. แนวคิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับความสนใจและความคาดหวังของลูกค้า
6. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)
7. แนวคิดศักยภาพและความพร้อมของชุมชน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ตามความเข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง การเดินทางของบุคคลหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อน หรือติดต่อทางธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ในที่นี้จะขอยกแนวคิดการท่องเที่ยวมาอธิบายใน 5 ประเด็น ดังนี้

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งมีความหมายที่ใกล้เคียงกัน โดย บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, 46) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอันเป็นพื้นที่ ซึ่งใกล้เคียงกับความหมายของ พรสวรรค์ มโนพัฒนะ (2553, 58) ที่ให้ไว้ว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม วัฒนธรรมประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ส่วน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) ได้นิยามว่าหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจโดยมีเงื่อนไขครบทั้ง 3 ประการ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ และ นิสา ชัชกุล (2550, 260) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีคุณค่ามนุษย์สร้างขึ้นที่หมายถึงชีวิต และวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนนั้นๆ รวมถึงวัฒนธรรมเทศกาลงานประเพณีสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจหรือเป็น “จุดขาย” ของการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนครั้งแล้วครั้งเล่า เช่นเดียวกับ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2550, 5) ได้ให้ความหมาย ของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวโดยผู้ท่องเที่ยวไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนอารมณ์ เพื่อสุขภาพ และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ประภาศรี

เหิกขุนทด (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่ เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมโดยมีภูมิแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพวัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ การท่องเที่ยวทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจ และการบริการต่างๆ รวมทั้ง ฐิรชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อสัมมนา การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

จากความหมายของนักวิชาการตามที่ได้กล่าวข้างต้นนั้น นักวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการเดินทางแบบชั่วคราวจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อการพักผ่อน เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม หรือจ้บจ่ายใช้สอย เป็นต้น ลักษณะการเดินทางมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ และบุคคลที่ต้องไปด้วยความสมัครใจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560, 44) ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการ คือ

- 1.2.1 เป็นการเดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นชั่วคราว
- 1.2.2 การเดินทางต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ
- 1.2.3 เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่มีใ้ใช้ในการประกอบอาชีพ หรือหารายได้แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่างต่อไปนี้

- 1) เพื่อฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย
- 2) เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศที่บริสุทธิ์ อากาศดี อากาศน้ำแร่
- 3) เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมกีฬา
- 4) เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ
- 5) เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
- 6) เพื่อเหตุผลส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่ หรือหลบหนีคนที่ใกล้ชิด
- 7) เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ และศาสนา
- 8) เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

นอกจากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2553) ยังได้กล่าวไว้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว มีอยู่ 3 ประการใหญ่ๆ คือ

- 1) เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อหลักหนีความจำเจของชีวิตประจำวัน และเพื่อไปเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ รวมไปถึงการเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตรด้วย

2) เพื่อธุรกิจ เป็นการเดินทางที่ร่วมไปกับการทำงาน แต่วัตถุประสงค์หลักคือการประกอบอาชีพ หรือหารายได้จากสถานที่ท่องเที่ยว นั้น และยังรวมไปถึงการเดินทางเพื่อเข้าประชุม สัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการ MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions)

3) เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เฉพาะ และซับซ้อน มากกว่าการพักผ่อนหรือประชุม เช่น การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวต้องมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เพราะความต้องการที่แตกต่างกันนั่นเอง เช่น มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทาง เพื่อพักผ่อนท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้ และเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เป็นต้น

1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้จัดแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ตามความสำคัญของปัจจัยในหลายๆ ด้าน ทำให้รูปแบบประเภทการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดขึ้นมีอยู่ด้วยกัน 12 รูปแบบ ได้แก่

1.3.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัยเมื่อมีการระบุชุดว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้ และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายๆ แห่งตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวงวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติ เทคโนโลยี และ MICE เป็นต้น

1.3.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ หรือแค่มิเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมืองคูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนาสถาน สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะ และสถาปัตยกรรม

1.3.4 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยา และภูมิศาสตร์ อันเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ

1.3.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อน และเสริมสร้างสุขภาพ และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ร่วมสมัย ตัวอย่าง เช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

1.3.6 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น

1.3.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ให้บริการด้านสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้

1.3.8 แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว มีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

1.3.9 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การดูนก เป็นต้น

1.3.10 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

1.3.11 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยมีเกาะเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

1.3.12 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติการศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

1.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมกัน หากพิจารณาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ร่วมกันหลายปัจจัยจึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จ สร้างความประทับใจ และผลกำไรให้เกิดขึ้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, 56) กล่าวว่า การที่จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรใดๆ ก็ตามขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1.4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

1.4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีบริการอำนวยความสะดวก น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร การนำเที่ยว จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

1.4.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทาง หรือเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต้องมี 1) สิ่งดึงดูดใจ เช่น มีความสวยงามทางธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่า 2) มีการเดินทางที่สะดวก เช่น ถนนเข้าถึง เป็นต้น และ 3) มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสาร ห้องน้ำ ที่พัก รวมไปถึงการต้อนรับอย่างมิตรไมตรี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

1.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้หลายประเภท ดังนี้ (ราณี อธิชัยกุล, 2546)

1.5.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือเหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปแบบของทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

1.5.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม แต่ละประเทศต่างก็มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะทั้งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ ลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณีพิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย การละเล่น การบันเทิงต่างๆ สถาปัตยกรรม และที่เป็นนามธรรมที่แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นต้น

1.5.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิง และความเพลิดเพลินให้นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน โรงละคร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

1.5.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงาม และนับว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดโดยแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) ทิวทัศน์ (Scenery) ทิวทัศน์ต่างๆ ทางธรรมชาติทั้งที่สวยงาม และแปลกประหลาดจะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชม เช่น แกรนด์แคนยอนในประเทศสหรัฐอเมริกา ภูเขาไฟฟูจิในญี่ปุ่น ประเทศอิตาลี หรือสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาวดอกทิวลิป หรือดอกซากุระจะบาน เป็นต้น

2) สัตว์ป่าและพรรณไม้ (Wildlife and Flora) เป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เพราะชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาความรู้ รวมทั้งความหลากหลายของพรรณไม้ในป่าประเภทต่างๆ ซึ่งนับวันจะหมดไป แต่ยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวได้ เช่น อุทยานแห่งชาติแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ เป็นต้น

3) สภาพภูมิอากาศ (Climate) โดยทั่วไป เช่น แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่น หรือหิมะตกในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตนจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้ เช่น ฤดูร้อนนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังชายฝั่งทะเล หรือฤดูหนาวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศแถบตะวันออกซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

4) ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Phenomenon) เป็นลักษณะของปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์เที่ยงคืน การเกิดสุริยุปราคาการเกิดฝนดาวตก เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย

ประเทศไทยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นชายฝั่งทะเลยาว 2 ฝั่ง คือ ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย และชายฝั่งทะเลอันดามัน ชายฝั่งอ่าวไทยตั้งอยู่ในทะเลจีนใต้มหาสมุทรแปซิฟิก และชายฝั่งอันดามันในมหาสมุทรอินเดีย ชายฝั่งอ่าวไทยแบ่งเป็น 2 ด้านคือ ชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่ บริเวณฝั่งทะเลตั้งแต่จุดกึ่งกลางระหว่างปากแม่น้ำท่าจีนกับแม่น้ำเจ้าพระยาไปทางตะวันออกวกไปจนจรดเขตแดนประเทศกัมพูชา บริเวณบ้านหาดเล็ก จังหวัดตราด และชายฝั่งด้านตะวันตก เริ่มจากจุดกึ่งกลางระหว่างปากแม่น้ำท่าจีนกับแม่น้ำเจ้าพระยาไปทางตะวันตก ยาวลงไปทางใต้จรดเขตแดนประเทศมาเลเซียที่ปากแม่น้ำสุโขทัย จังหวัดนราธิวาส ส่วนฝั่งทะเลอันดามัน นับตั้งแต่ปากน้ำกระบุรี จังหวัดระนอง เชื่อมต่อกับเขตแดนของประเทศสหภาพมาเลเซียลงไปถึงทางใต้จนถึงเขตแดนของประเทศมาเลเซียที่จังหวัดสตูล ซึ่งตั้งอยู่ในช่องแคบมะละกา (สถาบันวิจัยทรัพยากรทางน้ำ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550) ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับชายฝั่งทะเลในประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของชายฝั่งทะเล กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (2549) ได้ให้ความหมายชายฝั่งหรือชายฝั่งทะเล (Coast) ไว้ว่า เป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างส่วนที่เป็นแผ่นดินและทะเล มีลักษณะภูมิประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างเด่นชัดโดยประกอบด้วยทรัพยากรชายฝั่งทะเลที่มีชีวิต ได้แก่ ป่าชายเลน ป่าชายหาด ปะการัง และหญ้าทะเล เป็นต้น และทรัพยากรชายฝั่งทะเลที่ไม่มีชีวิต ได้แก่ ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรที่ดิน เป็นต้น

2.2 ลักษณะชายฝั่งทะเล ลักษณะชายฝั่งทะเลของประเทศไทยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นหาดทรายที่มีความสูงไม่มากนัก ส่วนบริเวณปากแม่น้ำมีลักษณะเป็นหาดทรายปนโคลนหรือเลนที่เกิดจากการพัดพาตะกอนของลำน้ำสายต่างๆ บนพื้นที่สูงจากการที่เปลือกโลกเคลื่อนไหวตลอดเวลาทำให้ชายฝั่งทะเลเกิดการยกตัวสูงขึ้น และบางแห่งก็ยุบต่ำลง กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (2549) จึงได้จำแนกลักษณะของชายฝั่งทะเลตามลักษณะภูมิประเทศได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.2.1 ชายฝั่งทะเลยุบจม (Submerged Shoreline) เกิดจากการที่เปลือกโลกบริเวณริมฝั่งทะเลเกิดการยุบจมตัวลง หรือการที่น้ำทะเลยกระดับขึ้นทำให้บริเวณที่เคยไหลผ่านน้ำทะเลกลับจมอยู่ใต้ผิวน้ำปรากฏเป็นหน้าผาชันไม่ค่อยมีที่ราบชายฝั่งแนวชายฝั่งเว้าแหว่งมาก โดยหากภูมิประเทศเดิมเป็นภูเขาเมื่อเกิดการยุบจมมักก่อให้เกิดเกาะบริเวณชายฝั่ง ลักษณะเช่นนี้พบได้บริเวณชายฝั่งทะเลภาคใต้ฝั่งตะวันตก หรือชายฝั่งทะเลอันดามันแถบจังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และสตูล

2.2.2 ชายฝั่งทะเลยกตัว (Emerged Shoreline) เกิดจากการที่เปลือกโลกยกตัวขึ้นหรือการที่น้ำทะเลลดระดับลง ทำให้บริเวณที่เคยจมอยู่ใต้น้ำทะเลกลับโผล่พ้นผิวน้ำขึ้นมา โดยหากแผ่นดินเดิมที่เคยจมอยู่ใต้ระดับน้ำทะเลเป็นบริเวณที่มีตะกอน กรวด ทราย ตกทับถมกันมาเป็นเวลานานแล้ว จะทำให้เกิดที่ราบชายฝั่งที่มีบริเวณกว้างและยาวขนานไปกับแผ่นดินที่เรียกว่า Mainland beach ลักษณะเช่นนี้พบได้บริเวณชายฝั่งทะเลภาคใต้ฝั่งตะวันออกหรือชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตั้งแต่จังหวัดชุมพรถึงจังหวัดนราธิวาส

2.2.3 ชายฝั่งทะเลคงระดับ (Neutral Shoreline) เป็นชายฝั่งทะเลที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ระหว่างระดับน้ำทะเลและบริเวณชายฝั่งของทวีป แต่ยังคงมีการทับถมของตะกอนต่างๆ เกิดขึ้น ลักษณะชายฝั่งทะเลประเภทนี้ ได้แก่ ชายฝั่งดิน ตะกอนรูปพัด ชายฝั่งดินดอนสามเหลี่ยม ชายฝั่งภูเขาไฟ ชายฝั่งแนวหินปะการัง ชายฝั่งหินปะการังแนวขวาง ชายฝั่งปะการังรูปวงแหวน

2.3 ความสำคัญของชายฝั่งทะเล ชายฝั่งทะเลมีความสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศทั้ง พืช สัตว์ และโดยเฉพาะมนุษย์ได้ใช้ประโยชน์โดยการพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติในระบบนิเวศชายฝั่ง ทั้งในรูปของการเป็นแหล่ง อาหาร ที่ตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน การประกอบอาชีพ การนันทนาการ เป็นต้น โดยสามารถอธิบายความสำคัญของชายฝั่งทะเลได้ ดังนี้

2.3.1 แหล่งกำเนิดทรัพยากรชีวภาพชายฝั่งทะเลมีความสำคัญในการเป็นแหล่งกำเนิดทรัพยากรชีวภาพชายฝั่งอาทิ เช่น ป่าชายหาด ป่าชายเลน หญ้าทะเล แนวปะการัง และสัตว์น้ำ เนื่องจากบริเวณชายฝั่งเป็นแหล่งสะสมตะกอนดินเลน ซึ่งเป็นแหล่งอาหารของสัตว์น้ำโดยเฉพาะบริเวณ ป่าชายเลน ริมชายฝั่ง ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งอาหารของสัตว์น้ำแล้วยังเป็นแหล่งวางไข่ และที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำอีกด้วย

บริเวณชายฝั่งจึงเป็นแหล่งกำเนิดสัตว์น้ำตามธรรมชาติหลากหลายชนิด อาทิ เช่น ปลา กุ้ง ปู เป็นต้น นอกจากนี้บริเวณชายฝั่งยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งโดยเฉพาะกุ้งทะเล ปลา หอย และปู เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการประกอบอาชีพประมง การส่งออกในรูปของสด และการแปรรูป

2.3.2 แหล่งอุตสาหกรรมบริเวณชายฝั่งทะเลเป็นแหล่งกำเนิดทรัพยากรธรรมชาติที่นำไปใช้ประโยชน์เป็นวัตถุดิบในการผลิตภาคอุตสาหกรรม เช่น แหล่งผลิตทรายที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตแก้ว การใช้ประโยชน์ในการก่อสร้าง การถมทะเล หรือการเสริมหาดบริเวณที่เกิดการกัดเซาะชายฝั่ง นอกจากนี้บริเวณชายฝั่งยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาทั้งด้านความสะดวกในการคมนาคม การขนส่ง สร้างท่าเรือ น้ำลึก อุตสาหกรรมชุดเจาะน้ำมัน เป็นต้น

2.3.3 แหล่งท่องเที่ยวและนันทนาการ ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิสัณฐาน และสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามที่พบบริเวณชายฝั่งไม่ว่าจะเป็นหน้าผาริมทะเล โขงหินชายฝั่ง สะพานหินธรรมชาติ เกาะหินโด่ง สันดอนเชื่อมเกาะ ชายหาด และแหล่งโบราณคดีใต้น้ำ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ความหลากหลายของระบบนิเวศวิทยาชายฝั่งทั้งระบบนิเวศ หาดเลน หาดทราย ป่าชายเลน และปะการังให้ประโยชน์ในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ เช่น การดำน้ำดูปะการัง การอาบแดด กีฬาทางน้ำ เป็นต้น ชายหาดหลายแห่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น เกาะสมุย เกาะภูเก็ต พัทยา หัวหิน เป็นต้น รวมถึงแหล่งดำน้ำดูปะการัง เช่น หมู่เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา ในประเทศที่มีอาณาเขตติดชายฝั่งทะเลจึงมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคม การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างมาตรฐานการบริการ และความปลอดภัยตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

2.3.4 แหล่งที่ตั้งบ้านเรือน เรามักพบการตั้งถิ่นฐานของชุมชนอยู่ใกล้บริเวณแหล่งน้ำ และบริเวณแนวถนนชุมชนดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นชุมชนขนาดเล็กที่ตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ริมชายฝั่ง ในขณะที่ชุมชนที่เพิ่งเกิดใหม่จะพบการตั้งถิ่นฐานกระจายไปตามแนวถนนที่สร้างขึ้นใหม่ เนื่องจากชุมชนในอดีตใช้ประโยชน์จากคูคลอง และทางน้ำในการสัญจร และการประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านปัจจุบันพื้นที่ชายฝั่งทะเลเป็นที่ตั้งบ้านเรือนของประชากรมากกว่า 12 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรที่ดินบริเวณชายฝั่งในบางพื้นที่เกิดการพัฒนามาเป็นที่พักอาศัยเชิงพาณิชย์มากขึ้น เช่น คอนโดมิเนียม และบ้านพักตากอากาศ (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2551)

2.4 ชายฝั่งทะเลของประเทศไทย ประเทศไทยมีชายฝั่งทะเลยาวเป็นระยะทางประมาณ 3,148 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 23 จังหวัด ดังภาพที่ 2.1 โดยแบ่งเป็นชายฝั่งทะเลอ่าวไทยครอบคลุมพื้นที่ 17 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด ตรัง จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี และนราธิวาส รวมระยะทางยาวประมาณ 2,055 กิโลเมตร และชายฝั่งทะเลอันดามันครอบคลุมพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดระนอง พังงา กระบี่ ภูเก็ต ตรัง และสตูล รวมระยะทางยาวประมาณ 1,093 กิโลเมตร



ภาพที่ 2.1 ภาพชายฝั่งทะเลของประเทศไทย

ที่มา : (กรมทรัพยากรชายฝั่งทะเลและชายฝั่ง, 2551)

ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยมีจุดเริ่มต้นด้านทิศตะวันออกติดกับประเทศกัมพูชาทางทิศตะวันตกลงไปทางใต้ ติดต่อกับประเทศมาเลเซียที่ปากแม่น้ำสุโขทัยไกล 2,055 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 17 จังหวัด โดยแบ่งเป็นชายฝั่งทะเลอ่าวไทยฝั่งตะวันออก ซึ่งเริ่มจากจุด กึ่งกลางระหว่างปากแม่น้ำท่าจีนกับแม่น้ำเจ้าพระยาไปทางด้านทิศตะวันออกติดต่อกับประเทศกัมพูชา ครอบคลุมพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ และชายฝั่งทะเลอ่าวไทยฝั่งตะวันตกเริ่มจากจุดกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยากับแม่น้ำท่าจีนไปทางทิศตะวันตกลงไปทางใต้จรดประเทศมาเลเซียที่ปากแม่น้ำสุโขทัย ครอบคลุมพื้นที่ 11 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี และนราธิวาส ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 พื้นที่และความยาวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย

ที่	จังหวัด	ความยาวชายฝั่งทะเล (กิโลเมตร)
อ่าวไทยฝั่งตะวันออก		
1	ตราด	184.30
2	จันทบุรี	102.25
3	ระยอง	104.48
4	ชลบุรี	171.78
5	ฉะเชิงเทรา	16.28
6	สมุทรปราการ	50.21
	รวม	629.30
อ่าวไทยตะวันตก		
7	กรุงเทพมหานคร	5.81
8	สมุทรสาคร	42.78
9	สมุทรสงคราม	25.20
10	เพชรบุรี	91.73
11	ประจวบคีรีขันธ์	246.75
12	ชุมพร	247.75
13	สุราษฎร์ธานี	166.38
14	นครศรีธรรมราช	244.90
15	สงขลา	157.90
16	ปัตตานี	138.83
17	นราธิวาส	55.76
	รวม	1,425.88
	รวมทั้งหมด	2,055.18

ที่มา : (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2551)

2.5 ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี เพชรบุรีเป็นจังหวัดในภาคกลางที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย มีชายฝั่งทอดยาว 91.73 กิโลเมตร (ข้อมูลตามตารางที่ 2.1) อุดมไปด้วยป่าโกงกางและชายหาดที่สวยงาม เส้นทางเลียบริมทะเลของเพชรบุรีนี้เป็นส่วนหนึ่งของถนนเฉลิมบูรพาชลทิต หนึ่งในโครงข่ายถนนเลียบริมชายฝั่งทะเล (Scenic Route) ของกรมทางหลวงชนบท ด้านตะวันตกของอ่าวไทยข้อมูลสำคัญมี 2 ประการ ดังนี้

2.5.1 สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทาง อ่าวบางตะบูน ในเขตอำเภอบ้านแหลม บริเวณปากอ่าวเป็นป่าชายเลนสมบูรณ์ผืนใหญ่ และเป็นแหล่งประมงพื้นบ้าน สะพานเฉลิมพระเกียรติ ปากอ่าวบางตะบูน เมื่อข้ามสะพานนี้มองไปทางด้านซ้ายมือจะเป็นปากอ่าว เห็นกระดงที่ชาวบ้านเขาไปปลูกไว้กลางทะเลเพื่อเฝ้าหอยแครงในแปลงเลี้ยงของตัวเอง ที่บางตะบูนในบริเวณปากอ่าวจะเป็นแหล่งดินโคลนชั้นดี เอื้ออำนวยในการเลี้ยงหอยแครง ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพทำฟาร์มหอยแครงกัน มองเห็นไปไกลจนสุดลูกหูลูกตา ถ้ามาถึงบริเวณนี้ในยามเช้าสักหน่อยวิวดูจะสวยงามเพราะเป็นฝั่งที่พระอาทิตย์ขึ้นพอดี แต่ถ้าใครไม่อยากจะเดินทางออกจากบ้านแต่เช้ามืดที่นี่เค้าก็มีโฮมสเตย์ที่พักหลายแห่ง ทางด้านหลังเทศบาลบางตะบูนมีทางเดินชมป่าโกงกาง ระยะทาง 800 เมตร นักท่องเที่ยวสามารถจอดรถไว้บริเวณนี้หรือฝั่งตรงข้ามซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงเรียนวัดปากอ่าวแล้วลงเล่นเดินสำรวจบริเวณรอบๆ ก็ได้ ส่วนทางด้านฝั่งขวาของสะพานจะเป็นที่ตั้งของวัดปากอ่าวบางตะบูน มีทางเดินเลียบริมแม่น้ำบางตะบูนอยู่บริเวณใต้สะพานมีศาลเจ้ากวนอู และนาเกลืออำเภอบ้านแหลมเป็นแหล่งทำนาเกลือมากที่สุดในประเทศไทย มีภาพวิถีชีวิตชาวนาเกลือที่น่าสนใจ และยังมีโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นพื้นที่แปลงทดลองของโครงการตามแนวพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาและฟื้นฟูป่าชายเลน และสถานีน้บับัดน้ำเสียชุมชน โดยยึดหลักการ "ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ" แก้ไขปัญหาน้ำเสียและขยะชุมชนที่ประหยัด สะดวก ทำได้ง่าย ภายในโครงการยังเป็นแหล่งดูนกอีกด้วย หาดเจ้าสำราญ หาดทรายที่เงียบสงบ ร่มรื่นด้วยทิวสน เม็ดทรายขาวละเอียด มีที่พักบรรยากาศสบายๆ หาดปึกเตียนหาดทรายขาวสะอาด ด้านหน้าหาดมีรูปปั้นพระอภัยมณีและผีเสื้อสมุทร และหาดชะอำ หาดทรายยอดฮิตของเพชรบุรี มีกิจกรรมมากมายทั้งขี่จักรยาน ชี่ม้า ชมหาด การเล่นน้ำทะเล การพักผ่อนสังสรรค์สนุกสนาน

2.5.2 การเดินทาง บนทางหลวงหมายเลข 35 ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำแม่กลองจนถึงหลักกิโลเมตรที่ 72 ทางเข้าซ้ายมือด้านข้างปั้ม ปตท. หรือที่หลักกิโลเมตรที่ 73 เข้าสู่ทางหลวงชนบท สส 2012 (เป็นหมายเลขถนนเมื่อโครงการถนนเฉลิมบูรพาชลทิตเริ่มสร้าง หากเสร็จสมบูรณ์จะใช้หมายเลขนี้ทั้งเส้น) ตรงไปข้ามสะพานข้ามแม่น้ำบางตะบูน ใช้ทางหลวงชนบท พบ 4012 เลียบแนวชายฝั่งจนถึงอำเภอบ้านแหลม ต่อจากนั้นก็มุ่งหน้าสู่หาดเจ้าสำราญเข้าสู่ทางหลวงชนบท พบ 4028 เมื่อถึงหาดเจ้าสำราญ ต่อด้วยทางหลวงชนบท พบ 4033 ถึงอำเภอชะอำ



ภาพที่ 2.2 ภาพเส้นทางคลองโคน – ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
ที่มา : (กระทรวงคมนาคม, 2560)

3. ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์จัดเป็นหัวใจสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หากผลิตภัณฑ์ไม่อาจตอบสนองความต้องการของลูกค้า และไม่สามารถทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ แล้วการปรับใช้กลยุทธ์ด้านราคา การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ โดยทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ตรงกันข้ามหากลูกค้าพึงพอใจผลิตภัณฑ์ก็จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ และอาจมีการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากนั้นลูกค้าอาจจะแนะนำผลิตภัณฑ์นั้นให้คนอื่น ๆ โดยการบอกต่อ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการขายและเพิ่มโอกาสในการขายมากยิ่งขึ้น

3.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน หรือเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงอาจกล่าวได้ว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการบริโภคสินค้าและบริการประกอบกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะบริโภคควบคู่กันไปในเวลาเดียวกันมีนักวิจัยให้ความหมายไว้ดังนี้

3.1.1 จิตตานันท์ ดิกุล (2550, 10) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวคือ สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

จากการใช้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยลักษณะของสินค้า หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งที่สามารถจับต้องได้ และที่ตัวตนหรือที่ไม่สามารถจับต้องได้

3.1.2 ราณี อีสัยกุล (2550, 161) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจ ความเป็นเจ้าของเพื่อการอุปโภคหรือบริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการความจำเป็น และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ รวมถึงสิ่งที่มีรูปร่างจับต้องได้ บริการ บุคคล สถานที่ องค์กร และแนวความคิด การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน หรือเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมือนอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่ธุรกิจจะผลิตสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งแต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผู้ผลิตจะผลิตสินค้า บริการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกัน สินค้าและบริการต่างๆ จับต้องไม่ได้

3.1.3 จาฟาร์ และคณะ (Jafar and Others, 2550, 15) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสิ่งใดก็ตามที่บุคคลซื้อเพื่อเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังอีกจุดหมายหนึ่ง และ หรือคือสิ่งที่บุคคลซื้อในขณะที่อยู่ในภูมิลำเนาอื่น

จากข้อความข้างต้นที่กล่าวมาผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทาง และท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเป็นสินค้า และบริการที่สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยวได้ เช่น สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ บริการ สถานที่ บุคลากร เป็นต้น

3.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรมนามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุดมีลักษณะเด่น (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2556, 60-61) ดังนี้

3.2.1 มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผสมกัน ได้แก่ธุรกิจโรงแรมธุรกิจร้านอาหารธุรกิจขายของที่ระลึกธุรกิจนำเที่ยวธุรกิจการขนส่งธุรกิจบันเทิง ฯลฯ ธุรกิจการบริการเหล่านี้ต่างก็มีนโยบายการวางแผนการตลาดรูปแบบการบริการ และการดำเนินธุรกิจอื่นๆ ในลักษณะแตกต่างกันทำให้ยากต่อการระบุมาตรฐาน และการควบคุม นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพอใจ ความร่วมมือทางธุรกิจจึงมีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว และทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต ประสานงานของทุกหน่วยงาน หมายถึง การประสานงานทั้งหมด และระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

3.2.2 ส่วนผสมบางส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือทดลองใช้ก่อนได้ เช่น การบริการความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ลูกค้าจึงต้องใช้ความรู้สึกส่วนตัวอารมณ์ และจินตนาการในการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจก็ต้องนำเสนอขาย โดยการสร้างสถานการณ์สมมติให้ลูกค้าเกิดจินตนาการ และเห็นภาพชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร เช่น ภาพโฆษณาของบริษัทการบินไทย จำกัด ซึ่งแสดงถึงความอ่อนโยน และความนุ่มนวลของการให้บริการโรงแรมจัดทำโบชัวร์ (Brochure) ที่มีภาพห้องพัก

และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยภาพธรรมชาติจากสถานที่จริง ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องสร้างภาพหรือจินตนาการให้ใกล้เคียง หรือเหมือนกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อแสดงว่าไม่หลอกลวงลูกค้า หรือสร้างความคาดหวังให้ลูกค้าในลักษณะที่เกิดความจริง

3.2.3 อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อนในช่วงฤดูสุดสัปดาห์ หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ปิดภาคเรียนศึกษาฤดูร้อน การนำเที่ยวบางยังเป็นที่ยอมรับตามฤดูกาลเช่นกัน เช่น รายการนำเที่ยวทางทะเลในฤดูร้อน รายการนำเที่ยวภูเขาในฤดูหนาว แต่ในฤดูฝนคนไม่นิยมเดินทาง ดังนั้นอายุของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะกับฤดูกาล และต้องมีวิธีการส่งเสริมการขายนอกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่คนไม่นิยมเดินทาง

3.2.4 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจัดจำหน่ายมาก การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน (Travel Agent) ทำให้ขายได้ในปริมาณมากกว่าการขายตรง ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบินสวนสนุกโรงแรมจะต้องลงทุนสูงจึงต้องการกระจายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เงินทุนกลับคืนหรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ลูกค้าจะต้องซื้อสินค้าได้ราคาถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง เพราะผู้ผลิตได้ให้สิทธิพิเศษหรือราคาพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่ายซึ่งผิดกับการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งมักจะมีราคาสูงขึ้นเมื่อผ่านตัวกลางแต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลับมีราคาถูกลง ช่องทางการจัดจำหน่ายขายในตลาดการท่องเที่ยวมีหลากหลาย

3.2.5 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกออกแบบได้ง่าย ทั้งในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นสินมรดกของประเทศไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบการคิดขึ้นอาจจะถูกออกแบบได้ง่าย เมื่อเห็นว่าสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามาแล้ว เช่น สวนสนุกโลกใต้ทะเล แต่การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะทำให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าต่อไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ความเอาใจใส่ต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองในทันทีจะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ามาก

จากข้อความข้างต้นที่กล่าวมาผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรมนามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งมีลักษณะเฉพาะมีอิทธิพลต่อการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

3.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2556, 61-62) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้โดยการเสนอขาย ดังนี้

3.3.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง สินค้าและบริการหลักที่สร้างความพอใจและตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดเป็นจุดขายหลักโดยพิจารณาว่าลูกค้ามีความต้องการจำเป็น (Core needs) ที่คล้ายคลึงกัน และคู่แข่งนั้นก็รู้ถึงความต้องการนี้เช่นเดียวกัน

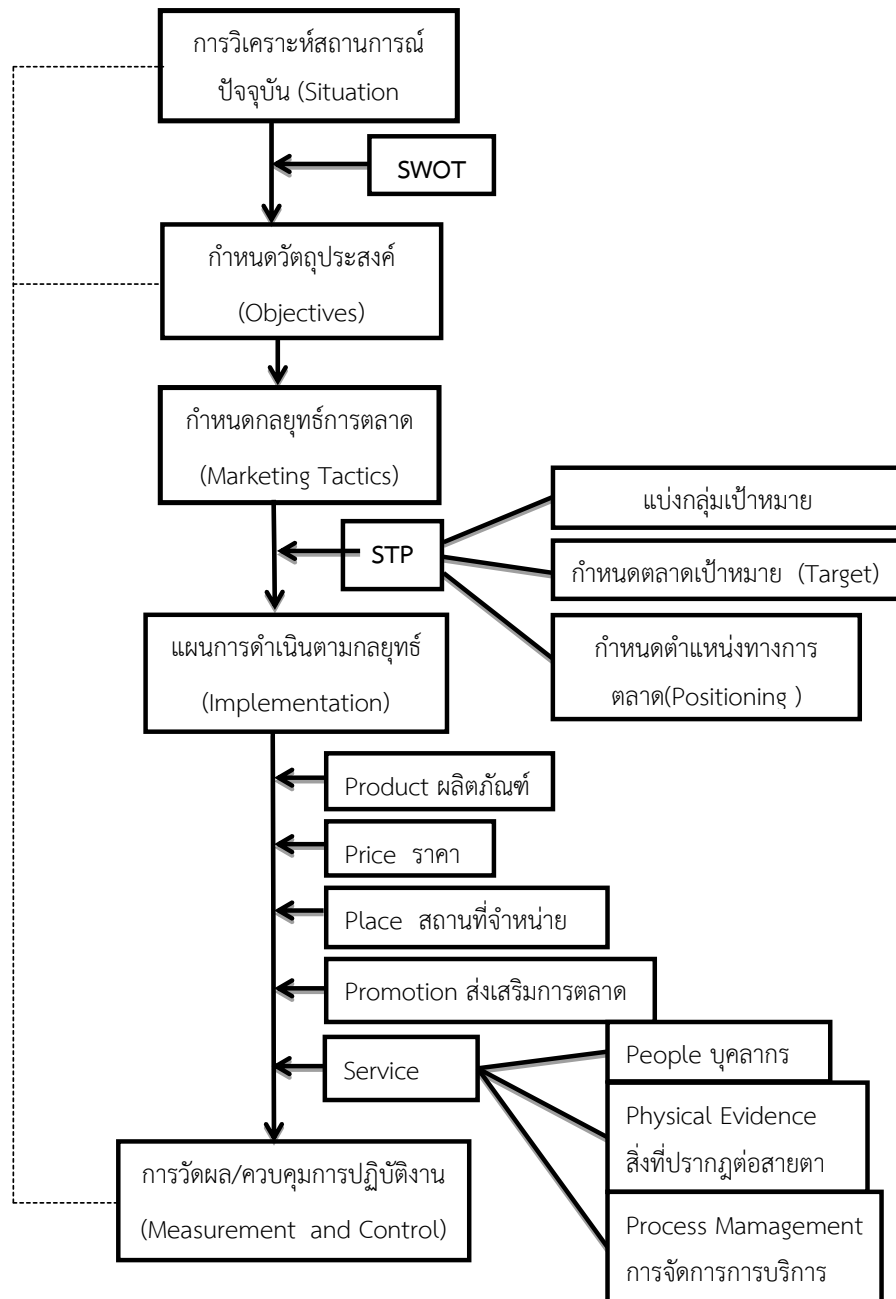
3.3.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับหรือมีสิทธิ์ที่จะได้รับเมื่อมาซื้อสินค้า และบริการเช่นการได้รับการบริการ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโรงแรม ได้แก่ ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ โทรศัพท์ มินิบาร์ สถานที่ ออกกำลังกาย การบริการอาหารในห้องพัก สถานที่จอดรถ ความสะดวกสบายต่างๆ และความปลอดภัย

3.3.3 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง สินค้าและบริการเสริมที่ลูกค้าจะได้รับเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า อาจเป็นผลิตภัณฑ์การบริการเสริมหรือข้อเสนอพิเศษแบบใดก็ได้ที่ผู้ผลิตคิดขึ้น และมอบให้ลูกค้าควบคู่ไปกับการขายผลิตภัณฑ์หลัก เช่น บริษัทนำเที่ยวแถมรายการนำเที่ยวแบบเลือกซื้อ (optional tour) เพิ่มเติมในโปรแกรมโรงแรม แถมอาหารเช้า หรืออาหารเย็นหนึ่งมื้อให้แก่ลูกค้าที่มาพักโรงแรมใดโรงแรมหนึ่งในเครือข่ายการบิน เพิ่มรายการอาหารรายการภาพยนตร์ในเครื่อง

3.3.4 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคตรูปแบบของการบริการใหม่ๆ ที่ลูกค้าไม่คาดหวังว่าจะได้รับ หรือสร้างความพอใจแปลกใจตื่นเต้นประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น พนักงานโรงแรม สามารถจำชื่อลูกค้าสามารถทักทายและเสนอสิ่งที่ลูกค้าชอบ ถึงแม้ว่าจะเคยมาพักเพียงครั้งเดียว การบริการรับลูกค้าที่สนามบินในช่วงที่มีลูกค้าน้อย โดยโรงแรมตรวจสอบเที่ยวบินที่ลูกค้าจะมาล่วงหน้า การบริการซื้อขายตั๋วเครื่องบินโดย ATM เป็นต้น

3.4 การวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนผลิตภัณฑ์เป็นจุดเริ่มต้นอันสำคัญยิ่งในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงการพิจารณาว่าควรเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ใด เช่นใด เพื่อสนองตอบกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด เมื่อใด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามเป้าหมายทางธุรกิจ การวางแผนผลิตภัณฑ์มีกระบวนการวางแผนการตลาดสามารถแบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนสำคัญดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 กระบวนการวางแผนทางการตลาด (The Marketing Plan Process)

ที่มา : (สรศักดิ์ รัตนกร, 2558)

กระบวนการวางแผนการตลาดตามภาพที่ 2 สามารถแบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ

3.4.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน (Situation Analysis) โดยพิจารณาปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจ รวมถึง ทั้งสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สถานการณ์การเมืองปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้ไปทำการวิเคราะห์ถึง โอกาสและอุปสรรค ความเสี่ยงของธุรกิจ และเปรียบเทียบกับจุดอ่อนจุดแข็งของบริษัท หรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งสามารถอธิบายได้ คือ S-Strength (จุดแข็งของธุรกิจ) , W-Weakness (จุดอ่อนของธุรกิจ) , Opportunity (โอกาสของการทำธุรกิจ) และ Threats (อุปสรรคในการทำธุรกิจ) เพื่อดูว่าสถานการณ์ในปัจจุบันเหมาะสำหรับการลงทุน และการแข่งขันหรือไม่ มีประเด็นอะไรที่ต้องระวังเป็นพิเศษ หรือมีโอกาสน่าสนใจที่ธุรกิจควรเข้าสู่ตลาด

3.4.2 กำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) หลังจากประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ส่วนนี้จะเป็นการกำหนดผลลัพธ์ของธุรกิจที่เราต้องการตามช่วงเวลาของแผนการตลาดที่ตั้งเอาไว้ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายโดยรวมของกิจการ ซึ่งเป้าหมายทั้งหมดที่ตั้งไว้ในแต่ละส่วนควรมีลักษณะที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.4.3 กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Tactics) โดยวิเคราะห์ เพื่อแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) กำหนดตลาดเป้าหมาย (Target) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) หรือ STP จะช่วยให้มีความเข้าใจลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ของบริษัท ให้ชัดเจนขึ้น กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นส่วนที่สำคัญในการทำธุรกิจ โดยปกติแล้วการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละธุรกิจจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลัก STP เพื่อทำความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเปลี่ยนให้มาเป็นลูกค้า โดยกำหนดเป็นเป้าหมายทางการตลาด และตำแหน่งทางการตลาดว่าแบรนด์เราอยู่ที่ระดับใดในตลาดและในใจลูกค้าให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.4.4 แผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ (Implementation) เป็นส่วนที่นำกลยุทธ์การตลาดที่กำหนดไว้มาทำให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม โดยมีกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่จะดำเนินการผ่านส่วนประสมการตลาด 4 Ps สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และ 7 Ps สำหรับสินค้าบริการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่กำหนดไว้ รวมถึงการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งองค์ประกอบจะต้องมีตัวชี้วัด KPI (Key Performance Index) ซึ่งสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน

3.4.5 การวัดผลและควบคุมการปฏิบัติงาน (Measurement and Control) องค์ประกอบของแผนการตลาดด้านล่างสุด เป็นการวัดผลและ ควบคุม ดูแลให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้วางไว้ และรวมถึงการปรับปรุงการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดข้อผิดพลาดหรือไม่เป็นตามแผนที่วางไว้ ซึ่งจะมีการนำแผนสำรองมารองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดเพื่อยังคงไว้ซึ่งเป้าหมายที่ได้กำหนดอย่างใกล้ชิดยิ่งมากที่สุด

4. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์

หลายท่านคงเคยได้ยินคำว่า “อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์” กันมาบ้าง แต่คงจะไม่ได้ยินบ่อยนัก ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ในประเด็นดังนี้

4.1 ความหมาย

ในที่นี้นักวิจัยจะขออธิบายความหมายของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยแยกออกเป็น 2 ความหมาย ได้แก่ คำว่า อัตลักษณ์ และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

4.1.1 ความหมายของอัตลักษณ์ มีผู้ให้คำนิยามไว้หลายท่าน นักวิจัยขอหยิบยกมาเพียง 3 ท่าน ดังนี้

1) ศรัญญา กิตติวัฒนโชติ (2557) ได้ให้ความหมาย อัตลักษณ์ (Identity) ว่า การที่เรารับรู้ได้ว่าเราเป็นใคร ต่างกับบุคคล หรือกลุ่มอื่นอย่างไร ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ทั้งระหว่างสังคม และภายในตัวบุคคล โดยที่บุคคลจะเลือกเอาเพียงอัตลักษณ์หนึ่ง เพื่อนำมาใช้ภายใต้เงื่อนไขของบริษัทในช่วงของเวลา และพื้นที่ ทั้งนี้สามารถเกิดขึ้นที่บุคคลเป็นผู้กำหนดหรือถูกสังคมกำหนด

2) รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชาริ (2559, 50) ได้ให้ความหมาย อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตน ที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใด สามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชนหรือประเทศนั้นๆได้ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา เป็นต้น อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้

3) ปานแพรว เขาวนประยูร (2555, 61) ได้ให้ความหมาย อัตลักษณ์ (Identity) ไว้ว่า ลักษณะของตนเอง ลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งรวมถึงสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่แสดงออกเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น

สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตนที่เป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของพื้นที่ ชุมชน หรือท้องถิ่น ซึ่งเราสามารถเปลี่ยนแปลงให้เป็นลักษณะจุดเด่นที่ดีขึ้นกว่าเดิมได้

4.1.2 ความหมายของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์

จิตติปิไทย (Gdbthai, 2556) ได้ลงเว็บออนไลน์โดยให้ความหมายของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ หรืออัตลักษณ์ของแบรนด์ หรืออัตลักษณ์ของตราสินค้า ภาษาอังกฤษ คือ Brand Identity หรือ BI หมายความว่า ภาพลักษณ์ ความคิด และรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค โดยได้รับจากตราสินค้า เอกลักษณ์ คือ จุดแข็งที่เสนอคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดเพียงหนึ่งเดียว เป็นก้าวแรกขององค์กรที่จะนำพาสู่ความสำเร็จ

โอโฮเทลมาร์เก็ตเตอร์ (Ihotelmarketer, 2550) ได้แชร์ข้อมูลลงเว็บออนไลน์ ไว้ว่า อัตลักษณ์ตราสินค้าหรืออัตลักษณ์แบรนด์ คือ องค์ประกอบสำคัญในการสร้างแบรนด์ประการแรกที่จะทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จ

บุริม โอทกานนท์ (2554) ได้ให้ความหมายลงในเว็บออนไลน์ รวมถึงบอกโครงสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าหรือแบรนด์ ไว้ว่า คือ องค์ประกอบของคำ ภาพลักษณ์ ความคิด และรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคได้รับจากตราสินค้า อัตลักษณ์ คือ จุดแข็งที่เสนอคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดเพียงหนึ่งเดียว

สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ตราสินค้าหรือแบรนด์ เป็นแนวความคิดที่นำมาใช้ในการสร้างตราสินค้าเพื่อให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จนั่นเอง

4.1.3 โครงสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity Structure) หลังจากที่ได้ทราบถึงความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของ “อัตลักษณ์ของตราสินค้า/แบรนด์” สิ่งที่ต้องศึกษาให้เข้าใจในลำดับต่อไป ก็คือ โครงสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า ที่ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1) แก่นของอัตลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของตราสินค้า เป็นส่วนที่อยู่คงทนกับตราสินค้าตลอดไป เปรียบได้กับหัวใจของตราสินค้า บ่งบอกถึงตำแหน่งตราสินค้า เป็นการยากที่เปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตราสินค้า โดยแก่นของอัตลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้ตราสินค้าเป็นอัตลักษณ์ และมีคุณค่า

2) ส่วนขยายอัตลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้ตราสินค้ามีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัว และมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับตราสินค้า บ่งบอกถึงความเป็นตราสินค้าที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนของตราสินค้า ได้แก่ บุคลิกภาพตราสินค้า รวมถึงส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ ตัวผลิตภัณฑ์นี้สักเท่าใดนั้

4.2 ประเภทของอัตลักษณ์

เมื่อได้รู้ถึงความหมายกันมาแล้ว ก็ต้องมีรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม นักวิจัยจึงได้ทำการศึกษาเพิ่มเติม และก็ได้มีผู้ได้อธิบายเรื่องประเภทอัตลักษณ์ ไว้ดังนี้

อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546, 5-6) ได้อธิบายถึงเรื่องการแบ่งประเภทอัตลักษณ์ กล่าวคือ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นตัวตน และการเข้าไปมีส่วนร่วมทางสังคม โดยการที่เราารู้ได้ว่าเราเป็นใครนั้น คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลในขณะที่ความคาดหวัง หรือความคิดเห็นของผู้อื่น คือ อัตลักษณ์ทางสังคม ดังนั้น จึงสามารถแบ่งอัตลักษณ์ได้เป็น 2 ระดับที่ชัดเจน คือ อัตลักษณ์ระดับบุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ระดับสังคม (Social Identity)

4.2.1 อัตลักษณ์ระดับบุคคล (Personal identity) อัตลักษณ์ระดับบุคคล หมายถึง ลักษณะทั้งหมดที่เป็นลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล โดยเกิดจากการที่บุคคลสามารถนิยามตนเอง คือ สามารถที่จะรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) ในมุมต่าง ๆ ฐานะที่เป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กันระหว่างตนเองกับสังคมโดยผ่านการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ที่เข้าใจร่วมกันในสังคม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งไม่แน่นอนตายตัว ซึ่งบางครั้งบุคคลหนึ่งอาจมีได้หลายอัตลักษณ์ เช่น การเป็นพ่อ แม่ ลูก หัวหน้าครอบครัว ผู้บริหารองค์กร บุคคลมีชื่อเสียง และคนไทย เป็นต้น

4.2.2 อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เนื่องจากโครงสร้างของอัตลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวบุคคล และสังคมอย่างแยกกันไม่ออก อัตลักษณ์ทางสังคมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการก่อรูปอัตลักษณ์ของตัวบุคคล โดยอัตลักษณ์ทางสังคมที่เราใช้แสดงตน เช่น การที่สังคมกำหนด

บทบาทหน้าที่ และระบบคุณค่าที่ติดตัวมา ความเป็นพ่อ ความเป็นแม่ ความเป็นเพื่อน การใช้ภาษา หรือบางที่อาจเห็นได้จากบุคลิก เสื้อผ้าที่สวมใส่ สัญลักษณ์ และการสร้างภาพแทนความจริง ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นว่าเรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลอื่น และมีการแยกแยะตัวเราจากบุคคลอื่นด้วยการสร้างความต่างอย่างไร อีกทั้งการมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่เราใช้แสดงตนนั้นควรเกิดมาจากการยอมรับในอัตลักษณ์ต่าง ๆ นั้นอย่างตั้งใจ ด้วยเหตุนี้อัตลักษณ์จึงถือเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่ และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างตัวเรากับคนอื่น หรือกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ใดที่หนึ่ง และช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า

การเสริมสร้างบริการท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ และมีความสุขจึงทำให้เกิดความคาดหวังของผู้รับบริการท่องเที่ยวต่อการใช้บริการท่องเที่ยว โดยอาศัยการคาดการณ์ล่วงหน้าที่เกิดจากประสบการณ์การรับรู้และการเรียนรู้การท่องเที่ยวที่ผ่านมา

5.1 ความหมายของความคาดหวัง

ไดมินิกวิชาการให้ความหมายของความคาดหวังไว้ ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน (2557) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง สภาวะทางจิตใจที่เป็นความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นอย่างมีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นว่า ควรจะมีหรือควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้น โดยให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริการการประพุดปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

ทัศนดา เกื้อแสง, เยาวดี ศรีราม และวิจิต บัวปรอ (2555) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิด หรือจินตนาการของนักท่องเที่ยว ก่อนที่จะได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งความคาดหวังต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันตามประสบการณ์ และปัจจัยส่วนบุคคล

พชรพร ผู้ก่าจิต (2552, 15) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความพยายามของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ ความตั้งใจทุ่มเท และสภาพการณ์ที่มุ่งหวังในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ ที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างเหตุการณ์กับเหตุการณ์หรือความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และผลของการกระทำที่เกิดจากพฤติกรรมนั้น

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตที่ดี เป็นการจินตนาการถึงการท่องเที่ยวว่าจะเป็นเช่นไร ก่อนที่จะได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวจริงๆ ซึ่งการคาดหวังที่จะเกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวด้วย

5.2 ประเภทของความคาดหวัง

วัลย์ลิยา วีระวงศ์ (2556, 9) กล่าวว่า ความคาดหวังของมนุษย์สามารถแบ่งได้ ดังนี้ 1) ความคาดหวังที่มีต่อการปฏิบัติงาน เป็นความคาดหวังในการที่จะทำงานให้ตนประสบความสำเร็จจากการทำงาน

โดยใช้ความพยายามระดับหนึ่งก็อาจจะทำให้ตนได้รับความสำเร็จจากการทำงานนั้น และ 2) ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงานกับผลตอบแทน และความพึงพอใจ เป็นความเชื่อว่าจะได้ผลตอบแทนอะไรก็ได้จากที่ประสบความสำเร็จจากการปฏิบัติงาน และผลตอบแทนนั้นจะต้องมีคุณค่า และความพึงพอใจต่อผู้ปฏิบัติงาน

ประไพรัตน์ ไททยกุล และคณะ (2554, 10) ความคาดหวังมีทั้งในทางบวกและทางลบในระยะสั้นและระยะยาวความคาดหวังเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ความคาดหวังทางบวกเป็นไปในทางที่ดีมักทำให้เกิดความพยายามความคาดหวังด้านลบนั้นทำให้เกิดความวิตกกังวลขาดความสมดุลชีวิต

ฟลิปโป (Flippo, 1971, 21) ได้จำแนกความต้องการ หรือความคาดหวังของมนุษย์ โดยมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานในองค์การเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการทางกาย เป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้มนุษย์ดำรงชีวิตได้ เป็นส่วนเสริมให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเจริญก้าวหน้าและมีความสุข
2. ความต้องการทางสังคม เป็นความต้องการของจิตใจ เช่น การได้รับการยอมรับ การรวมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
3. ความต้องการให้ความสำคัญแก่ตนเอง เป็นความต้องการของจิตใจที่อยากเป็นคนสำคัญ ต้องการประสบความสำเร็จ เป็นต้น

5.3 องค์ประกอบของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ในที่นี้คณะนักวิจัยขอยกองค์ประกอบที่สำคัญของความคาดหวังของนักวิชาการ 3 ท่าน ดังนี้

5.3.1 วรูม (Vroom, 1964, 91-103) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1) Valance หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีผลต่อผลลัพธ์ของการกระทำที่เกิดจากการทำงาน ระดับความพอใจที่บุคคลคาดหวังจะมาจากการให้คุณค่าต่อการทำงาน ถ้าเป็นงานที่มีคุณค่าสูง ก็จะมีคามพึงพอใจสูงมากตามไปด้วย

2) Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีทางที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพอใจ

3) Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคล หรืออินทรีย์มีความต้องการหลากหลาย ทุกชีวิตพยายามดิ้นรนแสวงหาอย่างน้อยที่สุด คือ ความต้องการ อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เมื่อสิ่งปัจจัยเหล่านั้นได้รับการตอบสนองแล้วก็มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น จากความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างนี้เอง ทำให้เกิดความพยายามกระทำดำเนินการด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งด้วยสื่อสาร หรือเครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุความพอใจ หรือเพื่อให้ได้รับผลของการดำเนินการนั้นตามที่ได้แสดงคามพยายามนั้นเอง เรียกว่า ความคาดหวัง และความพอใจสิ่งต่างๆ

5.3.2 แนดเลอร์และลอว์เลอร์ (Nadler and Lawler, 2555, 17) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการคาดหวังไว้ 3 ประการ

1) การคาดหวังที่เกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้น บุคคลจะมีพฤติกรรมอย่างไร จะขึ้นอยู่กับในใจเขามีการคาดหวังอย่างไรเกี่ยวกับผลที่ตามมา เช่น คนที่คาดหวังว่าถ้าเขามีการผลิตเพิ่มขึ้นเขาจะได้รับการยกย่อง เขาก็จะตัดสินใจทำงานหนักขึ้น แต่ถ้าเขาคาดหวังว่าแม้จะมีการผลิตเพิ่มขึ้น เขาก็จะไม่ได้ประโยชน์อะไรเพิ่มขึ้นเลย เขาก็จะไม่ทุ่มเทให้กับงานเป็นพิเศษแต่อย่างใด

2) ความพอใจหรือคุณค่าของผลที่เกิดขึ้นที่เขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นได้นั้น ได้ก่อให้เกิดความพอใจหรือมีคุณค่าแก่เขาเพียงใด

3) ความคาดหวังเกี่ยวกับกำลังพยายามกับผลปฏิบัติงาน ความคาดหวังของบุคคลเกี่ยวกับความยุ่งยากในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลนั้นว่าจะปฏิบัติงานดังกล่าวหรือไม่

5.3.3 พรศิริ บินนารวี (2555, 17) กล่าวถึงองค์ประกอบของการคาดหวังไว้ดังนี้

1) บริการที่พึงประสงค์ เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับ ซึ่งระดับของความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล และความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ได้รับ

2) บริการที่เพียงพอ เป็นระดับที่ต่ำที่สุดของการบริการที่ลูกค้าจะยอมรับได้ โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความคาดหวังระดับนี้จะเกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่น

3) บริการที่คาดการณ์ เป็นระดับการให้บริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ลูกค้าพบปะกับผู้ให้บริการ การบริการที่คาดการณ์นี้มีผลกระทบโดยตรงต่อการกำหนดระดับการบริการที่พึงประสงค์

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวังนั้น คณะนักวิจัยสรุปได้ว่า ความคาดหวังนั้น คือการคาดการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตที่ดี เป็นการจินตนาการถึงการท่องเที่ยวว่าจะเป็นเช่นไร ก่อนที่จะได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวจริงๆ ซึ่งการคาดหวังที่จะเกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวด้วย

6. แนวคิดของ SWOT Analysis

เมื่อเห็นคำว่า SWOT Analysis ก็ต้องรู้ทันทีว่าการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่นิยมใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรต่างๆทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน แต่ก็มีคนทั่วไปที่ไม่รู้จักและเข้าใจแนวคิดนี้ จึงได้ทำการศึกษาแนวคิด SWOT Analysis ตามหัวข้อดังนี้

6.1 ความหมายของ SWOT

ในเรื่องของความหมายนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

ประเวศน์ มหารัตนสกุล (2560, 122) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานขององค์กรในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อกำหนดแนวทางและทิศทางที่จะใช้ทำให้องค์กรสามารถเติบโตต่อไป แล้วนำกลยุทธ์ที่ได้ไปปฏิบัติเป็นรูปของแผนงาน โครงการ และกิจกรรมภายใต้โครงการ ด้วยกลยุทธ์รุกไล่ ตั้งรับ ปรับตัว หรือหลีกเลี่ยง ในบางสถานการณ์อาจต้องใช้กลยุทธ์แบบผสมกัน ปฏิบัติพร้อมกัน หรือใช้กลยุทธ์ใดก่อนหลังขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ปฏิบัติ และทรัพยากรรวมทั้งสถานการณ์

เจมส์ แมคคอร์แมค และ บอสเบทส์ (James McCormack and Boss Best, 2556, 178) ได้ให้ความหมายไว้ การวิเคราะห์ SWOT เป็นการแจกแจงถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ จุดแข็ง และจุดอ่อนจะเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยภายใน ในขณะที่โอกาส และอุปสรรคจะเน้นไปยังปัจจัยภายนอก บ่อยครั้งที่เรื่องเดียวกันอาจเป็นได้ทั้งจุดแข็ง และจุดอ่อน หรือโอกาส และอุปสรรค

สมคิด บางโม (2555, 338) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหารรู้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร

จากที่ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ข้างต้น นำมาสรุปความหมายของ SWOT ได้ว่า เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์การดำเนินงานขององค์กรทั้งภายใน และภายนอกองค์กร โดยมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเป็นองค์ประกอบหลักในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางและทิศทางให้องค์กรสามารถเติบโตต่อไป

6.2 หลักสำคัญของ SWOT ทุกองค์กรหรือบริษัทนั้นล้วนต้องการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้เกิดผลดี ทำให้ได้รับผลประโยชน์เต็มที่ทั้งนั้น แต่ก็ขึ้นอยู่กับวิธีการกระทำเป็นสำคัญ หลักสำคัญของ SWOT นั้นมีหลายข้อ (พิบูล ทีปะปาล, 2547, 80) ดังนี้

6.2.1 ยึดถือการวิเคราะห์เน้นทุกตลาด การวิเคราะห์ตลาด/ผลิตภัณฑ์เพียงตลาดเดียวอย่างละเอียดไม่อาจนำไปขยายผลใช้กับตลาดอื่นๆ ได้

6.2.2 สืบค้นหาคู่แข่งกันอย่างเต็มที่ แม้ว่าการแข่งขันในรูปของตราผลิตภัณฑ์จะมีความสำคัญมากที่สุด แต่นักวิเคราะห์จะต้องไม่มองข้ามรูปแบบการแข่งขันแบบอื่นๆ ด้วย

6.2.3 ร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับฝ่ายอื่นๆ การวิเคราะห์ SWOT ส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูล และมุมมองระหว่างแผนก ความคิดจากการหลอมรวมระหว่างแผนก ทำให้เกิดแนวทางการแก้ปัญหาใหม่ๆ และสร้างสรรค์มากขึ้น เพื่อนำไปแก้ปัญหาต่างๆทางการตลาด

6.2.4 ตรวจสอบปัญหาต่างๆ จากมุมมองของลูกค้า ความเชื่อของลูกค้าเกี่ยวกับบริษัท ผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ SWOT คำว่า “ลูกค้า” ในความหมายกว้างจะรวมถึง ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

6.2.5 แยกประเด็นปัญหายานในออกจากภายนอก ถ้าหากปัญหายังคงเกิดขึ้นได้แม้ว่าจะไม่มีบริษัทก็ตาม ประเด็นปัญหานั้นถือเป็นปัญหายานนอก ทางเลือก กลยุทธ์ หรือกลยุทธ์วิธีการทางการตลาด ไม่เหมือนกับ “โอกาส” ในเรื่องของวิเคราะห์ SWOT

6.3 องค์ประกอบของการวิเคราะห์ SWOT

เมื่อนึกถึงการวิเคราะห์ SWOT หลายคนก็ต้องเห็นตัวหนังสือภาษาอังกฤษ 4 ตัว คือ SWOT แต่หลายคนก็ไม่ว่าที่มาคืออะไร คณะนักวิจัยจึงได้ศึกษาองค์ประกอบของ SWOT Analysis ไว้ดังนี้

6.3.1 วิเคราะห์จุดแข็ง หมายถึง ทรัพยากรหรือลักษณะพิเศษที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กรที่ได้เปรียบเทียบกับคู่แข่ง และเป็นสิ่งจำเป็นต่อตลาดซึ่งองค์กรตอบสนองอยู่ หรือตลาดที่คาดหวัง เป็นความสามารถที่โดดเด่นเมื่อช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในโลกธุรกิจ

6.3.2 วิเคราะห์จุดอ่อน หมายถึงข้อจำกัดบางอย่าง หรือความขาดแคลนในทรัพยากร ทำให้องค์กรเสียเปรียบคู่แข่ง ซึ่งทำให้การดำเนินงานขององค์กรขาดประสิทธิภาพ

6.3.3 วิเคราะห์โอกาส หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบทางบวกต่อการดำเนินงานขององค์กร คือการอธิบายลักษณะหนึ่งของโอกาสในเรื่องของส่วนตลาด การเข้าสู่ตลาด หรือส่วนผสมทางการตลาดใหม่ การเจริญเติบโตของตลาดที่รวดเร็วกว่า การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ของการแข่งขัน หรือกฎระเบียบ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการปรับปรุงความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ หรือซัพพลายเออร์สามารถเป็นโอกาสได้ทั้งสิ้น

6.3.4 วิเคราะห์อุปสรรค หรือภัยคุกคาม หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบทางลบต่อการดำเนินงานขององค์กรในตำแหน่งที่อยู่ในปัจจุบัน หรือตำแหน่งที่ปรารถนา การเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งหน้าใหม่ ตลาดเติบโตช้า อำนาจการต่อรองที่เพิ่มขึ้นของผู้ซื้อ หรือซัพพลายเออร์รายใหม่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การทบทวนกฎระเบียบใหม่ ภาวะเศรษฐกิจวิกฤติ ความไม่มั่นคงในการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย การเคลื่อนย้ายของประชากร อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความผันผวน เป็นต้น

6.4 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

หลายองค์กรเห็นถึงประโยชน์ในการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งสอดคล้องกับ นิติ รัตนปรีชาเวช (2559, 180) ได้ให้อธิบายไว้ว่า การวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้เห็นภาพของโครงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในสถานการณ์หนึ่งๆ เพื่อมุ่งกำหนดกลยุทธ์ในการกำจัดข้อเสียเปรียบ และเพิ่มเสริมแรงข้อได้เปรียบ และควรที่จะเป็นการวิเคราะห์ในช่วงที่ได้วางตำแหน่งทางการตลาดไปบ้างแล้วเพื่อที่จะสามารถนิยามได้ถึงคู่แข่งที่จะทำการเปรียบเทียบได้

6.5 ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินการวิเคราะห์ SWOT

หลายคนอาจมีความคิดในรูปแบบวิธีของตนเอง ในที่นี้นักวิจัยขอหยิบยกการวิเคราะห์ของ จตุพร สังขวรรณ (2557, 216-227) ที่ได้อธิบายวิธีการวิเคราะห์ SWOT ไว้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมานับจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มันน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

6.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อ การบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

1) จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่ทำได้ดี และมีความโดดเด่น ซึ่งองค์การสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่ทำได้ดีกว่าคู่แข่ง หรือ หน่วยงานที่มีภารกิจที่คล้ายคลึงกัน

2) จุดอ่อนขององค์กร (Weaknesses) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานที่เป็นจุดอ่อน และก่อให้เกิดปัญหาภายในองค์กร และไม่สามารถนำมาใช้ในการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่ทำได้ไม่ดี หรือ ทำได้น้อยกว่าคู่แข่ง หรือ หน่วยงานที่มีภารกิจคล้ายคลึงกัน

6.5.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาส และอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงินการงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

1) โอกาสทางสภาพแวดล้อม (Opportunities) หมายถึง ปัจจัย และสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ หรือ หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ หรือ โอกาสต่อการดำเนินการขององค์กร

2) อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (Threats) หมายถึง ปัจจัย และสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวาง หรือเป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานขององค์กรในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป็นปัญหาต่อองค์กร

6.5.3 ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กร กำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์ เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไป ในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้

1) สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (aggressive - strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

2) สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว (defensive strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

3) สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (turnaround-oriented strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

4) สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (diversification strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

6.6 ข้อพิจารณาในการวิเคราะห์ SWOT

ในการวิเคราะห์ SWOT มีปัจจัย 3 ประการ ที่ต้องคำนึงถึง (อัมพร ไหลประเสริฐ, 2558) ดังนี้

6.6.1 มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ผู้วิเคราะห์จะต้องรู้ และยอมรับจุดอ่อนของหน่วยงานหรือองค์กรหรือพื้นที่ รู้อุปสรรคของหน่วยงานหรือองค์กรหรือพื้นที่ จะต้องมีใจเป็นกลางในการวิเคราะห์ปัญหาของหน่วยงานหรือองค์กร

6.6.2 แยกแยะ ปัญหาให้ได้และแก้ปัญหานั้นให้ตรงจุด ผู้วิเคราะห์จะต้องแยกแยะ ให้ได้ว่าอะไรเป็นปัญหา และอะไรเป็นสาเหตุของปัญหา เพื่อหาทาง แก้ไขให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.6.3 มองปัญหาให้กว้าง และครบทุกด้าน ผู้วิเคราะห์อย่ามองปัญหาเพียงข้อเดียว หรือด้านใดด้าน หนึ่งต้องมองให้กว้าง และครอบคลุมทุกด้าน

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ SWOT ที่ดีควรใช้หลักสำคัญคือ ด้านสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกเพื่อใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์โดยมีองค์ประกอบ คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิเคราะห์ หลังจากได้ข้อมูลภายใน และภายนอกมาแล้ว ประโยชน์ที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

7. แนวคิดศักยภาพและความพร้อมของชุมชน

ความหมายของศักยภาพได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายลักษณะที่แตกต่างกันไปดังต่อไปนี้

7.1 ความหมายของศักยภาพ

ความหมายของคำว่า “ศักยภาพ” คำว่าศักยภาพ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Potential ตามความหมายของรูปแบบศัพท์แปลว่า “ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2551) และได้มีผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนักวิชาการกล่าวถึงความหมายของศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน ดังต่อไปนี้

พรอคเตอร์ (Procter 1991, 805) ให้ความหมายว่า “ศักยภาพ” หมายถึง สิ่งที่สามารถจะเกิดขึ้นหรืออาจจะไม่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันหรือความเป็นไปได้ในการพัฒนาหรือมีทางทำให้เกิด

ข้อคิดเห็น[1]:

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2553, 7) ได้นิยามว่า “ศักยภาพ” หมายถึง ความสามารถหรือ ความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการหรือ การเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น

เพชรน้อย ม่วงงาม (2552, 7) ได้ศึกษาคำจำกัดความของศักยภาพ หมายถึง พลังที่แฝงอยู่ และสามารถทำให้ปรากฏได้ ความสามารถที่แสดงหรือปรากฏเป็นได้ทั้ง เครื่องชี้หรือสะท้อนศักยภาพในอดีต และเป็นเครื่องบ่งบอกศักยภาพในอนาคตการปรากฏของพลังศักยภาพของสิ่งใด ๆ จะเป็น เช่นใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 2 ส่วน คือ พลังความสามารถของสิ่งนั้น และเงื่อนไขบริบทที่เป็นไปได้ทั้งตัวชัดขวางหรือตัวหนุนเสริมการปรากฏออกมาของศักยภาพนั้นที่สำคัญ คือ เงื่อนไขเชิงบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

เยาวลักษณ์ ศิริสุวรรณ (2553, 8) กล่าวว่าศักยภาพของบุคคล หมายถึง พลังความสามารถของบุคคลที่มีอยู่ในตัว ซึ่งสามารถนำออกมาใช้ เพื่อดำเนินการหรือประกอบกิจการ อย่างใดอย่างหนึ่งในขอบเขตได้เป็นผลสำเร็จ อนึ่งจะมีลักษณะที่ไม่ตายตัวแต่อาจจะทำให้มีมากขึ้นหรือแข็งแรงขึ้นจากการพัฒนา

ดร.ณ ไครศรี (2551) การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การนำความรู้ความสามารถที่อยู่ภายในตัวบุคคลใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตัวบุคคล และองค์กร นำศักยภาพเหล่านั้นมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่ทุกสิ่งทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาศักยภาพในการพัฒนานุเคราะห์ในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเมื่อศักยภาพที่มีอยู่ในตัวบุคคลแต่ละคนได้รับการพัฒนาแล้ว ผลลัพธ์ที่จะตามมา คือ ความสำเร็จขององค์กร การพัฒนาความรู้ความสามารถของมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมาจากการรู้จักที่จะพัฒนา และตระหนักรู้และความสามารถของตนเอง เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการทำงานระหว่างร่างกาย และจิตใจ ดังนั้น การพัฒนาความสามารถของมนุษย์จึงจำเป็นต้องพัฒนาทางร่างกาย และจิตใจไปพร้อม ๆ กัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความสำเร็จขององค์กร นั่นเอง

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า “ศักยภาพ” หมายถึง ความสามารถ ความพร้อมหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้ปรากฏหากได้รับการพัฒนา หรือ กระตุ้นจากภายนอก อันจะส่งผลต่อความสำเร็จ และความพึงพอใจสูงสุด

7.2 ศักยภาพชุมชน

ความหมายหรือนิยามของ “ชุมชน” สำหรับคำว่า ชุมชน มีนักวิชาการและนักพัฒนาชุมชน ได้ให้ความหมาย และคำนิยามไว้หลากหลาย ซึ่งแตกต่างกันออกไปตามนัยยะแห่งการนำคำว่า “ชุมชน” ไปใช้ในศาสตร์นั้น ๆ อย่างไรก็ตามสามารถสรุปความหมายหรือนิยาม “ชุมชน” ได้ดังนี้

7.2.1 ความหมายของชุมชน ประเวศ วะสี (2541, 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ชุมชน” หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการเอื้ออาทรต่อกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ ซึ่งรวมถึงการติดต่อสื่อสารกัน จะเห็นได้ว่านักวิชาการได้ให้ความหมายของชุมชนแตกต่างกันออกไป โดยอาจจะแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง คือ

1) ชุมชน หมายถึง กลุ่มทางสังคม ที่มีความสัมพันธ์กันตามบรรทัดฐานทางสังคม มีความผูกพันกัน และมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคง ซึ่งมีความหมาย เช่นเดียวกับความหมาย โดยรูปศัพท์ และอาจหมายถึงกลุ่มบุคคลที่มีสายสัมพันธ์เดียวกัน เช่น ครอบครัว เผ่าชนต่าง ๆ ด้วย

2) ชุมชน หมายถึง พื้นที่หรือบริเวณทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของกลุ่มคน เช่น ละแวกบ้าน หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด เป็นต้น

3) ชุมชน หมายถึง องค์การทางสังคม ที่มีวัตถุประสงค์แนชัด และรวมกันในช่วงเวลาที่ยาวนานพอสมควร จนเกิดระบบความสัมพันธ์ และความผูกพันกันขึ้น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล กรรมการสุขาภิบาล พรรคการเมือง กลุ่มอาชีพต่างๆ เป็นต้น

7.2.2 ความหมายของศักยภาพชุมชน มีนักวิจัยได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

1) สายพิน สันต และคณะ (2551) ได้ให้ความหมายของ ศักยภาพของชุมชน หมายถึง การพัฒนาความสามารถของชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วยการพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติและองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง จากการนำทรัพยากรที่มีของมนุษย์มาสร้างประโยชน์คืนสู่ชุมชน

2) จิราภา ฉิมสุข (2544) ให้ความหมายศักยภาพของชุมชน หมายถึง ความสามารถของชุมชนในอันที่จะตอบสนองความต้องการและแก้ไขสภาพปัญหาของคนส่วนใหญ่ในชุมชนรวมทั้งความสามารถของชุมชน ในการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานกับคนภายนอกชุมชน ขณะเดียวกันก็ดำเนินการแก้ไขปัญหามาจากภายนอกชุมชน ทั้งนี้ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อความปึกติสุข ในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน องค์ประกอบที่ทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพในการดำเนินงานใด ๆ นั้น ได้แก่ โครงสร้างประชากร และระบบปกครอง อาชีพ และระบบการผลิต

3) สุรเชษฐ์ เวชพิทักษ์ (2533, 22-23) กล่าวถึง ศักยภาพชุมชนว่า หมายถึง ความสามารถของชุมชนในการจัดการภายในชุมชน เช่น การใช้ระบบเครือข่าย ในระบบคัดเลือกผู้นำ การใช้ระบบสารเฝ้าศาลแก่ ทำหน้าที่พิจารณาคดี และแก้ไขข้อขัดแย้งหรือกรณีพิพาทในชุมชน

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของชุมชนประกอบด้วย คน สมาชิก ความสัมพันธ์ภายในชุมชน และขอบเขต สามารถสร้างสำนึกร่วมกันของสมาชิกได้อีกด้วย

ศักยภาพของชุมชนที่มีความสามารถหรือมีความพร้อมจะกระทำให้เป็นผลสำเร็จ รวมถึงการแก้ไขปัญหา และสนองความต้องการของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดีกว่าและอย่างมีประสิทธิภาพ

7.3 ความพร้อมของชุมชน ความพร้อมของชุมชนจะมีปัจจัยหลัก ๆ ด้วยกัน 6 ข้อ คือ ผู้นำและคนในชุมชนมีความสามัคคี สถาบันครอบครัวเข้มแข็ง วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง แนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน การเตรียมความพร้อมของชุมชน

7.3.1 ความหมายของความพร้อมของชุมชน ความพร้อมของชุมชน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ปัจจัยนี้มีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ (ทิพย์สุ พุฒจร, 2559, 127-128)

1) ผู้นำและคนในชุมชนมีความสามัคคี ทำให้การดำเนินกิจการด้านการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือและได้รับการหนุนเสริมในการทำงานเป็นไปด้วยความราบรื่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวประสบปัญหา จะเกิดพลังทั้งความคิดทางออกในการแก้ไขปัญหา พลังกาย พลังใจ ให้สามารถร่วมกันแก้ไขปัญหา และพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

2) สถาบันครอบครัวเข้มแข็ง คนในชุมชนซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยว มีส่วนช่วยทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรม และความรับผิดชอบของสมาชิกในครอบครัว เพื่อร่วมทำหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ เป็นเจ้าบ้านในการแสดงออกถึงสังคม และวัฒนธรรมที่ดีงาม การยินดีต้อนรับ และการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว เมื่อสถาบันครอบครัวได้มีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ พลังของความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวในชุมชน ได้มีส่วนสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ในทางกลับกันสถาบันครอบครัวจะได้รับผลประโยชน์ทั้งเงินรายได้และสวัสดิการสังคมคืนกลับเพื่อหนุนเสริมความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวได้อีกด้วย

3) วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน การเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชนที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนมีลักษณะเฉพาะของชุมชนที่อ่านเหมือนหรือแตกต่างจากที่อื่นแต่สามารถบ่งบอกได้สื่อสารได้สัมผัสได้ว่าชุมชนมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอย่างไรความพร้อมนี้มีส่วนแสดงถึงเอกลักษณ์ความโดดเด่นมีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวหรือการเรียนรู้ในชุมชนและเป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชนได้ร่วมสืบสานรักษาประเพณีชีวิตและวัฒนธรรมที่ดีงามต่อไป

4) เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองและพอเพียง ชุมชนมีการประกอบอาชีพและหลากหลาย มีการรวมกลุ่มอาชีพเกิดผลผลิต และบริการ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในชุมชน จึงเกิดเศรษฐกิจชุมชนที่เกื้อกูลการมีการกระจายรายได้และมีเงินหมุนเวียนในชุมชน ส่วนที่มีกำลังและศักยภาพพอเพียง สามารถยกระดับการผลิตและการจำหน่ายออกนอกชุมชน สร้างรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต และสามารถพึ่งตนเองได้ทั้งในระดับครอบครัวระดับชุมชน

5) แนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นแนวคิดที่ให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของประชาชนเอง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนรู้จักวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่

ตนเองเป็นอยู่ และพร้อมจะเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็นกระบวนการพัฒนาก็จะเกิดไปด้วยความสมัครใจปราศจากการบังคับ ประชาชนจะมีบทบาทหลักในการพัฒนาสามารถพัฒนาและพึ่งตนเองได้ และผลแห่งการพัฒนา ก็จะตกอยู่กับประชาชนในชุมชนนั่นเอง และการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการปูพื้นฐานให้มีการสร้างประชาธิปไตยขึ้นในชุมชนได้อย่างมั่นคง

6) การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยว เป็นดาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน ซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน

จากข้อความข้างต้นสรุปได้ว่า ความพร้อมของชุมชน ต้องมีผู้นำในชุมชนและมีความสามัคคีกันภายในชุมชน สถาบันครอบครัวต้องเข้มแข็ง คนในชุมชนซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวมีส่วนช่วยทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมและความรับผิดชอบของสมาชิกในครอบครัว เพื่อร่วมทำหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนมีลักษณะเฉพาะของชุมชน และมีส่วนแสดงถึงเอกลักษณ์ความโดดเด่นมีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเข้ามาเรียนรู้ในชุมชน สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในชุมชนจนเกิดเศรษฐกิจชุมชนที่เกื้อกูลการมีการกระจายรายได้และมีเงินทุนเวียนในชุมชน

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8.1 พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนพฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีทั้งหมด 418 คน โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ธงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์ และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทางการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกันตลอดจนพัฒนาด้านบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

8.2 อรอม ตั้งกิจงามวงศ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ภูมิทัศน์วัฒนธรรมชายฝั่งทะเล : แนวทางการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่อ่าวบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาลักษณะภูมิทัศน์วัฒนธรรมชายฝั่งทะเลพื้นที่อ่าวบางตะบูน เพื่อการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบัน ด้วยการสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์คนท้องถิ่นและบุคคลที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์ปัญหา และเสนอแนะแนวทางการอนุรักษ์และจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมสำหรับพื้นที่ศึกษา จากการศึกษาพบว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่พัฒนาการจากอดีต มีเทคโนโลยีการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรม เพื่อกำหนดแนวทางการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวบางตะบูน ครอบคลุมประเด็นในด้านการรักษาระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและการจัดการโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

8.3 เบญจวรรณ กิตติจารุกร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนสมุทรเจดีย์ตำบลปากน้ำ อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการ

พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดำเนินการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชน เทศบาลนครระยอง และกลุ่มอนุรักษ์แม่น้ำระยองและป่าชายเลน ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จะนำมาตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า สรุปและนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาความ ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพชุมชนสมุทรเจดีย์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พิจารณาจาก 5 องค์ประกอบ พบว่า 1) ศักยภาพด้านพื้นที่ที่มีความพร้อมสูง อันเนื่องมาจากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ป่าชายเลน นกน้ำ ฯลฯ 2) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ มีการแบ่งภารกิจความรับผิดชอบโดยชาวบ้านกลุ่มอนุรักษ์แม่น้ำระยอง และป่าชายเลนและเทศบาลนครระยอง 3) ศักยภาพด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกยังขาดความพร้อมด้านที่พัก ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ 4) ศักยภาพด้านกิจกรรม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่หลากหลาย เช่น ดูนก ปลุกป่า ล่องเรือศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น 5) ศักยภาพด้านองค์กรในด้านการมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น กลุ่มอนุรักษ์แม่น้ำระยองและป่าชายเลน และเทศบาลนครระยอง รวมถึงหน่วยงานราชการ และเอกชน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาชุมชนสมุทรเจดีย์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่ามี 3 ประการ คือ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการบริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก และปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งนี้แนวทางในการพัฒนาชุมชนสมุทรเจดีย์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเน้นการพัฒนาด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะเรื่องที่พัก ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม และร้านขายสินค้าที่ระลึก ยังไม่มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้มากขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

8.4 มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายของหัวหินในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น 2) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และค้นคว้าจากเอกสาร ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นให้ความหมายถึงหัวหินว่า เป็นเมืองที่มีชายหาดสวยงาม ทราวยาวละเอียด น้ำทะเลใสสะอาด บรรยากาศที่เงียบสงบ เป็นสถานที่พักผ่อนอากาศที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่เหมาะกับการมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว คู่รัก และมาเป็นกลุ่ม และเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ ลักษณะความเป็นตัวตนของหัวหิน พบว่า เป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อน มีความสะดวกสบายด้านการเดินทางเหมาะกับผู้ที่เวลาน้อยเป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมพิเศษ และงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ มีอาหารทะเลที่สด อร่อย มีความปลอดภัย และเป็นที่รวมแหล่งช้อปปิ้ง เป็นเมืองที่มีบุคลิกภาพ คือ เป็นเมืองไม่ใหญ่มาก พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก รู้สึกมีความสุข อบอุ่น สบายใจ เพลิดเพลิน และปลอดภัย รู้สึกคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับ

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน พบว่า เป็นสถานที่พักตากอากาศยุคแรกของประเทศไทย เป็นเมืองเก่าที่ผสมผสานระหว่างความเก่ากับความใหม่ได้อย่างลงตัว อยู่ติดทะเล มีชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊สที่มีชื่อเสียง สัญลักษณ์ที่เด่นชัด คือ ป้ายสถานีรถไฟ กรอบสีแดง พื้นสีขาว ตัวหนังสือสีดำ เขียนว่า “หัวหิน” และ “ไกลกังวล” เป็นเสมือนตราสินค้าของหัวหินที่เด่นชัดมากถือเป็นสัญลักษณ์ของหัวหิน เพลินวาน เป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ของหัวหินที่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจ วัฒนธรรมความเป็นหัวหิน พบว่า เป็นเมืองที่มีมนต์ขลัง บรรยากาศโรแมนติก มีความทันสมัย สถานที่พักตากอากาศติดทะเล ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีเป็นกันเอง มีความหลากหลายของผู้คน วัฒนธรรม เชื้อชาติและศาสนา ภาพลักษณ์ของหัวหินในวันนี้คือ เสน่ห์แห่งวัฒนธรรมทางดนตรีหรือแจ๊สหัวหิน

8.5 สาวิตรี ฤทธา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนกวนพะเยาฝั่งตะวันตก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนกวนพะเยาฝั่งตะวันตก 2) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชน และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชน มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทางสังคมศาสตร์เชิงพรรณนาร่วมกับค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้มาเยือนชาวไทย จำนวน 316 คน กลุ่มผู้นำชุมชนกวนพะเยาฝั่งตะวันตก จำนวน 89 คน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ จำนวน 8 คน และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 หน่วยงาน ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนกวนพะเยาฝั่งตะวันตก มีระดับศักยภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ สำหรับด้านความต้องการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในภาพรวมเฉลี่ยทั้งหมดมีความต้องการพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ตามลำดับ ส่วนแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีทั้งหมด 5 แนวทาง คือ 1) แนวทางการพัฒนา ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว 2) แนวทางการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนาด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) แนวทางการพัฒนาด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

8.6 ทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของหมู่บ้านอรัญญิก 2) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของคนในชุมชนอรัญญิก 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของหมู่บ้านอรัญญิก โดยเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และ กลุ่มผู้อาศัยในหมู่บ้านอรัญญิกจำนวน 235 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

และการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ 4 แห่ง และกลุ่มผู้ประกอบการในหมู่บ้าน อรัญญิกจำนวน 11 แห่ง โดยวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการประเมินศักยภาพของหมู่บ้านอรัญญิกอันก่อให้เกิด แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านอรัญญิกจนกระทั่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจาก นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐยังไม่สามารถดำเนินการ พัฒนาได้อย่างเต็มที่ โดยหน่วยงานภาครัฐควรมีการร่วมมือกับชาวบ้านหมู่บ้านอรัญญิก เพื่อให้การดำเนินงาน เป็นไปตามที่มุ่งหวัง 2) ชาวบ้านในหมู่บ้านอรัญญิกยังขาดการมีส่วนร่วมและขาดความรู้ในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวมาอบรมให้ความรู้ แก่ชาวบ้าน 3) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น และคนในหมู่บ้านจะรับจ้างตีมีด ส่งให้กับร้านค้ามีดในหมู่บ้าน เป็นการกระจายรายได้ และมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 4) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีทัศนคติเชิงบวกต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านความสะอาดและการกำจัดขยะ และด้าน ผลผลิตภัณท์ของที่ระลึก ส่วนปัจจัยรองลงมาที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่าควรปรับปรุงเพิ่มเติมได้แก่ ด้านความ ปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการการท่องเที่ยว

8.7 นิรมล ขมหวาน (2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี โดยใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการวิจัยคือ 1) การกำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ให้ข้อมูล สำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ กลุ่มผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการ และกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า และประชาชนที่อาศัยอยู่ภายในชุมชน 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสำรวจภาคสนาม การสังเกตแบบไม่มี ส่วนร่วม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การจัดประชุมกลุ่มย่อย และการวิเคราะห์ ข้อมูลและตีความแบบอุปนัย เพื่อสร้างข้อสรุปที่ได้จากผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนตลาดโบราณบาง พลี มีอัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกัน ทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเกิดการยอมรับร่วมกันของชาวชุมชน และมีการปฏิบัติสื บต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชน และเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนิน ชีวิตของชุมชน โดยอัตลักษณ์ของชุมชนที่พบคือ 1) มีวิถีชีวิตชุมชนแบบแม่ค้าชุมชนตลาดริมน้ำซึ่งเป็นวิถีชีวิต จริงที่ยังหลงเหลืออยู่ในสังคม 2) มีแบบแผนอาคารสถาปัตยกรรมแบบโบราณ 3) มีประเพณีรับบัวซึ่งเป็น ประเพณีเก่าแก่ และมีเพียงหนึ่งเดียวในประเทศไทย 4) มีหลวงพ่อโตอันเป็นที่เลื่อมใส และศรัทธาของ ประชาชนจากทั่วประเทศประดิษฐานอยู่ ณ วัดบางพลีใหญ่ใน 5) มีขนมพื้นบ้าน และอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมสายบัว ขนมกะลา และปลาสลิดแดดเดียว และ 6) มีการละเล่นพื้นบ้าน ได้แก่ การเล่นกังหันเมลิ็ดมะม่วง การแข่งเรือมาด และการเล่นมวยทะเลโดยอัตลักษณ์ที่ยังคงดำรงอยู่ในชุมชน ได้แก่ อัตลักษณ์การมีวิถีชีวิต แบบแม่ค้าชุมชนตลาดริมน้ำ การมีแบบแผนอาคารสถาปัตยกรรมแบบโบราณ การมีประเพณีรับบัว การมี หลวงพ่อโต การมีอาหารพื้นเมืองคือปลาสลิดแดดเดียว ส่วนอัตลักษณ์ที่สูญหายไปจากชุมชนไม่มีการรื้อฟื้น กลับมา ได้แก่ อัตลักษณ์ขนมพื้นบ้าน คือ ขนมสายบัว และขนมกะลา

8.8 โกวิท วัฒนสังข์ (2557) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา อุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย 2) เพื่อศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี 3 ภาคส่วน ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ทั้งหมดจำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวต่อตัว จำนวน 5 คน สัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 7 คน และสรุปแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย โดยการสนทนากลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการถอดเทปและนำข้อมูลที่ได้อาจจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็น สังเคราะห์ข้อมูล แปลความหมายข้อมูลและนำเสนอเชิงพรรณนา การศึกษาเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม มี 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นลักษณะตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า ตอนที่ 3 เป็นการบรรยายความโดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลโดยการบรรยายความ

ผลการศึกษาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 สภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง พบว่า อุทยานนกน้ำทะเลน้อยเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย ซึ่งประกาศเป็นพื้นที่อนุรักษ์เปิดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมและพักผ่อนได้ โดยในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี การขาดการบริหารจัดการและการประเมินศักยภาพด้านพื้นที่ที่เหมาะสม ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว คำถามการวิจัยข้อที่ 2 ปัญหาการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง พบปัญหาสามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การบุกรุกทำลายทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ 2) ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพระราชบัญญัติการใช้พื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่ทับซ้อน 3) ปัญหาด้านการเข้าถึง คือ ป้ายบอกทาง ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายเตือน ป้ายยืนต้อนรับขนาดใหญ่ยังไม่เพียงพอ 4) ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ ใบปลิวยังไม่แพร่หลาย คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง พบว่า ควรจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ดังกล่าวร่วมกัน โดยให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ทะเลน้อย และมีการจัดตั้งคณะทำงานที่จะเป็นตัวกลางประสานงานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปแนวทางในการดำเนินงานดังนี้ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม ควรกำหนดพื้นที่การให้บริการที่ชัดเจนและเหมาะสม 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรพัฒนาที่จอดรถ ห้องสุขา ท่าเทียบเรือ ให้ได้มาตรฐานไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ 3) ด้านการเข้าถึง ควรมีการจัดทำป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทิศทางภายในแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน ป้ายเตือนนักท่องเที่ยวในจุดที่เสี่ยงอันตราย 4) ด้านการประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดสรรงบประมาณในการจัดทำแผ่นพับ ใบปลิว เว็บไซต์ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 5) การมีส่วนร่วมของชุมชน ควรมีการจัดตั้งกลุ่มประสานงานการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำทะเลน้อย และจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและเยาวชน

8.9 นุชนาฏ เชียงชัย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง 2) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง จำนวน 400 คน ร่วมกับการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ประชากรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง จำนวน 876,526 คน และผู้ที่มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง มีดังนี้ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง และนายกสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยว และรถเช่าจังหวัดลำปาง เมื่อกล่าวถึงจังหวัดลำปางส่วนใหญ่นึกถึง “รถม้า” สิ่งดึงดูดใจให้เลือกท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะคือ วัดพระธาตุลำปางหลวง กิจกรรมที่สนใจคือ เดินเล่น ถนนคนเดินกาดกองต้า ตลาดจีนโบราณ การรับทราบแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อโซเชียลมีเดีย นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว และส่วนใหญ่ตอบว่าจะกลับมาเที่ยวจังหวัดลำปางอีกแน่นอน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการตลาด แหล่งท่องเที่ยวอันซีน และสนับสนุนให้ เชรามิกเป็นสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ของลำปาง จากการศึกษาจังหวัดลำปาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มีความมั่นคง และเข้มแข็งในการรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีลำปางดั้งเดิม แต่นักท่องเที่ยวยังไม่ได้ให้ความสนใจและเลือกให้จังหวัดลำปางเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

8.10 บุญยสุภรณ์ อนุณสุข และ วศิน ปัญญาธุระกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของการพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556 2) เพื่อศึกษารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว ในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเหมาะสมในช่วงเวลาดังกล่าว และ 3) เสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัด พิษณุโลก โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน และผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ถูกจำกัดให้อยู่ภายใต้เครือข่ายของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2) รูปแบบและผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ 2.1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2.3) รูปแบบและผลิตภัณฑ์สนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการคมนาคมขนส่ง บริษัทนำเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกตามลำดับ 3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์

ประกอบด้วย 3.1) ยุทธศาสตร์เชิงรุก 3.2) ยุทธศาสตร์เสริมความมั่นคง 3.3) ยุทธศาสตร์การคงสภาพ และ 3.4) ยุทธศาสตร์การหยุดยั้ง

8.11 ปวีณา งามประภาส (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพและการเตรียมความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน สำหรับผู้สูงอายุอย่างมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุรวมถึงหาแนวทางในการพัฒนา และเตรียมความพร้อมของการท่องเที่ยวชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเมาะหลวง การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีเสวนา โดยมีกรอบประเด็นในการสนทนา คือ ศักยภาพชุมชน ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน สถานการณ์ การดำเนินการ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และถอดบทเรียนร่วมกันของชุมชน เพื่อร่วมกันในการหาแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาเนื้อหา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชนประชาชนในหมู่บ้านเมาะหลวง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมาะหลวงมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นถ้ำเทพสถิต ถ้ำผาโงม ถ้ำดอยน้อย ถ้ำผากล้วย ถ้ำดอยงู ภูเขาไฟจำปาแดง เป็นต้น และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ประเพณีการแห่ช้างผ้า เป็นต้น นอกจากนี้ทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชนยังมีระบบการบริหารจัดการใน ประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยภายใต้มาตรฐานทางการท่องเที่ยว เช่น มีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งในชุมชน และนอกชุมชน การบริหารจัดการรายได้ที่กระจายอย่างทั่วถึงแก่ประชาชนในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งเป็นการทำงานภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

8.12 รุ่งฤดี เมืองสือ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี 3) สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการสังเกต โดยมีเครื่องมือวิจัยคือ แบบรายการศึกษาชุมชน (Community Study Checklist) และแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources Audit) ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีที่สำคัญ ได้แก่ ชายหาดพัทยา ชายหาดบางแสน เกาะล้าน เกาะสีชัง เกาะสมุย เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาเขียว-เขาชมพู่ วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร วัดใหญ่อินทารามวรวิหาร และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การเที่ยวเกาะต่าง ๆ และการดำน้ำชมปะการัง การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบริเวณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาเขียว - เขาชมพู่ 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี พบว่า จุดแข็ง คือ มีที่ตั้งเหมาะสมเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภาคตะวันออก

จากสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินอู่ตะเภา ทรัพยากรธรรมชาติมีความโดดเด่น ภูมิทัศน์ทางทะเลที่สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก (World Class Destination) จุดอ่อน คือ การขาดยุทธศาสตร์การวางแผนและกลยุทธ์การใช้ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โอกาส คือ การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวแดนทะเลตะวันออก รองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดจีน อินเดียและอาเซียน และรัฐบาลสนับสนุนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวระดับโลก และอุปสรรค คือ การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรีควรมีการบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี คณะนักวิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น (Current Problem) ที่ไม่สามารถหาคำตอบได้จากเอกสารเล่มใดเล่มหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ และนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การเลือกพื้นที่การวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่การศึกษา ได้แก่ เส้นทางการเรียนรู้ เลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่ ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จนถึงชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีวิถีการเป็นอยู่ การประกอบอาชีพเป็นเอกลักษณ์ชัดเจนและมีสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง และถนนเลียบชายฝั่งเส้นนี้ยังมีโครงการพัฒนาให้เป็น “ถนนแห่งการเรียนรู้” คณะผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เพื่อหาอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ตลอดถนนเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ว่ามีจุดเด่นด้านใดบ้างที่สามารถนำมาพัฒนา และเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

2. ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คณะนักวิจัยได้กำหนดประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 บุคลากรภาครัฐในพื้นที่ ได้แก่ บุคลากรภาครัฐในพื้นที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จนถึงชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี คือ คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลอำเภอบ้านแหลม และตำบลบางตะบูน จำนวน 67 คน คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลหาดเจ้าสำราญ จำนวน 50 คน คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลปึกเตียน จำนวน 45 คน คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลชะอำ จำนวน 96 คน ผู้อำนวยการโรงเรียนบางตะบูนวิทยาและอาจารย์ จำนวน 12 ท่าน รวมทั้งหมด 270 คน

2.2 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่พัก รีสอร์ท โรงแรม กลุ่มร้านอาหาร และกลุ่มร้านอาหารของที่ระลึก บริเวณเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 150 ราย

2.3 ชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน รวมถึงประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จนถึงชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 27,278 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

2.4 นักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ที่มาท่องเที่ยวบริเวณเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่ ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี จนถึงชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่สามารถนับได้

3. เทคนิคและวิธีการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยแบ่งตามวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งนี้ มีจำนวน 20 คน กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก	จำนวน (คน)
1. ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่	5
2. ตัวแทนชุมชน	5
3. ตัวแทนผู้ประกอบการ	5
4. นักท่องเที่ยว	5
รวม	20

จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อหาข้อมูลด้านศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จนถึงชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่บนเส้นทางท่องเที่ยว บุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ทำการเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) ที่มีขนาดตัวอย่างเท่ากันทุกชั้นภูมิ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก

4. ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย มี 2 ประเภท ดังนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ข้อมูลจากการลงพื้นที่ที่ได้รับจากประชากรในชุมชนผู้ประกอบการ และบุคลากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องใน 4 เส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ และการใช้แบบสอบถามศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชน ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ ที่มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้ง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทความ ข้อมูลออนไลน์ วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ต่างๆ ห้องสมุด และอินเทอร์เน็ต

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยโดยใช้แบบประเมินศักยภาพ (Potential of Assessment) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาประเมินใน 5 ประเด็น ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับศักยภาพ 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	มีศักยภาพมากที่สุด
4	หมายถึง	มีศักยภาพมาก
3	หมายถึง	มีศักยภาพปานกลาง
2	หมายถึง	มีศักยภาพน้อย
1	หมายถึง	มีศักยภาพน้อยที่สุด

กำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับศักยภาพมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับศักยภาพมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับศักยภาพปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับศักยภาพน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับศักยภาพน้อยที่สุด

การกำหนดค่าคะแนนดังกล่าว เป็นการประเมินถึงศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งหากผลการประเมินอยู่ในระดับน้อย หรือน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าการประเมินในประเด็นศักยภาพในด้านนั้น จะต้องได้รับการดำเนินการพัฒนาแก้ไขในด้านนั้นต่อไป หากผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ควรพัฒนาให้อยู่ในระดับมาก หรือมากที่สุด และถ้าผลการประเมินอยู่ในระดับมาก หรือมากที่สุด แสดงว่าควรมีการรักษาระดับศักยภาพนั้นให้ต่อไป

5.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยสัมภาษณ์ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใน 4 เส้นทาง

6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อม ใช้กับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่มีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อประเมินศักยภาพใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

6.1 นำแบบประเมินที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน ประเมินเนื้อหาของคำถามเป็นรายข้อ ค่า IOC เท่ากับ 0.89 แสดงว่ามีค่าอยู่ในระดับที่เหมาะสม

6.2 นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุง

6.3 นำแบบประเมินที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ ความหมาย เวลาที่ใช้ และการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยคณะนักวิจัยได้ฝึกอบรมผู้ช่วยนักวิจัยซึ่งเป็นนักศึกษา สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จำนวน 5 คน นำไปทดลองจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าความเชื่อมั่นของครอนบาช (Cronbach's alpha) ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.96 แสดงว่ามีความเที่ยงของข้อมูลอยู่ในระดับที่เหมาะสม

7. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

7.1 การศึกษาวิจัยเบื้องต้น

ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจาก งานวิจัย วารสาร เอกสารวิชาการ ข้อมูลออนไลน์ เพื่อค้นคว้า ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี และ ศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ได้แก่ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว จนไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของถนนเส้นทางแห่งการเรียนรู้

7.2 ขั้นตอนศึกษาอัตลักษณ์และประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อม

7.2.1 ลงพื้นที่ภาคสนามจริง เพื่อศึกษาความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ใน 4 เส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวิถีชีวิต ด้านภูมิปัญญา และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการศึกษาด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 ท่าน ประกอบด้วย บุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการขอสัมภาษณ์ มีการแนะนำตัวเอง แจ้งจุดประสงค์ในการขอสัมภาษณ์ และจัดบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปผลการวิจัย

7.2.2 ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยการลงพื้นที่แจกแบบประเมิน จำนวน 400 ชุด โดยกลุ่มชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการจะรอรับกลับทันที ส่วนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้ทำหนังสือไปยังผู้บริหารเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการทำแบบสอบถาม โดยนัดไปรับในอีก 1 สัปดาห์ถัดไป

8. กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเขียวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จากเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ในโครงการที่ 1 จำนวน 4 เส้นทาง โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย และการประเมินระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นำมาศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) จากนั้นกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

9. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูล โดยนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมมาดำเนินการ ดังนี้

9.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

9.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลที่ได้จากการลงภาคสนามที่เก็บรวบรวมโดยวิธีการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใน 4 เส้นทาง จากโครงการที่ 1

10. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งวิธีการวิเคราะห์ และประมวลผลไว้ 2 วิธี

10.1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีขั้นตอน ดังนี้

10.1.1 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) โดยจัดข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการทบทวนเอกสารที่กระจัดกระจายให้เป็นระบบ โดยอาศัยพื้นฐานการแยกหมวดหมู่ เพื่อค้นหาความหลากหลายของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนเส้นทางการท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทาง จากโครงการที่ 1

10.1.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) นำข้อมูลที่ได้จากการจัดระเบียบข้อมูลมาจัดประเภทของปรากฏการณ์ แยกแยะในสิ่งที่เหมือนกันและแตกต่างกันในแต่ละประเด็น พร้อมเหตุผลของประเด็นต่างๆ ที่ผู้ให้ข้อมูลแสดงออกมา แล้วนำมาเสนอในรูปของการพรรณนา โดยเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกัน ตามกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้

10.1.3 การหาข้อสรุป และการตีความ (Conclusion and Interpretation) เป็นกระบวนการหาข้อสรุป ให้ความหมายของข้อค้นพบด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย มาเป็นแนวทางประกอบการพิจารณา เพื่ออธิบายและวิเคราะห์ให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยเป็นการเขียนวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

10.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ โดยมีขั้นตอนดังนี้

10.2.1 การจัดระเบียบข้อมูล ได้นำแบบประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ที่มีผู้ตอบทั้งหมดมาคัดเลือกเอาเฉพาะชุดที่ให้คำตอบครบทุกข้อ แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทางสังคมศาสตร์

10.2.2 การแสดงข้อมูล นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติทางสังคมศาสตร์ มานำเสนอในรูปแบบตาราง แล้วอธิบายความหมายของค่าตัวเลขของผลลัพธ์ที่ได้ แล้วนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา

10.2.3 การหาข้อสรุป และการตีความ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้ และให้ความหมายของข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา โดยอาศัยวัตถุประสงค์ของการศึกษา กรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นแนวทางในการประกอบการพิจารณา

11. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาตรวจสอบความครบถ้วน และนำข้อมูลมาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยผสม (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นฐาน 2) ศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 3) กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยคณะนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประเมินศักยภาพ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนาโดยนำมาวิเคราะห์ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกได้ 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ วิธีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งเป็น 2 ตอนย่อย คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

2.2 ข้อมูลระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการร่วมมือ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

ตอนที่ 4 ผลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิธีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน

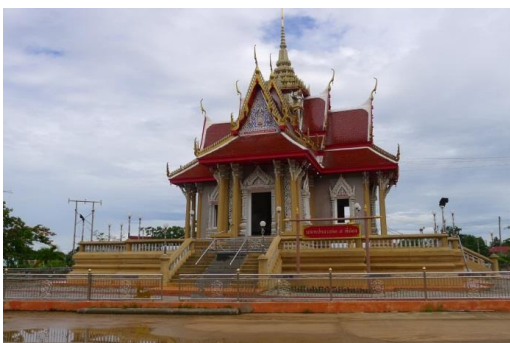
คณะนักวิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว รวมถึงสังเกตการณ์เบื้องต้น เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งคณะนักวิจัยได้จัดเส้นทางไว้ในโครงการวิจัยที่ 1 เรื่องการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 เส้นทาง ซึ่งผลการศึกษาในแต่ละเส้นทาง มีดังต่อไปนี้

1.1 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 : ท่องวัด เทียวเล ชมวิถีคนริมอ่าว มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเส้นทางอยู่ 5 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 วัดปากกลัด เป็นวัดที่อยู่ใกล้ปากอ่าวบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ศิลปะเด่นของวัดนี้ คือ ศาลาการเปรียญ สถาปัตยกรรมไทย งานช่างปูนปั้นอันประณีตงดงามที่เกิดขึ้นมาจากภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่น รวมไปถึงวิหารทรงจตุรมุขที่ใช้หลังคาสี่เต่งตามแบบนิยมของการสร้างวัดประดับด้วยช่อฟ้าสีทอง ฯลฯ เพื่อเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปตามตำนาน ได้แก่ วัดไร่ขิง วัดบางพลี วัดโสธร วัดเพชรสมุท และวัดเขาตะเครา หรือที่ชาวบ้านเรียนขานกันว่า “หลวงพ่อ 5 พี่น้อง”



ภาพที่ 4.1 ศาลาการเปรียญวัดปากกลัด



ภาพที่ 4.2 วิหารทรงจตุรมุข



ภาพที่ 4.3 งานช่างปูนปั้น



ภาพที่ 4.4 หลวงพ่อ 5 พี่น้อง

1.1.2 จุดชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติปากอ่าวบางตะบูน เป็นจุดชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและขึ้นชื่อของบางตะบูนอีกแห่งหนึ่งของเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเล สามารถดูดวงอาทิตย์ขึ้นทางฝั่งทะเล และลงทางฝั่งหมู่บ้าน มองเห็นทัศนียภาพทางทะเล สัมผัสวิถีชีวิตของหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ โดยชาวบ้านในท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมีอาชีพเก็บเลี้ยงหอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรม และประมงชายฝั่ง รวมไปถึงบริเวณปากอ่าวบางตะบูนยังเป็นจุดชม "ฝูงปลาวาฬรูด้า" และ "ฝูงปลาโลมา" อีกทั้งยังมีนกนานาชนิด



ภาพที่ 4.5 จุดชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติ



ภาพที่ 4.6 สะพานเฉลิมพระเกียรติ



ภาพที่ 4.7 ทัศนียภาพทางทะเล วิถีชีวิตชาวเรือ

1.1.3 ศูนย์อนุรักษ์และศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน โรงเรียนบางตะบูนวิทยา เป็น ศูนย์ อนุรักษ์ป่าชายเลน ที่มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สามารถเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนได้อย่างชัดเจน เนื่องจาก มีทรัพยากรทางธรรมชาติในหลาย ๆ ด้าน เช่น ปลายดิน ป่าโกงกาง ไม้ตะบูน ลิ้นแสม เป็นต้น อีกทั้งยังเป็น แหล่งเรียนรู้และเป็นศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก



ภาพที่ 4.8 เส้นทางศึกษาธรรมชาติโรงเรียนบางตะบูน



ภาพที่ 4.9 เส้นทางศึกษาธรรมชาติฝั่งทะเล

นอกจากนี้ในศูนย์อนุรักษ์และศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน โรงเรียนบางตะบูน ยังมีการนำทรัพยากรทางธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ชายเลน เพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยนำเสนอในรูปแบบของ “กิจกรรมสร้างสรรค์ด้วยมือเรา การทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ชายเลน” และการใช้เปลือกไม้มาพัฒนาเป็นรูปสัตว์ สิ่งของต่าง ๆ



ภาพที่ 4.10 ผ้ามัดย้อม



ภาพที่ 4.11 สิ่งประดิษฐ์ผ้ามัดย้อม



ภาพที่ 4.12 สิ่งประดิษฐ์จากเปลือกไม้ขายเลน

1.1.4 วัดในกลาง เป็นวัดเก่าแก่มียุไม่ต่ำกว่า 250 ปี เจดีย์อุโบสถแบบมหาอุด ภูมิ ศาลา การเปรียญ หอระฆัง และสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ในวัดล้วนเป็นศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย สถาปัตยกรรมเด่นของวัดในกลางคือ ศาลาการเปรียญ ซึ่งทำด้วยไม้สักทั้งหลัง ได้รับการบูรณะโดยถอดชิ้นส่วนเดิมมาซ่อมแซมแล้วประกอบขึ้นมาใหม่ตามแบบเดิม และภาพจิตรกรรมบนแผ่นฝาผนังที่มีความโดดเด่น สวยงาม โดยการใช้ภูมิปัญญาช่างฝีมือชั้นครูของคนเมืองเพชร ในการก่อสร้างแบบโบราณจะใช้ลูกสลักเป็นเดือยในการยึดไม้บางส่วนใช้ตะปูจันทน์ เสาของศาลาการเปรียญมี 8 เหลี่ยม มีคันทวยแกะสลักสวยงามเป็นรูปหัวนาครรองรับชายคา ซึ่งคันทวยหัวนาครของศาลาการเปรียญวัดในกลางเป็นที่ยอมรับกันว่า มีรูปแบบและลวดลายการแกะสลักที่อ่อนช้อย งดงาม และวิจิตรบรรจงมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง นอกจากนี้วัดในกลางยังได้มีการจัดสร้างศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชที่มีความวิจิตรประณีตสวยงาม เพื่อเทิดพระเกียรติพระองค์ท่านอีกด้วย



ภาพที่ 4.13 อุโบสถแบบมหาอุด



ภาพที่ 4.14 ศาลาการเปรียญ ไม้สักทอง



ภาพที่ 4.15 จิตรกรรมฝาผนัง



ภาพที่ 4.16 เสา 8 เหลี่ยมของศาลาการเปรียญ

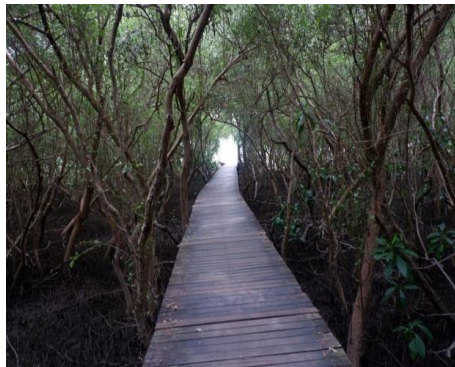


ภาพที่ 4.17 อนุสาวรีย์พระเจ้าตากสินมหาราช

1.1.5 โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จุดเด่นของโครงการนี้คือ เป็นโครงการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชการที่9) ที่ทรงแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ชะลุมชน ที่ประหยัด สะดวก ทำได้ง่าย สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศได้อย่างกว้างขวาง โดยใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่รอบ ๆ และยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่เต็มไปด้วยต้นโกงกาง และต้น แสม โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยเป็นโครงการที่มีแหล่งเรียนรู้มากมายที่สำคัญ สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ยังคงเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีสัตว์น้ำ เช่น ปูแสม ปลาตีน และตัวเงินตัวทองหรือวรนุช เป็นต้น



ภาพที่ 4.18 โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ



ภาพที่ 4.19 ป่าชายเลน



ภาพที่ 4.20 บ่อบำบัดน้ำเสีย



ภาพที่ 4.21 สัตว์น้ำ “วรนุช”

1.2 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 2 : ธรรมะสัญจร

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเส้นทางที่ 2 นี้จะเน้นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นวัด ซึ่งมีตั้งอยู่ตลอดเส้นทาง ตั้งแต่บางตะบูน ถึงชะอำ ซึ่งคณะนักวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวได้คัดเลือกมาจำนวน 9 วัด ดังนี้

1.2.1 วัดปากลัด (รายละเอียดได้กล่าวไว้แล้วในเส้นทางที่ 1 ข้อที่ 1.1.1)

1.2.2 วัดเพชรสุวรรณ วัดเพชรสุวรรณ เป็นวัดที่มีพระอุโบสถที่สวยงามมากอีกแห่งหนึ่ง ภายในพระอุโบสถปูพื้นและบุผนังด้วยหินหยกสีเขียวธรรมชาติ โดยนำเข้าจากประเทศจีน หินหยกสีเขียวเป็นสิ่งที่ยากและมีความงดงาม นอกจากนี้ยังมีการจัดสร้างวิหารเจ้าแม่กวนอิมพันมือ ที่นำมาจากประเทศจีน แกะสลักโดยฝีมือช่างหลวงด้วยไม้จันทร์หอม อายุประมาณ 1,000 ปี เป็นโบราณวัตถุที่มีคุณค่าสูงยิ่ง และเป็นสิ่งที่เคารพนับถือของประชาชนโดยทั่วไป ปัจจุบันทางวัดได้ดำเนินการก่อสร้างวิหารเจ้าแม่กวนอิมให้ใหญ่ขึ้นเพื่อให้เป็นศาสนสถานที่สวยงามและสำคัญของตำบลบางตะบูน



ภาพที่ 4.22 พระอุโบสถวัดเพชรสุวรรณ



ภาพที่ 4.23 ศาลาการเปรียญ



ภาพที่ 4.24 วิหารเจ้าแม่กวนอิมพันมือ

1.2.3 วัดในกลาง (รายละเอียดได้อธิบายไว้แล้วในเส้นทางที่ 1 ข้อที่ 1.1.4)

1.2.4 วัดนอกปากทะเล เป็นวัดเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่ริมถนนแหลมผักเบี้ย-ชะอำ โดยมี เรือเกตรานิพพานังสถานที่ปฏิบัติธรรมของประชาชน ตั้งตระหง่านเรียกกระแสนักท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจ จนนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนผ่านไปต้องเข้าไปกราบไหว้สักการะ วัดนอกปากทะเลสร้างขึ้นโดยการใช้ภูมิปัญญาด้านงานฝีมืองานปูนปั้นของช่างสกุลเมืองเพชร



ภาพที่ 4.25 อุโบสถวัดนอกปากทะเล



ภาพที่ 4.27 งานปูนปั้นของช่างสกุลเมืองเพชร



ภาพที่ 4.26 เรือเกตรานิพพานัง

1.2.5 วัดหาดเจ้าสำราญ เป็นวัดสมัยใหม่ที่มีการปรับปรุงบูรณะให้น่าอยู่มากยิ่งขึ้นด้วยบรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อีกทั้งการนำทรัพยากรทางธรรมชาติเข้ามาใช้ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวัดหาดเจ้าสำราญ คือ การมีพิพิธภัณฑ์โครงกระดูกปลาวาฬบูรด้ายักษ์ ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าศึกษาเรียนรู้ได้เมื่อมาเยี่ยมชม



ภาพที่ 4.28 วัดหาดเจ้าสำราญ



ภาพที่ 4.29 พิพิธภัณฑ์โครงกระดูกปลาวาฬบูรด้ายักษ์

1.2.6 วัดโดนดหลวง ปัจจุบันมีโบสถ์ 2 หลัง หลังเดิมเป็นอุโบสถทรงเรือสำเภาแบบมหาอุด มีประตูเข้าออกเพียงด้านเดียว และอุโบสถหลังใหม่เป็นอุโบสถทรงเรือสำเภาขนาดใหญ่มีทางเข้าออกสอง ด้าน ด้านหน้าอุโบสถประดิษฐานรูปปั้นพระเจ้าตากสินมหาราช ด้านในตกแต่งด้วยภาพเขียนจิตรกรรม สถาปัตยกรรมการแกะสลัก ฝาผนังประดับบอกเล่าเรื่องราวการตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า โดยช่างฝีมือที่ใช้ภูมิปัญญาของตนเองร่วมกับวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัยก่อน ที่ใช้เรือสำเภาเป็นพาหนะในการทำการค้าขายเพื่อสร้างรายได้



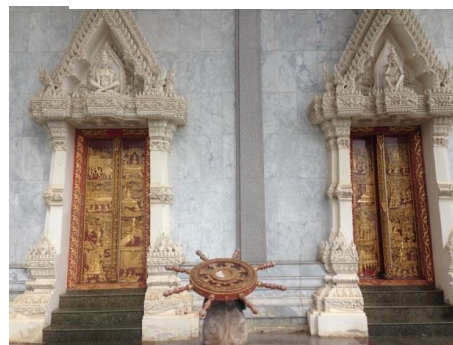
ภาพที่ 4.30 อุโบสถเก่าวัดโดนด



ภาพที่ 4.31 อุโบสถรูปเรือสำเภา



ภาพที่ 4.32 รูปปั้นพระเจ้าตากสินมหาราช



ภาพที่ 4.33 สถาปัตยกรรมแกะสลัก



ภาพที่ 4.34 ภาพจิตรกรรมฝาผนัง

1.2.7 วัดเนรัญชราราม เป็นวัดที่อยู่ติดริมทะเลได้รับการตั้งให้สอดคล้องกับชื่อวังมฤคทายวันซึ่งสร้างโดยรัชกาลที่ 6 ตามเรื่องราวในพุทธประวัติเกี่ยวกับแม่น้ำเนรัญชรา และป่าอิสิปตนมฤคทายวัน ทำให้เป็นที่นิยมของนักเดินทางที่จะใช้เป็นจุดหมายในวันพักผ่อน พระอุโบสถที่มีลักษณะทรงอินเดีย ที่ยังไม่ค่อยพบเห็นในประเทศไทย บริเวณข้างพระอุโบสถประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนั่งปิดทวารทั้ง 9 จะสังเกตได้จากทางเข้าวัด ยังมีศาลาทรงจัตุรมุขประดิษฐานรอยพระพุทธรูปบาททองเหลือง ที่สร้างขึ้นจากวิถีชีวิตของคนในสมัยก่อน



ภาพที่ 4.35 พระอุโบสถทรงอินเดีย วัดเนรัญชราราม



ภาพที่ 4.36 ศาลาจัตุรมุขประดิษฐาน
รอยพระพุทธรูปบาท



ภาพที่ 4.37 พระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนั่งปิดทวารทั้ง 9

1.3 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 : ชมวิวริมเล กินปูสุดฟิน ปายเลโฮมสเตย์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเส้นทางที่ 3 นี้ มีจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.3.1 จุดชมวิวกว้างสะพานเฉลิมพระเกียรติ ปากอ่าวบางตะบูน (รายละเอียดได้อธิบายไว้แล้วในเส้นทางที่ 1 ข้อ 1.1.2)

1.3.2 ร้านอาหารที่บางตะบูน บางตะบูน มีร้านอาหารทะเลหลายร้านทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ส่วนใหญ่จะเน้นบรรยากาศออกแนวพื้นบ้าน โดยแต่ละร้านต่างก็มีจุดเด่นและจุดขายที่ต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นทางด้านเมนูอาหาร การออกแบบตัวร้าน หรือการนำเสนอขายบรรยากาศความเป็นธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวประมง ได้ลิ้มรสชาติของอาหารที่สดใหม่ สะอาด เนื่องจากอาหารทะเลที่นำมาปรุงเป็นอาหารนั้นจะเป็นอาหารทะเลสดทั้งหมด ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากจะนิยมมารับประทานอาหารในเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเล โดยเฉพาะร้านอาหารในตำบลบางตะบูน



ภาพที่ 4.38 อาหารทะเลสดใหม่



ภาพที่ 4.39 ตัวอย่างร้านอาหารที่บางตะบูน 1



ภาพที่ 4.40 ร้านอาหารที่บางตะบูน



ภาพที่ 4.41 ร้านอาหารที่บางตะบูน 3

1.3.2 โครงการฟาร์มทะเลตัวอย่างตามพระราชดำริ เป็นโครงการในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถเป็นแหล่งศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการประมงแก่เกษตรกร เพื่อนำไปพัฒนาอาชีพประมง โดยจุดเด่นของโครงการฟาร์มทะเลตัวอย่างตามพระราชดำริ คือ กิจกรรมการเรียนรู้ตลอดถึงการลงมือปฏิบัติ ภายในมีฐานการเรียนรู้ เช่น การเพาะเลี้ยงสัตว์ทะเลหายาก การเพาะเลี้ยงสาหร่ายพวงองุ่น การเพาะพันธุ์สัตว์ทะเลตัวอย่าง เป็นต้น



ภาพที่ 4.42 โครงการฟาร์มทะเลตัวอย่างตามพระราชดำริ



ภาพที่ 4.43 พันธุ์สัตว์ทะเลน้ำตัวอย่าง



ภาพที่ 4.44 เพาะเลี้ยงสาหร่ายพวงองุ่น



ภาพที่ 4.45 เพาะพันธุ์สัตว์น้ำ

นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เนื่องจากติดกับทะเล มีวิวทิวทัศน์และการจัดตกแต่งที่สวยงาม และมีพลับพลาทรงงาน ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนินทรงงานของโครงการ พลับพลาหลังนี้ตั้งอยู่ริมทะเลจึงทำให้เป็นสถานที่ที่น่าท่องเที่ยวอีกแห่ง เพราะนอกจากจะได้ความรู้ในเรื่องของการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำแล้ว ยังได้ชมบรรยากาศธรรมชาติที่ติดทะเลอีกด้วย และยังมีการนำไม้ไผ่มาทำเป็นแนวกันคลื่น เพื่อป้องกันการกัดเซาะตลิ่ง



ภาพที่ 4.46 พลับพลาทรงงาน



ภาพที่ 4.47 แนวกันคลื่นไม้ไผ่

1.3.3 โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (รายละเอียดได้อธิบายไว้แล้วในเส้นทางที่ 1 ข้อ 1.1.5)

1.3.4 ร้านอาหารทะเลชะอำ ชะอำ เมืองท่องเที่ยวริมทะเลที่นักท่องเที่ยวชอบพาครอบครัวไปพักผ่อนและสนุกสนานกับกิจกรรมริมชายหาด อีกทั้งยังมีร้านอาหารทะเลทะเลสด อาหารไทยพื้นบ้าน อาหารยุโรป และเครื่องดื่มหลากหลายชนิด ไว้บริการทั้งนักท่องเที่ยว แต่ละร้านมีเมนูเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะร้าน อีกทั้งมีสะพานปลาที่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิถีชีวิตของชาวประมง เมื่อชาวประมงนำของทะเลขึ้นจากเรือ และยังให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้ออาหารทะเลสดใหม่ได้ด้วย



ภาพที่ 4.48 ร้านขายอาหารทะเลสด-แห่ง ริมหาด



ภาพที่ 4.49 ร้านอาหารที่ชะอำ



ภาพที่ 4.50 ชาวประมงกำลังแกะอวน



ภาพที่ 4.51 ร้านค้าขายของที่ระลึกริมชายหาดชะอำ

1.4 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 4 : ชิม ชิล ช้อป แชะ รีมเล มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเส้นทางที่ 4 นี้ มี 6 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.4.1 วัดหาดเจ้าสำราญ (รายละเอียดได้อธิบายไว้แล้วในเส้นทางที่ 2 ข้อ 1.2.5)

1.4.2 หาดเจ้าสำราญ ชายหาดแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าพักผ่อน มีบรรยากาศที่เงียบสงบ อากาศเย็นสบาย มีสัตว์ทะเลที่อุดมสมบูรณ์ทั้งปูเสฉวน หอย แมงกะพรุน และนักท่องเที่ยวยังสามารถเรียนรู้ สัมผัสวิถีการดำรงชีวิตของชาวประมง เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีหมู่บ้านชาวประมง นักท่องเที่ยวยังสามารถ ได้ชมพระอาทิตย์ขึ้น และยังเห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั่งแกะปู แกะปลา ตามชายหาด สื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนหาดเจ้าอีกด้วย



ภาพที่ 4.52 บรรยากาศหาดเจ้าสำราญ



ภาพที่ 4.53 ป้ายหาดเจ้าสำราญ



ภาพที่ 4.54 จุดถ่ายภาพหาดเจ้าสำราญ

1.4.3 หาดจอมพล เป็นสถานพักผ่อนและพักผ่อนของกองทัพบก มีหาดทรายที่สวยงาม ไปด้วยความปลอดภัย หลากหลายด้วยรสชาติอาหารทะเล สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าชายเลน และเป็นศูนย์กลางเครือข่ายผู้ประกอบการโรงแรม อีกทั้งมีร้านอาหารชื่อ “ครัวจอมพล” ที่ได้ อำนวยความสะดวกด้านอาหารทะเลที่สดใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ลิ้มรสชาติอาหาร และเดินทางมาเที่ยวอีก ครั้ง



ภาพที่ 4.55 จดถ่ายภาพหาดจอมพล



ภาพที่ 4.56 บรรยากาศครัวจอมพล

1.4.4 หาดปึกเตียน เป็นหาดที่สวยงามและเงียบสงบมีต้นไม้ไม่เยอะ มีรูปปั้นกลางทะเลจาก ตัวละครในวรรณคดีเรื่อง พระอภัยมณี ซึ่งก็คือ นางผีเสื้อสมุทร พระอภัยมณี สุดสาคร ม้านิลมังกร นางเงือก และยังมีรูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมกลางทะเลอีกด้วย



ภาพที่ 4.57 รูปปั้นนางผีเสื้อสมุทร



ภาพที่ 4.58 รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิม

1.4.5 สะพานปลา ชะอำ มีสะพานหินทอดยาวลงไปในทะเล เป็นอีกหนึ่งจุดชมวิวยสวย ๆ ของชะอำ โดยเฉพาะยามเช้าและยามเย็น จะมีทั้งชาวบ้าน นักท่องเที่ยว บ้างขี่จักรยาน บ้างขี่มอเตอร์ไซด์มานั่งกินลมชมวิวนกบินเกาะเกาะกันไม่ขาดสาย และยังมีจุดถ่ายรูปที่เป็นเอกลักษณ์รูปปั้นสีขาวรูปหมึกตัวใหญ่อยู่ปลายสะพาน



ภาพที่ 4.59 บรรยากาศสะพานปลา



ภาพที่ 4.60 รูปปั้นหมึกสีขาว

1.4.6 วัดเนรัญชราราม (รายละเอียดได้อธิบายไว้แล้วในเส้นทางที่ 1 ข้อ 1.2.7)

1.4.5 หาดชะอำ เป็นหาดทรายยาว เม็ดทรายสีน้ำตาลอ่อน ๆ ชายหาดมีความลาดเอียงน้อย เหมาะแก่การลงเล่นน้ำ มีต้นสนประดิพัทธ์ยืนต้นแผ่ร่มเงาอยู่ตลอดความยาวของแนวชายหาด ริมหาดมีโรงแรม ที่พัก ร้านอาหารตามสั่ง อาหารทะเลสด ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านเช่าจักรยาน ร้านเช่าห่วงยาง และเตียงผ้าใบจำนวนมากไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางน้ำ เช่น บานาน่าโบ๊ท เจ็ตสกี และอื่น ๆ อีกจำนวนมาก



ภาพที่ 4.61 ชายหาดชะอำ



ภาพที่ 4.62 แนวต้นสนประดิพัทธ์

ตอนที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

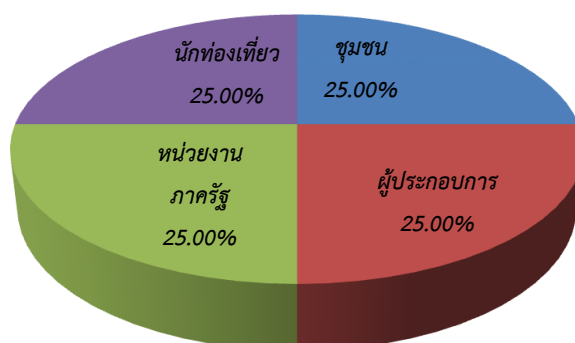
คณะนักวิจัยได้ตั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Question) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินด้าน ประเภทผู้ประเมิน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิถิ่นอาศัย วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏในตารางที่ 4.1 - ตารางที่ 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ประเภทผู้ประเมิน

ประเภทผู้ประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชน	100	25.00
ผู้ประกอบการ	100	25.00
หน่วยงานภาครัฐ	100	25.00
นักท่องเที่ยว	100	25.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน มีจำนวนนักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน ปรากฏดังแผนภูมิวงกลมต่อไปนี้

ประเภทผู้ตอบแบบประเมิน

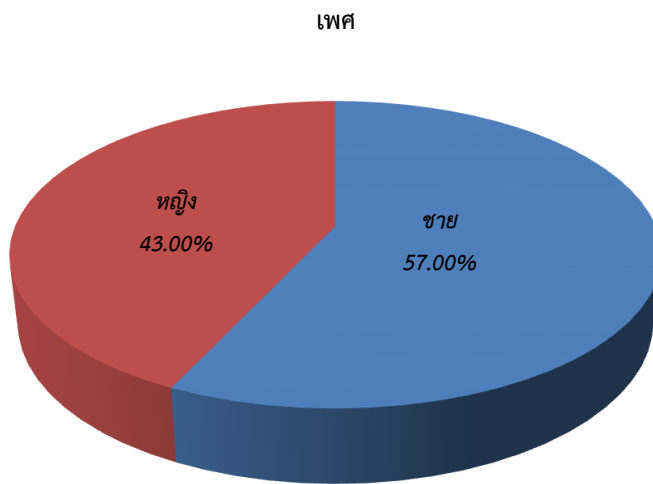


แผนภูมิวงกลมที่ 1 แสดงร้อยละ ประเภทผู้ประเมิน

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละ เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	172	43.00
หญิง	228	57.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.00 และเพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิวงกลม ต่อไปนี้

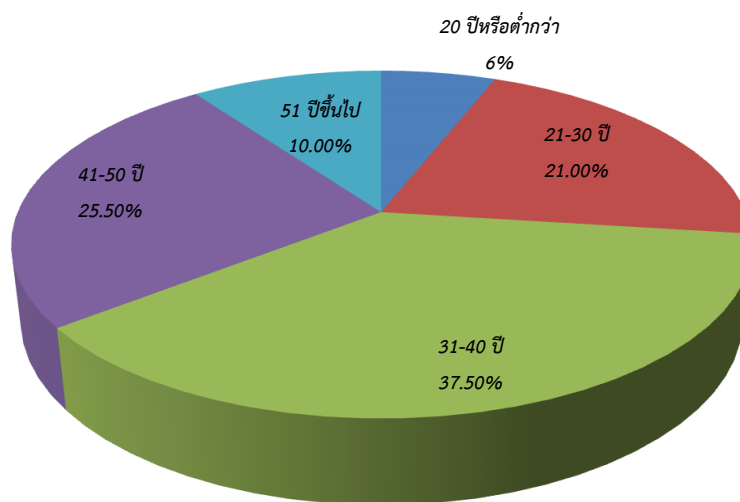


แผนภูมิวงกลมที่ 2 แสดงร้อยละ เพศ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละ อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือต่ำกว่า	24	6.00
21 - 30 ปี	84	21.00
31 - 40 ปี	150	37.50
41 - 50 ปี	102	25.50
51 ปี ขึ้นไป	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และอายุ 21-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิวงกลมต่อไปนี้

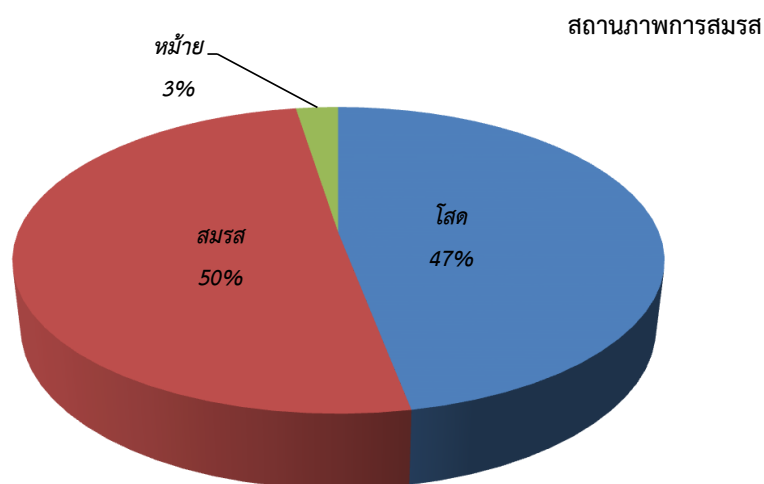


แผนภูมิวงกลมที่ 3 แสดงร้อยละ อายุ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ สถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
โสด	188	47.00
สมรส	202	50.50
หม้าย	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีสถานภาพการสมรส โดยสมรส จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา โสด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และหม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิวงกลมต่อไปนี้

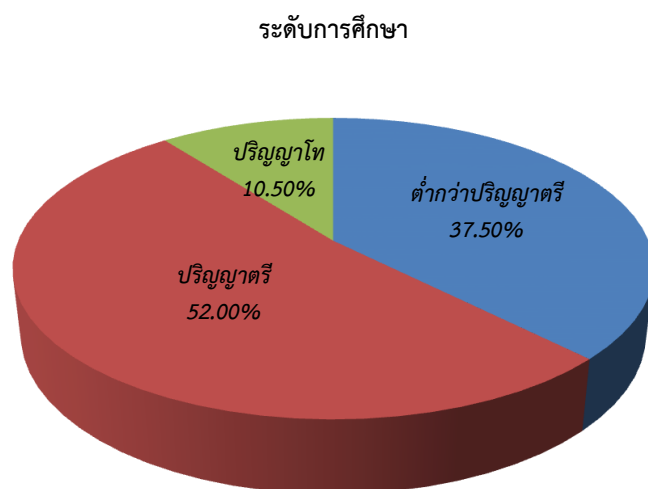


แผนภูมิวงกลมที่ 4 แสดงร้อยละ สถานภาพการสมรส

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	150	37.50
ปริญญาตรี	208	52.00
ปริญญาโทขึ้นไป	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิวงกลมต่อไปนี้

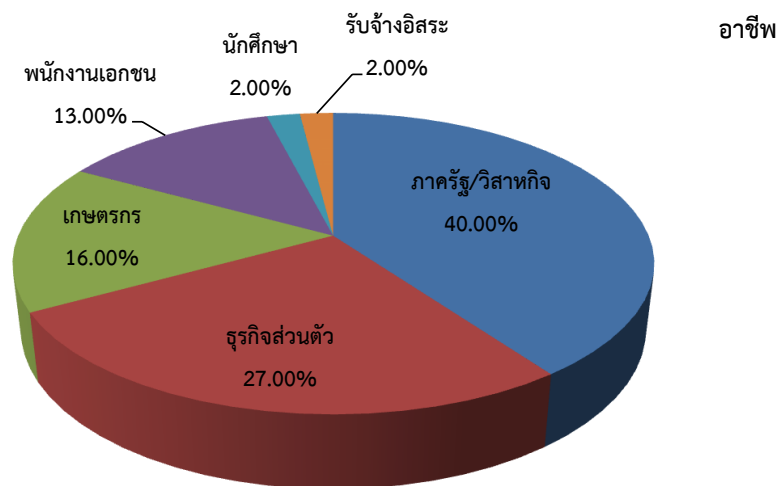


แผนภูมิวงกลมที่ 5 แสดงร้อยละ ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
บุคลากรภาครัฐ/วิสาหกิจ	160	40.00
ธุรกิจส่วนตัว	108	27.00
เกษตรกร	64	16.00
พนักงานเอกชน	52	13.00
นักเรียน/นักศึกษา	8	2.00
รับจ้างอิสระ	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน อาชีพบุคลากรภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 เกษตรกร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และพนักงานเอกชน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิต่อไปนี้

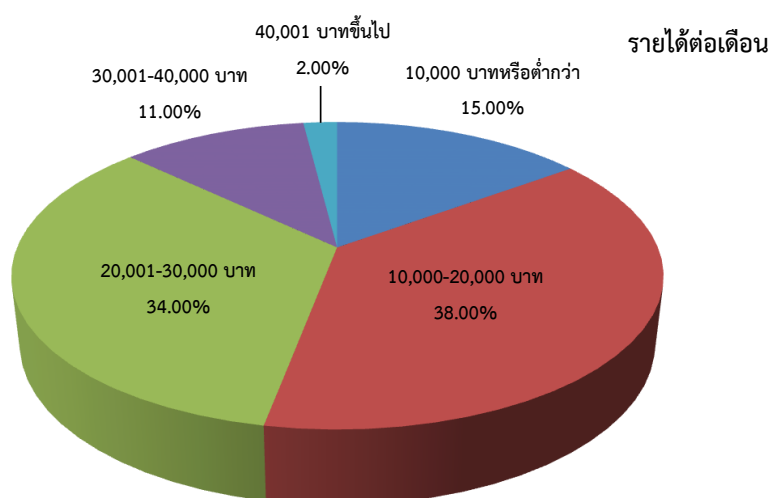


แผนภูมิแท่งที่ 6 แสดงร้อยละ อาชีพ

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละ รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
10,000 บาท หรือต่ำกว่า	60	15.00
10,001 - 20,000 บาท	152	38.00
20,001 - 30,000 บาท	136	34.00
30,001 - 40,000 บาท	44	11.00
40,001 บาทขึ้นไป	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 400 คน มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ ปรากฏดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิแท่งที่ 7 แสดงร้อยละ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

คณะนักวิจัยได้ตั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Question) แบบประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อประเมินระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ชุมชนผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.8 ถึงตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยรวม 5 ด้าน

(n=180)

รวมศักยภาพ 5 ด้าน	$\bar{x}$	SD	ระดับศักยภาพ	อันดับ
ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ	3.94	0.48	มาก	1
ด้านการจัดการ	3.84	0.56	มาก	5
ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	3.89	0.68	มาก	4
ด้านการร่วมมือ	3.91	0.59	มาก	3
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.60	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	0.44	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยรวม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการร่วมมือ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับศักยภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.48) รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.60) ด้านการร่วมมือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.59) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.68) และด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ

(n=180)

ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ	$\bar{x}$	SD	ระดับ ศักยภาพ	อันดับ
1.ชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.25	0.60	มากที่สุด	1
2.ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.83	0.79	มาก	5
3.เส้นทางในการเดินทางภายในชุมชนเข้าใจง่ายมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทาง	3.88	0.75	มาก	4
4.มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก	3.78	0.89	มาก	6
5.ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมีประโยชน์ใช้สอยคุ้มค่ากับราคา	3.77	0.84	มาก	7
6.ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.01	0.80	มาก	3
7.ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติพี่น้องที่รู้สึกอบอุ่นประทับใจและจดจำ	4.08	0.73	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	0.48	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.60) อันดับ 2 ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติพี่น้องที่รู้สึกอบอุ่นประทับใจและจดจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.73) อันดับ 3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.80) อันดับ 4 เส้นทางในการเดินทางภายในชุมชนเข้าใจง่ายมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.75) อันดับ 5 ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.79) อันดับ 6 มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.79) และอันดับ 7 ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมีประโยชน์ใช้สอยคุ้มค่ากับราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการจัดการ

(n=180)

ด้านการจัดการ	$\bar{x}$	SD	ระดับศักยภาพ	
			อันดับ	
1.มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ	3.81	0.85	มาก	6
2.มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง	3.86	0.83	มาก	3
3.มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว	3.91	0.81	มาก	2
4.มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	3.83	0.86	มาก	4
5.มีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว	3.77	0.93	มาก	7
6.เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว	3.94	0.80	มาก	1
7.มีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน	3.82	0.86	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการจัดการ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.80) อันดับ 2 มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.81) อันดับ 3 มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.83) อันดับ 4 มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.86) อันดับ 5 มีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.86) อันดับ 6 มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.85) และอันดับ 7 มีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.93)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านกิจกรรมและกระบวนการ (n = 180)

ด้านกิจกรรมและ กระบวนการ	ระดับศักยภาพ			
	$\bar{x}$	SD		อันดับ
1.ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชนและ กิจการท้องถิ่นโดยคนในชุมชน	3.94	0.88	มาก	2
2.มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลาการทำขนม	3.83	0.90	มาก	5
3.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ มาเยือน	3.84	0.95	มาก	4
4.ชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการ ท่องเที่ยว	3.98	0.88	มาก	1
5.มีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	3.89	0.86	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.68) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.88) อันดับ 2 ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชนและกิจการท้องถิ่นโดยคนในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.88) อันดับ 3 มีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.86) อันดับ 4 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้มาเยือน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชนหรือการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.95) อันดับ 5 มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลาการทำขนม ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.90)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการมีส่วนร่วม

(n=180)

ด้านการมีส่วนร่วม	$\bar{x}$	SD	ระดับ	
			ศักยภาพ	อันดับ
1. การมีส่วนร่วมในการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน	3.81	0.96	มาก	8
2. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนการมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.81	มาก	3
3. การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆเป็น	3.96	0.82	มาก	2
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว				
4. การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติใน	4.01	0.87	มาก	1
ชุมชนจากธุรกิจเอกชน และชุมชนโดยรอบ				
5. การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่ง	3.87	0.89	มาก	6
ท่องเที่ยว				
6. มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการจัดการ	3.90	0.89	มาก	5
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว				
7. ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชน	3.94	0.87	มาก	4
8. การเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน	3.86	0.86	มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	0.59	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการมีส่วนร่วม มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนจากธุรกิจเอกชนและชุมชนโดยรอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.87) อันดับ 2 การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.82) อันดับ 3 การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนการมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.81) ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.87) มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.89) การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.89) การเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.86) และสุดท้าย การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.96)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์
ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

(n=180)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับ			
	$\bar{x}$	SD	ศักยภาพ	อันดับ
1.มีคฤหาสน์ที่อลังการ / ปราสาทโบราณ / อาสนวิหารที่สวยงาม มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.71	1.02	มาก	7
2.ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแหล่งธรรมชาติ	3.97	0.85	มาก	4
3.คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ/ซีดีประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว	3.73	1.00	มาก	6
4.ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมี เจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	3.78	0.99	มาก	5
5.ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีปริมาณเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว	4.12	0.87	มาก	2
6.ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว มีความเหมาะสมและเพียงพอ	4.11	0.88	มาก	3
7.มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ	4.14	0.83	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93	0.60	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.60) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.83) อันดับ 2 ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีปริมาณเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.87) อันดับ 3 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว มีความเหมาะสมและเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.88) อันดับ 4 ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแหล่งธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.85) อันดับ 5 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมี เจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.99) อันดับ 6 คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ/ซีดีประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 1.00) และอันดับ 7 มีคฤหาสน์ที่อลังการ/ปราสาทโบราณ/อาสนวิหารที่สวยงาม มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.02)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

คณะนักวิจัย ได้นำข้อมูลจากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด โดยวิธีวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี พบว่ามีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งเชิงนิเวศน์ เชิงธรรมชาติ เชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรมและศาสนา 2. อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวก 3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 4. ชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตร 5. ชุมชนมีการจัดการแหล่งเรียนรู้วิถีชุมชนให้กับแก่นักท่องเที่ยว 6. มีปัจจัยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ เป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่ศึกษาดูงานที่สำคัญของประเทศ รวมถึงการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการภายในประเทศ เป็นต้น 7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกบนเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร รีสอร์ท เป็นต้น	1. ขาดแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนไม่ให้ความร่วมมือมากพอ 2. ช่องทางการจำหน่ายหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจำนวนน้อย อยู่กระจัดกระจาย และเข้าถึงได้ยาก 3. ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นจุดศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว 4. หลายๆ สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่มีมีคูปองที่ท้องถิ่น 5. ขาดการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในเชิงรุก 6. การเดินทางภายในชุมชนบางสถานที่ยังเข้าถึงได้ยาก ป้ายบอกทางเก่า ไม่ชัดเจน หรือยังไม่มี 7. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่หลากหลาย

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. ภาครัฐมีโครงการต่อเนื่อง จัดทำถนนเลียบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทยที่เชื่อมโยง 4 จังหวัด ตั้งแต่ จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดชุมพร ทำให้เส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรีมีแนวโน้มที่จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. ความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ปัจจุบัน และการเข้าถึงสื่อที่ง่ายขึ้น จึงสามารถสร้างโอกาสให้การค้า และการท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี 3. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด	1. สภาวะเศรษฐกิจโลกระยะปัจจุบันยังคงขาดความเสถียรภาพ จึงเกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว 2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศมีภาวะการแข่งขันสูง และคู่แข่งมีชื่อเสียงที่เข้มแข็ง 3. ผลกระทบจากการขัดแย้งทางการเมือง ทำให้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวซบเซาลง

ตอนที่ 4 ผลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี คณะนักวิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้จากโครงการที่ 1 ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวจากโครงการที่ 1 ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) รวมทั้งผลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่ ผลการสัมภาษณ์ และการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัย ตลอดจนบริบทพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จนได้แนวทางการพัฒนา 5 แนวทาง ดังนี้

4.1 แนวทางการพัฒนาในพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ

ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากเป็นอันดับ 1 จากทั้งหมด 5 ด้าน ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.48) โดยด้านชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.60) รองลงมา ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติ ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.73) ส่วนด้านที่มีระดับศักยภาพน้อยที่สุด คือ มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.89) รองลงมาคือ ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.79) และเส้นทางในการเดินทางเข้าใจง่าย มีป้าย และสัญลักษณ์บอกเส้นทาง ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.75) จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น และผลการศึกษาด้านอื่นๆ ทำให้เห็นถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนที่เกิดขึ้นบนเส้นทางท่องเที่ยว คณะนักวิจัยและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ ได้ 3 แนวทาง ดังนี้

4.1.1 การพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก : ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว เพราะสามารถสร้างแรงจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ ส่งผลให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งในแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี มีผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่หลายรายการที่นำมาจำหน่ายเป็นของฝากและของที่ระลึก เช่น ฮ้อยจ๊อปู ขนมไข่แมงดา อาหารทะเลสด อาหารทะเลแปรรูป ผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ชายเลน สิ่งประดิษฐ์จากผ้ามัดย้อม สิ่งประดิษฐ์จากเปลือกไม้ชายเลน ผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เป็นต้น แต่ปัญหาที่พบคือ นักท่องเที่ยวไม่รู้จักแหล่งจำหน่ายว่าตั้งอยู่ที่ใด หรือไม่สะดวกที่จะเดินทางไปยังแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตั้งกันอยู่อย่างกระจัดกระจาย และแม้ว่าจะมีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก เช่น ร้านบุรุด้า กังหันทอง เป็นต้น ก็ยังไม่เพียงพอและยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมชุมชนได้ เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มอาชีพเหล่านั้นได้อย่างแท้จริง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ควรจัดหาสถานที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึกของคนในพื้นที่ให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน

เพื่อความสะดวกต่อการบริหารจัดการและการประชาสัมพันธ์ หรือปรับปรุงสถานที่จัดจำหน่ายเดิมให้มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือทำการประชาสัมพันธ์แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดผลิตสินค้า ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงเส้นทางในการเข้าถึงสถานที่จำหน่ายเหล่านั้นได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

4.1.2 การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม : บนเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่ตำบลบางตะบูนไปจรดชายหาดชะอำ มีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอยู่จำนวนมาก โดยศักยภาพสูงสุดคือ ด้านชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีวัดวาอารามที่มีประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าตลอดเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเล เช่น วิหารจตุรมุข วัดปากกลัด อุโบสถรูปเรือสำเภา วัดโดนดหลวง จิตรกรรมฝาผนัง วัดในกลาง เป็นต้น มีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามโครงการพระราชดำริ เช่น โครงการฟาร์มทะเลตัวอย่างตามพระราชดำริ เป็นต้น แต่ปัญหาที่พบคือ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังมีน้อย ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เหล่านั้นอย่างแท้จริง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองรู้จักเพียงบางสถานที่เท่านั้น เช่น โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หรือการขับรถเข้ามาในเส้นทางนี้เพียงแค่ต้องการมารับประทานอาหารทะเลสดเท่านั้น

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ควรจะมุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ได้แก่ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว เป็นต้น และในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การพัฒนาเว็บไซต์ การพัฒนาแอปพลิเคชัน การสร้างเนื้อหา (content marketing) ทั้งในรูปแบบบทความ วีดีโอ อินโฟกราฟฟิค และนำเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (social media) ได้แก่ เฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตาแกรม ยูทูบ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสาร การเข้าถึงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย นอกจากนี้ควรจัดอบรมบุคลากรซึ่งอาจจะเป็นมัคคุเทศก์ อาสาสมัครชุมชน ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลคุณค่าของทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อจะได้ถ่ายทอดไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และดึงดูดใจให้ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทาง ควรมีการประสานงานกับบริษัททัวร์หรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความต้องการมาท่องเที่ยวในเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเล โดยนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยว 4 เส้นทางตามที่ได้กำหนดไว้ หรือนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวไปตามโรงแรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น โรงแรมบริเวณหาดชะอำ หัวหิน และแก่งกระจาน เป็นต้น

4.1.3 การพัฒนาด้านการจัดทำป้ายและสัญลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวหรือบนเส้นทางท่องเที่ยว : ป้าย ถือเป็นสื่อหรือตัวกลางในการให้ข้อมูลและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความโดดเด่น และสะดุดตานักท่องเที่ยว ทำให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน แม้ว่าปัจจุบันบางสถานที่จะมีป้ายชี้บอกแหล่งท่องเที่ยวแล้วก็ตาม แต่ป้ายเหล่านั้นยังขาดการพัฒนา

ปรับปรุงจนทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถสังเกตเห็นได้ หรือขาดลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดทำป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวเลียบริมชายฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยแสดงให้เห็นถึงเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทาง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้วางแผนการเดินทางไปยังจุดต่างๆ ได้ถูกต้อง ไม่เกิดความสับสน หรือเสียเวลามากเหมือนในปัจจุบัน ซึ่งป้ายบอกเส้นทางที่กล่าวถึงนี้ ปัจจุบันตั้งอยู่ที่วัดปากลัด แต่ตัวป้ายดังกล่าวสร้างมานานแล้ว ทำให้สีซีดจาง ขนาดไม่ใหญ่ การมองเห็นไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องให้หน่วยงานรับผิดชอบต้องพัฒนาป้ายให้มีความทันสมัย และจัดตั้งไว้ ณ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นจุดรวมเริ่มต้นในการเดินทางท่องเที่ยวตลอดเส้นทางเลียบริมชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ในการจัดทำป้ายจะต้องคำนึงถึงตัวแผ่นป้ายว่าควรใช้วัสดุใด รายละเอียดในป้ายที่สามารถดึงดูดความสนใจและอธิบายเรื่องราวในรายละเอียดได้มากกว่าข้อความ และโครงสร้างของป้ายที่นำเอาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของพื้นที่มาเป็นแนวทางในการออกแบบ

4.2 แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 จากทั้งหมด 5 ด้าน ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.60) โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.83) รองลงมา มีปริมาณร้านอาหาร-เครื่องดื่มเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.87) ส่วนด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุด คือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน หรืออาสาสมัครนำเที่ยว มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 1.02) รองลงมา คู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ ซีดีประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 1.00) และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.99) จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น และผลการศึกษาด้านอื่นทำให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกิดขึ้นบนเส้นทางท่องเที่ยว คณะนักวิจัยและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้ 2 แนวทาง ดังนี้

4.2.1 การพัฒนาบุคลากร มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน หรืออาสาสมัครนำเที่ยว เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวชมสถานที่ ถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ จากการลงพื้นที่จริงในแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางเลียบริมชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 เส้นทาง นั้น พบว่า มีเพียงสถานที่เดียวเท่านั้นที่มีมัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ นั่นคือ โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ส่วนโครงการฟาร์มทะเลตัวอย่างตามพระราชดำริ จากการลงพื้นที่และสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า มีเจ้าหน้าที่ให้บริการความรู้เชิงวิชาการ แต่ยังมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว และการบริการยังไม่เป็นระบบ ซึ่งแนวทางการพัฒนาสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนี้ คือ การเพิ่มปริมาณเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบและ

จัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้ทราบถึงเทคนิคและวิธีการถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และเข้าใจได้อย่างแท้จริง สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ บนเส้นทางยังไม่พบผู้ให้ความรู้ ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรทำการรวบรวมองค์ความรู้ทั้งหมด แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ กำหนดลำดับขั้นตอนความรู้ในการถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว จากนั้นจัดโครงการฝึกอบรมคนในชุมชนขึ้นมาทำหน้าที่มีัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยขอความร่วมมือจากปราชญ์ชุมชน อาสาสมัคร รวมถึงนักเรียนในพื้นที่ ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้แนะนำเทคนิคเกี่ยวกับการเป็นมััคคุเทศก์ เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว แสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การมีมิตรไมตรีที่ดี สร้างบรรยากาศ และความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะได้มััคคุเทศก์ท้องถิ่นแล้ว ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

4.2.2 การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดทำคู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ และซีดีประกอบการท่องเที่ยว : ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่สำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยสามารถเข้าถึงได้โดยตรง มีบุคลากรและการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ สะดวก และง่ายต่อการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยว ปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวบนเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี นั่นก็คือยังไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว หรือจุดประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานในพื้นที่ควรจัดหาสถานที่ตั้งในทำเลที่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทาง หรือเป็นทำเลที่นักท่องเที่ยวเห็นได้อย่างเด่นชัด มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ที่มีความรู้ หรืออาสาสมัคร หรือปราชญ์ชาวบ้าน ร่วมกันดูแลและให้บริการ ถ่ายทอดประสบการณ์ หรือให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ภายในศูนย์ควรจัดเอกสารด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว คู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งการติดตั้งระบบอินเตอร์เน็ตไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อการสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือจัดทำซีดีประกอบการท่องเที่ยวไว้เปิดบริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาสอบถามเส้นทางหรือแวะพักเพื่อรอเดินทางไปยังจุดอื่นต่อไป

4.3 แนวทางการพัฒนาด้านการมีส่วนร่วม

ผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีระดับศักยภาพโดยรวมมากเป็นอันดับ 3 ($\bar{x}=3.91$, S.D.=0.59) ซึ่งการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนจากธุรกิจเอกชนและชุมชนโดยรอบ นั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=0.41$, S.D. =0.87) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.81$, S.D.=0.82) ส่วนด้านการมีศักยภาพน้อยที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการจัดนำเที่ยว และมััคคุเทศก์โดยคนในชุมชน ($\bar{x}=3.86$, S.D.=0.86) และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.87$, S.D.=0.89) จากผลการศึกษาการลงพื้นที่จริง และสัมภาษณ์เชิงลึก จึงได้ข้อมูลมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านความร่วมมือ ดังนี้

4.3.1 การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดนำเที่ยว และมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน รวมถึงติดตามประเมินผลในด้านการจัดการท่องเที่ยว : หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อสร้างจิตสำนึกของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยการให้ความรู้ชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การให้บริการและการดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ และอุ่นใจในการมาเยี่ยมเยือน เช่น การให้บริการในราคาที่ยุติธรรมและมีมาตรฐานไม่คิดค่าบริการเกินราคาจริง รวมถึงมีการใส่ใจจริงจังกกับการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันเหตุการณ์อาชญากรรมในทุกกรณี นอกจากนั้นควรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวชุมชนโดยการฝึกเยาวชนอบรมรุ่นใหม่ให้มีจิตสำนึกรักและหวงแหนบ้านเกิดเพื่อสืบสานวัฒนธรรมอันดีของชุมชนไม่ให้สูญหาย ซึ่งการที่จะทำให้เยาวชนเข้ามาร่วมกิจกรรมนั้นควรให้เขามีความตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น แล้วสามารถเล็งเห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตามมาได้แก่ องค์ความรู้ที่ได้รับการต่อยอดมาจากครอบครัว ปราชญ์ชาวบ้าน เช่น วิธีการจับปลา การถักกระดาน เก็บหอย การซ่อมเรือ เป็นต้น การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวจุดสำคัญๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัด ชมวิถีคนริมอ่าว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษาระบบนิเวศชายบริเวณฝั่งทะเล ฟาร์มเลี้ยงหอย โครงการพระราชดำริแหลมผักเบี้ย ชมปลาวาฬบรูด้า เป็นต้น

สำหรับมาตรการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนโครงการกับชุมชนมีการติดตามการปฏิบัติงานโดยใช้วงจรเดมมิง (PDCA) ทุกระยะของการปฏิบัติงานตั้งแต่เริ่มการวางแผนดำเนินกิจกรรม ควรกำหนดวัตถุประสงค์การทำงานให้ชัดเจน จะต้องตรวจสอบว่าการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ จนกระทั่งดำเนินการ ตรวจสอบเช็คการปฏิบัติงาน และประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งควรแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อร่วมในการปฏิบัติงาน การออกแบบโครงสร้างในการปฏิบัติงานควรใช้โครงสร้างการบริหารจัดการโครงการแบบ matrix structure หรือโครงสร้างการประสานงานโครงการเพื่อทำให้การปฏิบัติงานโครงการมีประสิทธิภาพ และเป็นการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างเหมาะสมคุ้มค่า ทั้งนี้คณะกรรมการควรมีการประชุมหารือปัญหาที่จะเกิดขึ้นตลอดระยะเวลาทำงาน และเมื่อเสร็จสิ้นโครงการต้องนำปัญหาที่พบมาประเมินผลและปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินงานครั้งต่อไป

4.3.2 การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก : แนวทางการปฏิบัติที่สามารถทำได้ในรูปแบบของการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่สามารถดึงศักยภาพของหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุน เช่น บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี และองค์ความรู้ เป็นต้น สำหรับหน่วยงานภายนอกที่เข้าร่วมสนับสนุนมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เทศบาล สถาบันการศึกษาและบริษัทเอกชน เป็นต้น รูปแบบกิจกรรมที่สามารถพัฒนาเครือข่าย เช่น กิจกรรมเกษตรปลอดภัยเพื่อสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมเสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน โดยการทำของที่ระลึกจากวัสดุท้องถิ่น เน้นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชน การเปิดตลาดชุมชน เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมโฮมสเตย์ ซึ่ง

รูปแบบกิจกรรมเหล่านี้สามารถต่อยอดไปสู่เชิงพาณิชย์สร้างมูลค่าให้กับชุมชน พัฒนาไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

4.4 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

ผลการศึกษาด้านศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวบนเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จ.เพชรบุรี ด้านกิจกรรมและกระบวนการ พบว่า มีระดับศักยภาพโดยรวมมาก เป็นอันดับ 4 ($\bar{x}=3.89$, $S.D.=0.68$) โดยชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 ($\bar{x}=3.98$, $S.D.=0.88$) รองลงมาคือ ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชน และกิจกรรมท้องถิ่นโดยคนในชุมชน ($\bar{x}=3.94$, $S.D.=0.88$) ส่วนด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดเป็นระดับ 5 คือ มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลา การทำขนม ฯลฯ ($\bar{x}=0.83$, $S.D.=0.90$) มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้มาเยือน ($\bar{x}=3.84$, $S.D.=0.95$) จากผลการศึกษาข้างพื้นที่จริง และสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก จึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งรายมีรายละเอียด ดังนี้

4.4.1 พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ เป็นการบูรณาการระหว่างภูมิทัศน์นิเวศวิทยาและวัฒนธรรม เน้นการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมชายฝั่งทะเลอ่าวไทยที่สะท้อนถึงการใช้ภูมิปัญญาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนจากอดีตจนกระทั่งปัจจุบัน ได้แก่ การทำประมงพื้นบ้าน และแปรรูปผลผลิตประมง เช่น จากเดิมมีการทำประมงโดยการออกหาปลา วางเบ็ดราว ทุโพงพาง การวางลอบดักปูทะเล อุปกรณ์ที่ใช้คืออวนลอย อวนล้อม โพงพาง โปะน้ำตื้น เป็นต้น ปัจจุบันวิธีการทำประมงเปลี่ยนไปมีการพัฒนาเครื่องมือและเพิ่มวิธีการจับสัตว์น้ำโดยการออกทะเลน้ำลึก กิจกรรมฟาร์มเพาะเลี้ยงหอยแครง ซึ่งมีรูปแบบดั้งเดิมและการเลี้ยงแบบวิธีการพัฒนา จากเริ่มเลี้ยงในพื้นที่ 5-30 ไร่ ล้อมคอกด้วยไม้ไผ่รวกเรียงเป็นแผงยาวติดกัน หอยที่เลี้ยงเป็นหอยแครงพันธุ์พื้นบ้าน มีวิธีการเก็บแบบถีบกระดาน คราดมือ ส่วนวิธีการเลี้ยงในพื้นที่บริเวณ 100 ไร่ มีการปักเสารอบฟาร์มเรียกว่า “กระทุ้ง” วิธีการเก็บหอยจะใช้เรือคราดหอยแครงเท่านั้นซึ่งบริเวณเลี้ยงหอยแครงแต่ละรายจะมีบ้านเฝ้าหอยแครง หรือที่เรียกว่ากะเตง ส่วนกิจกรรมป่าโกงกางกับการเผาถ่านซึ่งในอดีตมีการจับจองพื้นที่ป่าชายเลนเพื่อตัดไม้โกงกางสำหรับเผาถ่าน แต่ในปัจจุบันผู้ที่จะมีอาชีพเผาถ่านโกงกางส่วนใหญ่จะมีพื้นที่ปลูกไม้โกงกางเอง และต้องมีโรงเรือนในการเผาถ่าน ทำให้เป็นการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนที่ไม่ได้เป็นเจ้าของที่ดิน รวมถึงการรับจ้างขนไม้เข้าเตา ถือเป็นการสร้างอาชีพจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์จากการหมุนเวียนทรัพยากรธรรมชาติ และนอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งระบบนิเวศบริเวณชายฝั่งทะเลจะมีป่าลำพู เป็นแหล่งอาหารและอนุบาลสัตว์น้ำ ต้นลำพูมีความสำคัญในการเป็นเขื่อนธรรมชาติป้องกันคลื่นและเป็นที่อยู่อาศัยของหิ่งห้อยปริมาณมาก โดยเฉพาะในฤดูหนาว ปัจจุบันมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อชมหิ่งห้อย ถือเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน

ดังนั้น แนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ภาครัฐควรส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของระบบนิเวศชายฝั่งและคุณค่าของหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่น โดยการสร้างเครือข่ายชุมชนสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล และอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสร้างอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน

4.5 ด้านการจัดการ

ผลการศึกษาในระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จ.เพชรบุรี ด้านการจัดการ พบว่า มีระดับศักยภาพโดยรวมมากเป็นอันดับ 5 ($\bar{x}=3.84$, S.D.=0.56) โดยเปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อยู่อาศัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาบริหารจัดการร้านอาหารและเรือตมแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากเป็นอันดับ 1 ($\bar{x}=3.94$, S.D.=0.80) รองลงมา คือ มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว ($\bar{x}=3.91$, S.D.=0.81) ส่วนด้านที่มีระดับศักยภาพน้อยที่สุดเป็นอันดับ 7 คือ มีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.77$, S.D.=0.93) รองลงมาคือ มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ ($\bar{x}=3.81$, S.D.=0.85) และมีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน ($\bar{x}=3.82$, S.D.=0.86) จากผลการศึกษาในการลงพื้นที่จริง และสัมภาษณ์เชิงลึก จึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี มีรายละเอียดดังนี้

4.5.1 พัฒนารูปแบบการรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องพัฒนาระบบสารสนเทศที่เน้นความเป็นปัจจุบัน (Real Time) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ โดยการใช้เทคโนโลยีผ่านแอปพลิเคชัน เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นถือเป็นการบริหารเครือข่ายความสัมพันธ์ต้นน้ำและปลายน้ำเพื่อสร้างคุณค่าในการให้บริการ ตั้งแต่การพัฒนาระบบซอฟต์แวร์โดยการนำนวัตกรรมในระบบ Cloud Computing ซึ่งเป็นระบบการเชื่อมต่อข้อมูลขนาดใหญ่ที่สามารถนำมาเชื่อมข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ซึ่งมีความผันแปรสูง เปลี่ยนรูปได้และมีต้นทุนที่ต่ำทุกคนไม่ต้องมีข้อมูลเก็บไว้ที่ตัวเองสามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลกลางมาได้โดยใช้ รหัสผ่าน (ID Code) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้การจัดการสารสนเทศ (Information Management) ดังนั้น ชุมชนควรต้องรวบรวมข้อมูลสารสนเทศของชุมชนทั้งหมด ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากร ด้านภูมิศาสตร์ ด้านศิลปะและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน และการประเมินผลกิจกรรมต่างๆของชุมชน ทำให้รวมอยู่เป็นหนึ่งเดียวกันและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลโดยใช้ความเร็วของเทคโนโลยี (speed) เชื่อมต่อให้เข้าถึงระบบการใช้งานของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ปลายน้ำให้ได้จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชน พวกเขาเหล่านั้นจะได้รับประโยชน์จากเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของชุมชน ติดตามความเคลื่อนไหวกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน และร่วมแสดงความคิดเห็นกับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆของชุมชน รวมถึงชุมชนเองก็จะได้ประโยชน์จากข้อมูลของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนในลักษณะเป็นปัจจุบัน (Real Time) เช่นกัน ชุมชน

ต้องมีการวางแผนดำเนินงานโดยการคัดเลือกสมาชิกภายในชุมชนคนใดมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเทคโนโลยีอยู่แล้วชุมชนควรส่งเสริมและผลักดันพวกเขาเหล่านั้นให้เข้าร่วมกิจกรรมลักษณะดังกล่าวกับชุมชนหรือถ้าสมาชิกชุมชนคนไหนยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีดีพอชุมชนควรอบรมให้ความรู้กับเขาเพื่อให้สามารถนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้จะสอดคล้องกับการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ โดยแนวคิดนี้ได้กล่าวว่าประเทศหรือสังคมใดจะพัฒนายั่งยืน ต้องรอบรู้ รอบคอบ สัมสม ภูมิคุ้มกัน พร้อมอยู่เสมอต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อทำให้เป็นองค์กรแห่งความสุข ซึ่งหมายถึงมีความสุขทุกขั้นตอนการดำเนินงาน เราจะทำในสิ่งที่เรารักและถนัด ตามแนวทางคือพอประมาณ มีภูมิคุ้มกันชุมชนสามารถพัฒนาให้ยั่งยืนสืบไป

4.5.2 การสร้างจิตสำนึกต่อคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยการสร้างค่านิยมร่วม (share value) ซึ่งสมาชิกทุกคนในชุมชนจะต้องมีเป้าหมายร่วมกันในการผลักดันให้ชุมชนมีการพัฒนา ไม่ได้หมายถึงผู้นำชุมชนเท่านั้นที่ต้องขับเคลื่อนกลยุทธ์ แต่สมาชิกทุกคนภายในชุมชนควรต้องเพิ่มคุณค่าในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสียภายในชุมชนด้วยความใส่ใจ มุ่งมั่น และตระหนักถึงผลลัพธ์ ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน โดยวิธีการจัดคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานตามลักษณะกิจกรรมซึ่งสิ่งสำคัญและจำเป็นที่สุดก็คือสมาชิกในชุมชนต้องมีทัศนคติเชิงบวก (positive thinking) จะส่งผลต่อความฉลาดทางอารมณ์หรืออีคิว (EQ) ทำให้เกิดมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานสามารถทำงานประสานกับผู้อื่นได้น่ามาซึ่งทีมเวิร์คที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่เริ่มรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมหรืออาจจะเป็นส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมเพราะสมาชิกมีความเคลื่อนไหวของชุมชน สามารถตัดสินใจได้ว่าตนเองจะช่วยเหลือชุมชนในเรื่องใดบ้างตามความถนัดของตนเอง ซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น หรืออาจจะเป็นการจัดกิจกรรมลักษณะจิตวิทยามวลชนโดยการกำหนดรูปแบบกิจกรรมให้เป็นวันของการร่วมบำเพ็ญประโยชน์ร่วมกันด้วยการเก็บขยะบริเวณชายฝั่งทะเลรอบชุมชน การอนุรักษ์สัตว์น้ำชายฝั่งทะเล เป็นต้น นอกจากนั้นองค์กรยังสามารถต่อยอดให้สมาชิกภายในชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพตนเองโดยการฝึกอบรมให้ลึกลงในส่วนของหน้าที่การปฏิบัติงาน (functional competency) เช่น การพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่น การศึกษาดูงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ เป็นต้น เพื่อปลูกจิตสำนึกรักชุมชนจะทำให้สมาชิกชุมชนมีความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานด้วย เพราะเมื่อสมาชิกภายในชุมชนเห็นผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและชุมชน พวกเขาจะมีความกระตือรือร้นในการที่จะกิจกรรมเองโดยไม่ต้องบังคับ ผลการปฏิบัติงานก็จะออกมาด้วยความเต็มใจและมีประสิทธิภาพจากค่านิยมร่วมที่สมาชิกภายในชุมชนสร้างขึ้นมานั่นเอง

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยผสม (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งคณะนักวิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จำนวน 400 ชุด กับบุคลากรภาครัฐในพื้นที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชน และนักท่องเที่ยว ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพได้นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำผลวิเคราะห์ทั้ง 2 ประเภทมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมากำหนดแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน

จากการลงพื้นที่ตามเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 เส้นทาง เพื่อสำรวจอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง ผลการศึกษาพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 : ท่องวัด เที่ยวเล ชมวิถีคนริมอ่าว อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่โดดเด่น คือ วัดปากกลัด เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปตามตำนาน ได้แก่ วัดไร่ขิง วัดบางพลี วัดโสธร วัดเพชรสมุท และวัดเขาตะเครา หรือที่ชาวบ้านเรียนกันว่า “หลวงพ่อ 5 พี่น้อง” และยังมีจุดชมวิวยะนิงเฉลิมพระเกียรติ บาง อ่าวบางตะบูนที่มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและขึ้นชื่อของบางตะบูนอีกแหล่งใน จังหวัดเพชรบุรี มีศูนย์อนุรักษ์และศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน โรงเรียนบางตะบูน ยังมีการนำทรัพยากรทางธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัดในกลาง ศาลาการเปรียญ ซึ่งทำด้วยไม้สักทั้งหลัง และโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยเป็นโครงการที่มีแหล่งเรียนรู้มากมายที่สำคัญสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ยังคงเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2 : ธรรมชาติสวยๆ อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นวัดตั้งอยู่ตลอดเส้นทาง ตั้งแต่บางตะบูนถึงชะอำ วัดปากกลัด เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปตามตำนาน ได้แก่ วัดไร่ขิง วัดบางพลี วัดโสธร วัดเพชรสมุท และวัดเขาตะเครา หรือที่ชาวบ้าน

เรียนขานกันว่า “หลวงพ่อ 5 พี่น้อง” วัดเพชรสุวรรณภายในพระอุโบสถปูพื้น และบุผนังด้วยหินหยกสีเขียว ธรรมชาติ วัดในกลาง ศาลาการเปรียญ ซึ่งทำด้วยไม้สักทั้งหลัง วัดนอกปากทะเล เป็นวัดเล็กๆ ที่ตั้งอยู่ริมถนน หล่มผักเปื้อน-ชะอำ โดยมี เรือเกดรานิพพานัง สถานที่ปฏิบัติธรรมของประชาชน วัดหาดเจ้าสำราญ เป็นวัดสมัยใหม่ที่มีการปรับปรุงบูรณะให้น่าอยู่มากยิ่งขึ้นด้วยบรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ วัดหาดเจ้าสำราญยังมีพิพิธภัณฑ์โครงการปลูกปลาวาฬปูดำยักษ์ วัดโดนดหลวงปัจจุบันมีโบสถ์ 2 หลัง หลังเดิมเป็นอุโบสถทรงเรือสำเภาแบบมหาอุด มีประตูเข้าออกเพียงด้านเดียว และอุโบสถหลังใหม่เป็นอุโบสถทรงเรือสำเภาขนาดใหญ่ และวัดเนรฐาราม เป็นวัดที่อยู่ติดริมทะเล มีพระอุโบสถที่มีลักษณะทรงอินเดีย บริเวณข้างพระอุโบสถประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนั่งปิดทวารทั้ง 9 จะสังเกตได้จากทางเข้าวัด เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 : ชมวิวนิมเล กินปูสดฟินปิเลโฮมสเตย์อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จุดชมวิวสะพานเฉลิมพระเกียรติบาง อ่าวบางตะบูนที่มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและขึ้นชื่อของบางตะบูนอีกแหล่งใน จังหวัดเพชรบุรี ร้านอาหารบางตะบูน มีร้านอาหารทะเล ส่วนใหญ่จะเน้นบรรยากาศออกแนวพื้นบ้าน ยังมีโครงการฟาร์มทะเลตัวอย่าง ตามพระราชดำริเป็นโครงการในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถเป็นแหล่งศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการประมงแก่เกษตรกร โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเปื้อนเป็นโครงการที่มีแหล่งเรียนรู้มากมายที่สำคัญสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ยังคงเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และร้านอาหารทะเลชะอำ เมืองท่องเที่ยวริมทะเลบรรยากาศชิลล์ๆ ที่นักเดินทางชอบพากรอบครีวไปพักผ่อน และสนุกสนานกับกิจกรรมริมชายหาดมากมาย อีกทั้งยังมีร้านอร่อยๆ ที่มีทั้งอาหารทะเลสดๆ อาหารไทยพื้นบ้าน อาหารยุโรป และเครื่องดื่มหลากหลายชนิด ไว้บริการทั้งนักท่องเที่ยวไทย และชาวต่างชาติ เส้นทางท่องเที่ยวที่ 4: ชิม ชิลช้อป แชะ ริมเลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดหาดเจ้าสำราญ เป็นวัดสมัยใหม่ที่มีการปรับปรุงบูรณะ วัดหาดเจ้าสำราญยังมีพิพิธภัณฑ์โครงการปลูกปลาวาฬปูดำยักษ์ มีหาดเจ้าสำราญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าไปพักผ่อน มีบรรยากาศที่เงียบสงบอากาศเย็นสบาย มีสัตว์ทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ยังสามารถเรียนรู้ สัมผัสวิถีการดำรงชีวิตของชาวประมง เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีหมู่บ้านชาวประมง หาดจอมพลเป็นสถานพักผ่อน และพักผ่อนกองทัพบก เป็นสถานที่พักผ่อนสวัสดิการของกองทัพบกที่แสนสบาย มีหาดทรายที่สวยงาม อีกทั้งมีร้านอาหารชื่อ “ครัวจอมพล” ที่ได้อำนวยความสะดวกด้านอาหารให้กับนักท่องเที่ยว หาดปึกเตียน มีรูปปั้นกลางทะเลจากตัวละครในวรรณคดีเรื่อง พระอภัยมณี ซึ่งก็คือ นางผีเสื้อสมุทร พระอภัยมณี และรูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมกลางทะเล หาดชะอำเป็นหาดทรายยาวเม็ดทรายสีน้ำตาลอ่อนๆ มีต้นสนประดิพัทธ์ยืนต้นแผ่ร่มเงาอยู่ตลอดความยาวของแนวชายหาดริมหาดมีโรงแรม ที่พัก อาหารทะเลสด ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านเช่าจักรยาน ร้านเช่าห่วงยาง และเตียงผ้าใบจำนวนมากไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางน้ำ เช่น บานาน่าโบ๊ท, เจ็ตสกี และมีสะพานหินทอดยาวลงไปในทะเล (สะพานปลา) เป็นอีกหนึ่งจุดชมวิวยาวๆ ของชะอำ โดยเฉพาะยามเช้า และยามเย็น จะมีทั้งชาวบ้าน นักท่องเที่ยว บ้างเช่าจักรยาน บ้างขี่มอเตอร์ไซด์มานั่งกินลมชมวิวนั่งสะพานกันไม่ขาดสาย และยังมีจุดถ่ายรูปที่เป็นเอกลักษณ์รูปปั้นสีขาวรูปหมึกตัวใหญ่อยู่ปลายสะพาน และยังสามารถสักการะกราบไหว้พระที่ วัดเนรฐาราม ตั้งอยู่ติดริมทะเล มีพระอุโบสถที่มีลักษณะทรงอินเดีย บริเวณข้างพระอุโบสถประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนั่งปิดทวารทั้ง 9 จะสังเกตได้จากทางเข้าวัด ยังมีศาลาทรงจัตุรมุขประดิษฐานรอยพระพุทธรูปทองเหลือง ที่สร้างขึ้นจากวิถีชีวิตในสมัยก่อน

ตอนที่ 2 สรุปผลการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

สรุปผลการศึกษาข้อมูลจากแบบประเมินเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี จำแนกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบประเมินจำนวน 400 คน เป็นนักท่องเที่ยว ร้อยละ 40.00 ชุมชน ร้อยละ 30.00 ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 15.00 เพศหญิงร้อยละ 57.00 ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 37.50 สถานภาพการสมรส สมรส 50.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.00 อาชีพบุคลากรภาครัฐ เป็นบุคลากรภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 40.00 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 38.00

ตอนที่ 2.2 เป็นแบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประเมินซึ่งประกอบด้วย ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพและความพร้อมโดยรวม 5 ด้าน ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, $SD=0.44$) และเมื่อพิจารณาภาพรวมในแต่ละด้าน พบว่า ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจมีศักยภาพและความพร้อมในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{x}=3.94$, $SD=0.48$) รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=3.93$, $SD=0.60$) มีศักยภาพและความพร้อมในระดับมาก เป็นอันดับสอง ด้านการร่วมมือ ($\bar{x}=3.91$, $SD=0.59$) มีศักยภาพและความพร้อมในระดับมากเป็นอันดับสาม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.68$) มีศักยภาพและความพร้อมในระดับมากเป็นอันดับสี่ และด้านการจัดการ ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.56$) มีศักยภาพและความพร้อมในระดับมากเป็นอันดับห้า รายละเอียดของระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละด้านมีดังนี้

อันดับที่ 1 ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, $S.D. = 0.48$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.25$, $S.D. = 0.60$) รองลงมา ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาตินักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นประทับใจและจดจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.08$, $S.D. = 0.73$) ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, $S.D. = 0.80$) เส้นทางในการเดินทางภายในชุมชนเข้าใจง่ายมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.88$, $S.D. = 0.75$) ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, $S.D. = 0.79$) มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, $S.D. = 0.79$) และ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมีประโยชน์ใช้สอยคุ้มค่ากับราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, $S.D. = 0.84$) ตามลำดับ

อันดับที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$, $S.D. = 0.60$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.14$, $S.D. = 0.83$) รองลงมา ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีปริมาณเพียงพอกับนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.12$, $S.D. = 0.87$) ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว มีความเหมาะสมและเพียงพอ ในระดับมาก ($\bar{x} =$

4.11 , S.D. = 0.88) ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแหล่งธรรมชาติ ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.97 , S.D. = 0.85) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.78 , S.D. = 0.99) คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ/ซีดีประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.73 , S.D. = 1.00) และ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน/อาสาสมัครนำเที่ยว มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.71 , S.D. = 1.02) ตามลำดับ

อันดับที่ 3 ด้านการมีส่วนร่วม มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91 , S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนจากธุรกิจเอกชนและชุมชนโดยรอบ ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.01 , S.D. = 0.87) รองลงมา การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.96 , S.D. = 0.82) การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนการมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.96 , S.D. = 0.81) ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชน ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94 , S.D. = 0.87) มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.90 , S.D. = 0.89) การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.87 , S.D. = 0.89) การเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86 , S.D. = 0.86) และ การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการจัดนำเที่ยวและมััคคุเทศก์โดยคนในชุมชน ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.81 , S.D. = 0.96) ตามลำดับ

อันดับที่ 4 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.89 , S.D. = 0.68) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98 , S.D. = 0.88) รองลงมา ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชนและกิจการท้องถิ่นโดยคนในชุมชน ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94 , S.D. = 0.88) มีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.89 , S.D. = 0.86) มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้มาเยือน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชนหรือการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.84 , S.D. = 0.95) และ มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลาการทำขนม ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.83 , S.D. = 0.90) ตามลำดับ

อันดับที่ 5 ด้านการจัดการ มีระดับศักยภาพโดยรวมเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.84 , S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพมากเป็นอันดับ 1 คือ เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94 , S.D. = 0.80) รองลงมา มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.81) มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.83) มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.86) มีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.86) มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.85) และมีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

จุดแข็งสำคัญคือ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งเชิงนิเวศน์ ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วัฒนธรรมและศาสนา การเดินทางสะดวก มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ชุมชนเป็นมิตร ชุมชนมีการจัดการแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่ศึกษาดูงาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกบนเส้นทาง จุดอ่อน ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังกระจุกกระจาย ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ป้ายไม่ชัดเจน และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ไม่หลากหลาย โอกาส ได้แก่ ภาครัฐมีโครงการต่อเนื่องในการพัฒนาถนนเลียบริมชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอำเภอไทย ความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด และอุปสรรค ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ยังขาดเสถียรภาพ การแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น และความขัดแย้งทางการเมือง

ตอนที่ 4 สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอำเภอไทย จังหวัดเพชรบุรี

4.1 ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ มีแนวทางการพัฒนา 4 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก 2) การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ 3) การพัฒนาป้ายและสัญลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวหรือบนเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความโดดเด่น สะดุดตานักท่องเที่ยว ทำให้มองเห็นได้อย่างชัดเจน

4.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีแนวทางการพัฒนา 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาบุคลากรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน หรืออาสาสมัครนำเที่ยว และ 2) การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดทำคู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับ และซีดีประกอบการท่องเที่ยว รวมทั้งติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อการสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่

4.3 ด้านการมีส่วนร่วม มีแนวทางการพัฒนา 2 แนวทาง คือ 1) การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน รวมถึงติดตามประเมินผลในด้านการจัดการท่องเที่ยว และ 2) การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก ในรูปแบบของการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่สามารถดึงศักยภาพของหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุน

4.4 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ แนวทางการพัฒนา คือ การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ เน้นการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมชายฝั่งทะเลอำเภอไทยที่สะท้อนถึงการใช้ภูมิปัญญาชุมชน

4.5 ด้านการจัดการ มีแนวทางการพัฒนา 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนารูปแบบการรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นปัจจุบัน (real time) และ 2) การสร้างจิตสำนึกต่อคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการสร้างค่านิยมร่วม (share value) ที่สมาชิกทุกคนในชุมชนมีเป้าหมายร่วมกัน

การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบ (Fact finding) ที่มีคุณค่าทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งนำมาอภิปรายผลโดยใช้หลักตรรกวิทยา พร้อมทั้งนำทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยมาประกอบด้วย มีรายละเอียดดังนี้

1. **อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นฐาน** ผลการวิจัยพบว่า ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ มีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติพี่น้องที่คอยต้อนรับและจัดจํา ในพื้นที่ยังมีประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น อีกทั้งวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ล้วนเป็นจุดขายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างวัฒนธรรมได้ดียิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริมล ขมหวาน (2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ชุมชนตลาดโบราณบางพลี มีอัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเกิดการยอมรับร่วมกันของชาวชุมชน และมีการปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชน และเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นหลัก และยังสอดคล้องกับ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งแม้ว่าทั้งสองเรื่องจะไม่ได้มีพื้นที่อยู่ริมฝั่งทะเล แต่สิ่งที่เหมือนกันคือ แต่ละชุมชนต่างมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น มีความหลากหลายของวัฒนธรรม เป็นเมืองเก่าที่ผสมผสานระหว่างความเก่ากับความใหม่ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก และมีอาหารทะเลที่สด อร่อย มีความปลอดภัย และงานวิจัยของ นุชนาฏ เชียงชัย (2558) ได้ศึกษาการใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ซึ่งนำเอาจุดเด่นที่คนส่วนใหญ่นึกถึงคือ ธรรมชาติ มาสร้างอัตลักษณ์ ส่วนสถานที่ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ วัดพระธาตุลำปางหลวง มาสร้างเป็นจุดขายในการกระตุ้นนักท่องเที่ยว

2. **ระดับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี** ผลการวิจัยพบว่า ระดับศักยภาพและความพร้อมโดยรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยอันดับ 1 คือ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี ฤทธา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนกวนพะเยาว์ฝั่งตะวันตก ที่พบว่าระดับศักยภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว รองลงมา ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ กิตติจารุกร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนสมุทรเจดีย์ ตำบลปากน้ำ อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง ที่พบว่า ศักยภาพด้านพื้นที่มีพร้อมสูงเป็นอันดับ 1 รองลงมา ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า แต่ละพื้นที่มีอัตลักษณ์ มีจุดแข็งจุดอ่อน และปัญหาอุปสรรคที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้ระดับ

ศักยภาพและความพร้อมโดยรวมในแต่ละพื้นที่จึงแตกต่างกันไปด้วย แต่ถ้าพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่าอันดับหนึ่ง คือ ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ มีความสอดคล้องกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นภูมิภาคใด ต่างก็มีสถานที่ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นที่นำมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ต่างวัฒนธรรมที่หลากหลาย จนทำให้แต่ละพื้นที่มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ ที่แตกต่างกัน เพราะเกี่ยวข้องกับหลายๆ ภาคส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้บริหารจัดการได้ยาก

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บนเส้นทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ 5 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ โดยการพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึกที่ตั้งอยู่กระจายกันให้รวมอยู่ในจุดเดียว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การจัดทำป้ายและสัญลักษณ์ให้เกิดความโดดเด่นและสะดุดตาเพื่อจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการพัฒนาบุคลากร มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน หรืออาสาสมัครนำเที่ยว เพื่อทำหน้าที่นำชมสถานที่ ถ่ายทอดประสบการณ์ความรู้ และอำนวยความสะดวก รวมทั้งพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดทำคู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ และซีดีประกอบการท่องเที่ยว 3) ด้านการมีส่วนร่วม โดยส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดนำเที่ยวและประเมินผลด้านการจัดการท่องเที่ยว พัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก 4) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ โดยพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และ 5) ด้านการจัดการ โดยพัฒนารูปแบบการรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นปัจจุบัน (real time) และการสร้างจิตสำนึกต่อคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยการสร้างค่านิยมร่วม (share value) สอดคล้องกับ สวัสดิ์ ฤทธา (2556) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนกวนพะเยาว์ฝั่งตะวันตก ที่เน้นการพัฒนาแนวทางทั้ง 5 ด้านเช่นกัน เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมที่ สอดคล้องกับ โกวิท เหมือนสังข์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา อุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ที่เสนอแนวทางการพัฒนาทั้ง 5 ด้านที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ การจัดทำป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทิศทางในแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน การจัดทำแผ่นพับ ใบปลิว เว็บไซต์ การจัดตั้งกลุ่มประสานงานการท่องเที่ยวอุทยาน และจัดทำแผนแม่บทโดยมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและเยาวชน ที่เป็นเช่นนี้เพราะทั้ง 2 แห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเหมือนกันแม้ว่าจะอยู่กันคนละภูมิภาค แต่มีเป้าหมายเดียวกันคือความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน และนำรายได้หรือผลประโยชน์มาสู่ผู้เกี่ยวข้องบนพื้นฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่ในบางแนวทางการพัฒนาของ โกวิท เหมือนสังข์ ไม่มีความสอดคล้อง ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรพัฒนาที่จอดรถ ห้องสุขา ท่าเทียบเรือ ให้ได้มาตรฐานไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เพราะมีความแตกต่างกันด้านสถานที่จึงส่งผลให้แนวทางการพัฒนาด้านนี้ไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ รุ่งดิศ เมืองลือ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลฝั่งตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี ที่เสนอแนวทางการว่าควรมีการบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เป็นเช่นนี้เพราะการสร้างคามยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดได้จากบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น แต่จะต้องเป็นการบูรณาการร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงจะก่อให้เกิดความสำเร็อย่างยั่งยืนได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยและอภิปรายผลดังกล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลการวิจัยมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะไว้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านการมีส่วนร่วม โดยส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว และพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก ดังนั้น คณะนักวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลบางตะบูน เทศบาลหาดเจ้าสำราญจังหวัดเพชรบุรี องค์การบริหารส่วนอำเภอชะอำ และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลนี้มาพัฒนาใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี โดยจัดทำประชาคมเพื่อให้คนในชุมชน รวมทั้งผู้ประกอบการได้เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน มีส่วนร่วมในการวางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความยั่งยืน

1.2 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด โดยการพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวเพื่ออาสาสมัครนำเที่ยวโดยคนในชุมชน และการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น คณะนักวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนเส้นทาง ให้จัดทำแผนกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาคอนในชุมชนและศูนย์บริการไว้รองรับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

2.1 ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมอันดับสุดท้าย คือ การมีส่วนร่วมในด้านการจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน ศักยภาพด้านกิจกรรมและกระบวนการอันดับสุดท้าย คือ มีกิจกรรมฝึกหัดและเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลา การทำขนม เป็นต้น จึงมีข้อเสนอแนะให้ชุมชนให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว หรือเข้าร่วมอบรมมัคคุเทศก์เพื่อนำความรู้มาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2 ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านการจัดการ อันดับ 6 คือ การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ จึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ควรวางแผนการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาในการดูแลรักษาในแต่ละพื้นที่

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่องต่อไปนี้

3.1 ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยนำไปทดสอบกับลูกค้าจริง และศึกษาความพึงพอใจ เพื่อนำผลมาปรับปรุงและพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวเป็นที่ชื่อของจังหวัดเพชรบุรี

3.2 ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาวิจัยกลยุทธ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.3 ควรมีการขยายพื้นที่ในการทำวิจัยให้กว้างขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). รายงานสรุปการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. กรุงเทพฯ:
- . เพชรบุรี. (ออนไลน์) จาก <https://thai.tourismthailand.org/> วันที่สืบค้น ธันวาคม 2560.
- โกวิท เหมือนสังข์. (2557). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา อุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จังหวัดสงขลา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิติด้านการท่องเที่ยว. ข้อมูลออนไลน์ สืบค้นเมื่อ จาก <https://www.mots.go.th/main.php?filename=index> วันที่สืบค้น มกราคม 2561.
- กระทรวงคมนาคม. (2560). ภาพเส้นทางคลองโคกลน-ชะอำจังหวัดเพชรบุรี. จาก <https://www.matichon.co.th> วันที่สืบค้น 13 กรกฎาคม 2561.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564). (ออนไลน์).
- จาก <http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=index>. วันที่สืบค้น 11 มกราคม 2561.
- จิตตานันท์ ติกุล. (2550). โครงการศึกษาภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. รายงานการวิจัยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เจมส์ แมคกราก และ บอเพเบตส์. (2556). 89กลยุทธ์ที่องค์กรระดับโลก ใช้สร้างองค์กร และบริหารคน. พิมพ์โดย บริษัท ดำรงค์ ฟิลิปปินส์ จำกัด: กรุงเทพฯ
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2556). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2550). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทศพล เดชะ. (2553). ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง. ปริญญาโท วท.ม. (การวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทัศนากุญแจ และคณะ. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ทิพย์สุดา พุ่มจรัส. (2556). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: เพ็ชรชัยหลวง พรินต์แอนด์พับลิชชิง.
- นิรมล ขมหวาน. (2557). อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. (ออนไลน์). จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/30266> วันที่สืบค้น 10 มกราคม 2561.

- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). **การใช้อัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง**. สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/273/1E.pdf> เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2559
- นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทัศน์. (2557). **จิตวิทยาบริการและคุณภาพบริการท่องเที่ยว**.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. คณะมนุษยศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เบญจวรรณ กิตติจารุกร. (2556). **ศักยภาพชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนสมุทรเจดีย์ ตำบลปากน้ำ อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง**. (ออนไลน์) จาก http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000009947 เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2560
- ประเวศ วะสี. (2541). **ความหมายและลักษณะของชุมชน**. (ออนไลน์). จาก oservice.skru.ac.th/ebookft วันที่สืบค้น 29 มิถุนายน 2560.
- ประภาศรี เทิกขุนทด. (2551). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุ้มงศการาม(วัดโพธิ์)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปานแพร เขาวนประยูร. (2555). **การสร้างอัตลักษณ์ และการใช้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว**. หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารศาสตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ไพเราะ อิศรเสนา ณ อยุธยา. (2560). **กลยุทธ์การวางแผนผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมแห่งคุณค่า**. ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี. (2561-2564). สืบค้นจาก http://www.phetchaburi.go.th/data/plan53_56.pdf เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2559.
- พัฒนาการท่องเที่ยว, สำนักงาน. (2553). **สถิตินักท่องเที่ยว**. จาก <https://tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>. วันที่สืบค้น 3 เมษายน 2561.
- พชรพร ผู้จำกัด. (2552). **ความคาดหวังของครูและคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานต่อการจัดระบบสารสนเทศในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์ เขต 3**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. (ออนไลน์). จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Porntip_K.pdf วันที่สืบค้น 10 มีนาคม 2560.
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. (ออนไลน์). จาก www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/329_20150204_02555_38.pdf วันที่สืบค้น 10 มกราคม 2560.
- รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพซารี่. (2559). ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์. คณะการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ราณี ศิริชัยกุล. (2550). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2546). ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. (เอกสารการสอน) นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัลย์ลียา วีระวงศ์. (2556). ความคาดหวังของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้านค้าในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ศรัญญา กิตติวัฒนโชติ. (2557). ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านงานเขียนกรณีศึกษา คุณวิกรม กรมดิษฐ์. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สาวิตรี ฤทธา. (2556). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนริมกว๊านพะเยาฝั่งตะวันตก. มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา.
- สายพิน สันต และคณะ. (2551). กรณีศึกษาความต้องการของการพัฒนาศักยภาพของชุมชน. (ออนไลน์). จาก www.thapra.lib.su.ac.th/snmcn>fulltext วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2561.
- สถาบันวิจัยทรัพยากรทางน้ำ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2550). การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย. (ออนไลน์) จาก <https://www.chula.ac.th/.../aquatic-resources-research-institute/> สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2561.
- สถิติพยากรณ์, สำนัก., สำนักสถิติแห่งชาติ. (2557). สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2552-2554. สืบค้นจาก www.nso.go.th เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2559.

สรรรค์ศักดิ์ รัตนกร. (2558). **การวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์**. (ออนไลน์).

จาก <http://r2556.blogspot.com/2013/04/marketing-plan-process.html?m=1>.

สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2561.

สมคิด บางโม. (2555). **องค์การและการจัดการ**. ฉบับพิมพ์ที่ 6. จุฬาลงกรณ์: กรุงเทพฯ.

องค์การการท่องเที่ยวโลก (world Tourism organization). **แห่งองค์การสหประชาชาติ** (n.p.,n.d., 2560)

ความหมายการท่องเที่ยว. จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>

วันที่สืบค้น 25 เมษายน 2561.

อภิญา เพื่องสกุล. (2546). **การทบทวนทฤษฎี และกรอบแนวคิดอัตลักษณ์ Identity**. คณะกรรมการการ

วิจัยแห่งชาติ, คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา.

อัมพร ไหลประเสริฐ. (2558). **เอกสารประกอบการสอนวิชาการบริหารพยาบาลเรื่องการวิเคราะห์องค์กร**

โดย SWOT analysis. (ออนไลน์).

จาก http://61.19.86.230/manage/Plan_pic/20120923145921.com วันที่สืบค้น 28

มีนาคม 2561.

ภาษาต่างประเทศ

Flippo, E. B. (1971). **Principles of Personnel Management**. New York: Mcgraw Hill Book.

Gdbthai. (2556). **ความหมายของ BI หรือ Brand Identity อัตลักษณ์แบรนด์ หรือ อัตลักษณ์ตราสินค้า**

(ออนไลน์). จาก <http://gdbthai.com/brand-identity/> วันที่สืบค้น 24 มีนาคม พ.ศ.2560.

lhotelmarketer. (2560). **ความหมายของอัตลักษณ์ตราสินค้า/แบรนด์ (Brand Identity)**. (ออนไลน์).

จาก <http://www.lhotelmarketer.com/Brand-Identity/>

วันที่สืบค้น 24 มีนาคม พ.ศ.2560.

Jafar and Othara. (2550). **ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว**.

อ้างอิงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ).

Vroom,V.H. (1964). **Work and motivation**. New York : John Wiley & sons.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

- ☐ ชุมชน
- ☐ บุคลากรภาครัฐ
- ☐ ผู้ประกอบการ
- ☐ นักวิจัย

แบบสอบถาม

ศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

.....

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับศักยภาพและความพร้อมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ตั้งแต่ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จนถึงชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบคำถามในแบบสอบถามนี้ทุกข้อ คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด และผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลต่างๆ ที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบหรือเกิดความเสียหายต่อตัวท่านหรือบุคคลใดๆ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1ระดับศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ต่อการ
ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 2ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 3ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ระดับศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ต่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย จังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพและความพร้อมของชุมชน	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยสุด (1)
1. ด้านพื้นที่ และสิ่งดึงดูดใจ					
1.1 ชุมชนมีวิถีชีวิต ความเป็นธรรมชาติ และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
1.2 ชุมชนมีทรัพยากรที่มีค่าทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม					
1.3 เส้นทางในการเดินทางภายในชุมชนเข้าใจง่าย มีป้าย และสัญลักษณ์บอกเส้นทาง					
1.4 ชุมชนมีวิถีชีวิตความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์					
1.5 มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของฝาก และของที่ระลึก					
1.6 ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีประโยชน์ใช้สอยคุ้มค่ากับราคา					
1.7 ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
1.8 ชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนญาติ นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นประทับใจ และจดจำ					
2. ด้านการจัดการ					
2.1 มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่เสมอ					
2.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง					
2.3 มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว					
2.4 มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ					
2.5 มีระบบรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว					
2.6 เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว					
2.7 มีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน					
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ					
3.1 ชุมชนมีการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชน และมีกิจการท้องถิ่นโดยคนในชุมชน					
3.2 มีกิจกรรมฝึกหัด และเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การจับปลา การการทำขนม เป็นต้น					

3.3 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชน และผู้มาเยือน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน หรือการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น					
3.4 ชุมชนมีการจัดกิจกรรมงานประเพณีเพื่อสร้างการท่องเที่ยว					
3.5 มีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว					
ศักยภาพและความพร้อมของชุมชน	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยสุด (1)
4. ด้านการมีส่วนร่วม					
4.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการจัดนำเที่ยว และมัคคุเทศก์โดยคนในชุมชน					
4.2 การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการวางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
4.3 การมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่ม เพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
4.4 การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากร- ธรรมชาติในชุมชน จากธุรกิจเอกชน และชุมชนโดยรอบ					
4.5 การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
4.6 มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
4.7 ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชน					
4.8 การเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน					
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
5.1 มัคคุเทศก์ท้องถิ่น / ประชาชนชาวบ้าน / อาสาสมัครนำเที่ยว มีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว					
5.2 ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยว					
5.3 คู่มือท่องเที่ยว / แผ่นพับ / ซีดี ประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว มีปริมาณเพียงพอ และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว					
5.4 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว					
5.5 ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม มีปริมาณเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว					
5.6 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว มีความเหมาะสม และเพียงพอ					
5.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า					

น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ลานจอดรถ					
------------------------------------	--	--	--	--	--

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 20 ปี หรือต่ำกว่า

☐ 2. 21-30 ปี

☐ 3. 31-40 ปี

☐ 4. 41-50 ปี

☐ 5. 51-60 ปี

☐ 6. 60 ปีขึ้นไป

3.สถานภาพ

☐ 1. โสด

☐ 2. สมรส

☐ 3. หม้าย

☐ 4. หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. ปริญญาโท

☐ 4. สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

☐ 1.บุคลากรภาครัฐ/วิสาหกิจ

☐ 2.ธุรกิจส่วนตัว

☐ 3. เกษตรกร

☐ 4. พนักงานเอกชน

☐ 5. อื่นๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า

☐ 2. 10,001 - 20,000 บาท

☐ 3. 20,0001 - 30000 บาท

☐ 4. 30,001 - 40,000 บาท

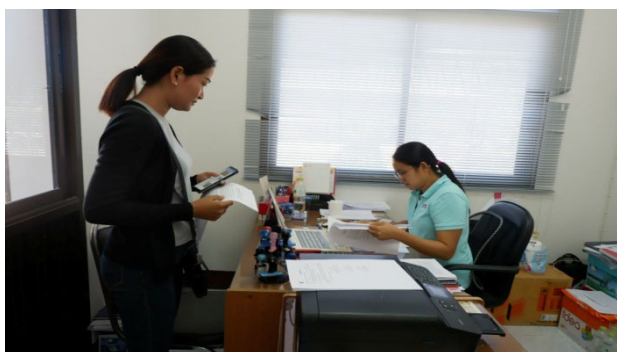
☐ 5. 40,0001 - 50,000 บาท

☐ 6. 50,000 บาทขึ้นไป

~~ขอ~~ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม😊

ภาคผนวก ข

ภาพประกอบงานวิจัย



ลงพื้นที่เก็บข้อมูล



ลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ภาคผนวก ค

ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติ จึงไม่สามารถใช้สูตร

คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ภาคผนวก ง

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	124.07	314.271	.691	.958
a2	124.13	313.637	.580	.959
a3	124.17	314.351	.582	.959
a4	123.97	316.309	.558	.959
a5	124.27	315.375	.537	.959
a6	124.17	323.937	.333	.960
a7	124.07	315.926	.675	.958
a8	124.20	307.614	.632	.959
b1	124.20	315.476	.610	.959
b2	124.37	309.551	.708	.958
b3	124.10	314.024	.605	.959
b4	124.40	311.834	.756	.958
b5	124.23	307.840	.672	.958
b6	123.73	317.720	.547	.959
b7	124.30	309.666	.783	.958
c1	124.07	310.133	.806	.958
c2	124.20	313.200	.619	.959
c3	124.03	309.068	.691	.958
c4	123.80	314.648	.555	.959
c5	124.07	311.375	.609	.959
d1	124.27	308.340	.834	.957
d2	124.37	311.620	.760	.958
d3	124.43	315.771	.564	.959
d4	124.20	313.890	.630	.959
d5	124.23	306.392	.779	.958
d6	124.37	309.344	.682	.958
d7	124.30	312.700	.631	.959
d8	124.17	318.626	.528	.959
e1	124.27	310.064	.726	.958
e2	124.10	314.921	.609	.959
e3	124.33	306.437	.776	.958
e4	124.23	311.978	.596	.959
e5	123.77	325.220	.230	.961
e6	123.83	318.213	.505	.959
e7	123.80	318.510	.446	.960