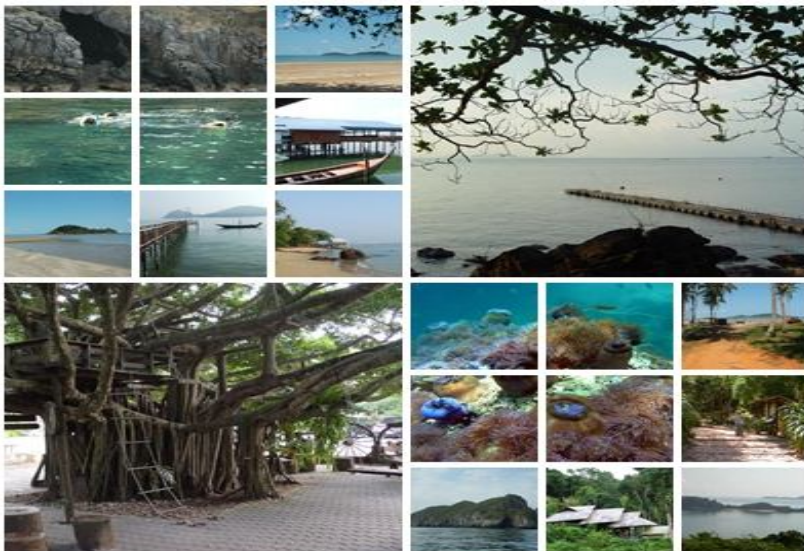




บทสรุปย่อการวิจัย

เรื่อง “ศักยภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ
จังหวัดชุมพร”

Potential and Marketing Strategy of Ecotourism of Chumphon Province



1. รายละเอียดเกี่ยวกับแผนงานวิจัย

ชื่อเรื่อง:

ศักยภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ
จังหวัดชุมพร

Potential and Marketing Strategy of Ecotourism of Chumphon
Province

คณะผู้วิจัย:

นางสาวพัชรี หล้าแหล่ง

นายอำนาจ รักษาพล

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ – ชุมพร โทรศัพท์/โทรสาร: (077) 519495

งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 จำนวน 200,000 บาท

ระยะเวลาทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือน
สิงหาคม พ.ศ. 2552

2. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก และเชื่อว่าจะยังมีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ สัมคม หรือชุมชนตามธรรมชาติเพื่อศึกษาธรรมชาติ จังหวัดชุมพรนับได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

เชิงนิเวศที่สำคัญ เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพร เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ตลอดจนเพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพรต่อไป

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจ และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พร้อมจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในจังหวัดชุมพร
- 2) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชุมพร
- 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพร
- 4) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพรต่อไป

4. ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัยจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว เครื่องมือในการสำรวจ คือ (1) แบบวิเคราะห์ประเภทแหล่งท่องเที่ยว Recreation Opportunity Spectrum (ROS) (2) แบบประเมิน

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว Evaluation of Tourism Site Potential, ENTSP (ETSP) ภายใต้กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พิจารณาตามปัจจัยด้านทรัพยากร ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก/การบริการและการสื่อความหมาย ด้านการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 2 การศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพร โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) ศึกษาสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรและการประเมินศักยภาพในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อวิเคราะห์ SWOT ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชุมพร (2) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (STP) (3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง

5. ผลการวิจัย

จากการสำรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรทั้งหมด 42 แห่ง พบว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 10 แห่ง คือ เกาะลันตา เกาะแรดและหลักแรด เกาะมาตรา (อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร) หมู่บ้านปากคลอง บ้านท้องตมใหญ่ หมู่บ้านคลองเรือ

หมู่บ้านกลางดง ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อชุมชนคนอยู่กับป่า เกษะพิทักษ์ และเกาะคราม โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพสูงสุดคือ เกษะพิทักษ์และบ้านคลองเรือ รองลงมาคือ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อชุมชนคนอยู่กับป่า บ้านปากคลองและบ้านท้องตมใหญ่ ตามลำดับ

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยประมาณ 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน สถานภาพโสด และมีภูมิลำเนาในพื้นที่ภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยมากับกลุ่มเพื่อน/คนรัก และใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-2 วัน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 1-5 คน วัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการพักผ่อน ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือผู้อื่นแนะนำ และปัจจัยหลักที่ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ความเป็นธรรมชาติของสิ่งแวดล้อม/ระบบนิเวศ กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยว คือ การศึกษาธรรมชาติ และกิจกรรมเสริมคือ ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การตลาด พบว่าสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยการสร้างความแตกต่างได้ดังนี้ 1) นำการท่องเที่ยวแนวใหม่ผสมผสานการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การเข้าถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน และส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 3) การเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวใน

จังหวัดชุมพรและจังหวัดใกล้เคียง 4) การสร้างความตระหนักแก่นักท่องเที่ยวโดยการปลูกจิตสำนึกผ่านการเรียนรู้ในกิจกรรมต่างๆ ส่วนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การมีสภาพภูมิอากาศดี ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา คือ ราคาของกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีความเหมาะสม ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง คือ คนในท้องถิ่นควรมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ต้องมีความปลอดภัยในการเดินทางและท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การบอกต่อ/พูดปากต่อปากของนักท่องเที่ยว และด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ควรควรอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนแบบวงรอบ (looping) โดยเร่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เน้นสร้างจุดขายในรูปแบบที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตามความเหมาะสมและสัมพันธ์กับสภาพพื้นที่ และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน และสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้แก่นักท่องเที่ยว

ตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ คือ หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทหน้าที่คอยส่งเสริม สนับสนุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน และการสร้างสังคมน่าอยู่เพื่อการเป็นเจ้าภาพที่ดี ควรเร่งผลักดันและให้การสนับสนุนชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เร่งประชาสัมพันธ์ให้ชื่อจังหวัดเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

7. การนำไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนใช้ผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจได้โดยตรง