



รายงานการวิจัย

การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่

เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

The Potential Assessment and Public Relations of “Khao Hua Taek”,
a New Tourist Attraction in Huai Yot District, Trang Province

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง Wanwisa Ploy Insawang

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณเงินรายได้ พ.ศ. 2561



รายงานการวิจัย

การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่

เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

The Potential Assessment and Public Relations of “Khao Hua Taek”,
a New Tourist Attraction in Huai Yot District, Trang Province

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง Wanwisa Ploy Insawang

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณเงินรายได้ พ.ศ. 2561

คำนำ

งานวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินรายได้ พ.ศ. 2561

ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงศักยภาพ วิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อีกทั้งเสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง

ตุลาคม 2562



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินรายได้ พ.ศ. 2561 ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ได้ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ทั้งความสะดวกในการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือวิเคราะห์ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้สละเวลามาตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนคนในชุมชนเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่ได้ให้ข้อมูลในครั้งนี้ ประโยชน์ อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ย่อมเป็นผลมาจากความกรุณาของท่าน และหน่วยงาน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วันวิสาข พุทธศักราช ๒๕๖๒

ตุลาคม 2562



การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่

เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง 2) เพื่อศึกษาถึงศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง 3) เพื่อวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และ 4) เพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีแบบสังเกตการณ์ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งมีนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ตลอดจนคนในชุมชนเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นมากมาย เช่น เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวเองนับว่ายังไม่เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย สำหรับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น พบว่า เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แต่สำหรับด้านการบริการนั้น พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากยังขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนการวิเคราะห์ด้านการประชาสัมพันธ์นั้น พบว่า แหล่งท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตรัง ในการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ “เขาหัวแตก” ก็ยังไม่เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวหลักของอำเภอห้วยยอด เนื่องจากยังขาดความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากคนในชุมชนเอง อีกทั้งงบประมาณในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบและจัดทำเส้นทางในการท่องเที่ยว โดยการนำเอา “เขาหัวแตก” รวมอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักของอำเภอห้วยยอดและจัดเป็นโปรแกรมทัวร์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ให้กับอำเภอห้วยยอด ในแนวคิดที่ว่า “วันเดียวเที่ยวห้วยยอด”

คำสำคัญ: ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว, ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว, การประเมินศักยภาพ, การประชาสัมพันธ์



The Potential Assessment and Public Relations of “Khao Hua Taek”, a New Tourist Attraction in Huai Yot District, Trang Province

Abstract

This research is titled “the potential assessment and public relations of “Khao Hua Taek”, a new tourist attraction in Huai Yot District, Trang Province.” The objectives of this research were to (1) analyze SWOT including strengths, weaknesses, opportunities, and threats of a new tourist attraction called “Khao Hua Taek” in Huai Yot District, Trang Province, (2) investigate its potential and survey the route to this new tourist attraction, (3) analyze its public relations, and (4) study and guide a new tourism model for Huai Yot District, Trang Province. Qualitative and quantitative methods was covered in this mixed methods research. The research instruments were an observation form, a set of questionnaires, and structured interview. In addition, the samples of this research were entrepreneurs, government officials, as well as people in the community.

The research results revealed that this new tourist attraction, Khao Hua Taek, in Huai Yot District, Trang Province has several outstanding points, such as its identity and the location that is easy to access. However, this tourist attraction is not widely well-known to tourists. In terms of its potential, it was found that its potential was at a high level in dimensions of facilities, access, attraction of the destination, and participation of the people in the community. The services were though at a moderate level due to the lack of officials who can provide information to tourists and officials who are responsible for security of this tourist attraction. Regarding its public relations, it was found that it has been supported by some government offices, namely Tourism Authority of Thailand and Trang Provincial Tourism and Sports Office which assist to increasingly publicize this tourist attraction. Still, Khao Hua Kaek is not one of the main tourist attractions in Huai Yot District, Trang Province since there is shortage of cooperation from the people in the community to publicize this place, and the budget for public relations is insufficient. Therefore, the main tourism routes in Huai Yot District including Khao Hua Taek was designed and provided in tour packages in this research in order to create a new model of tourism in a concept of “one day in Huai Yot”.

Keywords: tourism resources, potential of tourist attractions, potential assessment, public relations



สารบัญ

หน้า

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	3
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	24
พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย.....	24
การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยอต จังหวัดตรัง.....	25
กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
ผลการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยอต จังหวัดตรัง.....	31
ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยอต จังหวัดตรัง.....	36
ผลการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยอต จังหวัดตรัง.....	50
เสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอยายยอต จังหวัดตรัง.....	52
บทที่ 5 อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	54
อภิปรายผล.....	54
ข้อเสนอแนะ.....	59
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	65

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ข้อดีและข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง.....	18
ตารางที่ 2 ข้อดีและข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง.....	19
ตารางที่ 3 ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต.....	21
ตารางที่ 4 แสดงค่าของระดับความคิดเห็นในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	27
ตารางที่ 5 แสดงประเด็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์.....	28
ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	32
ตารางที่ 7 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	37
ตารางที่ 8 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	37
ตารางที่ 9 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	38
ตารางที่ 10 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา.....	38
ตารางที่ 11 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	39
ตารางที่ 12 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	39
ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	40
ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง.....	41
ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	42
ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ.....	43

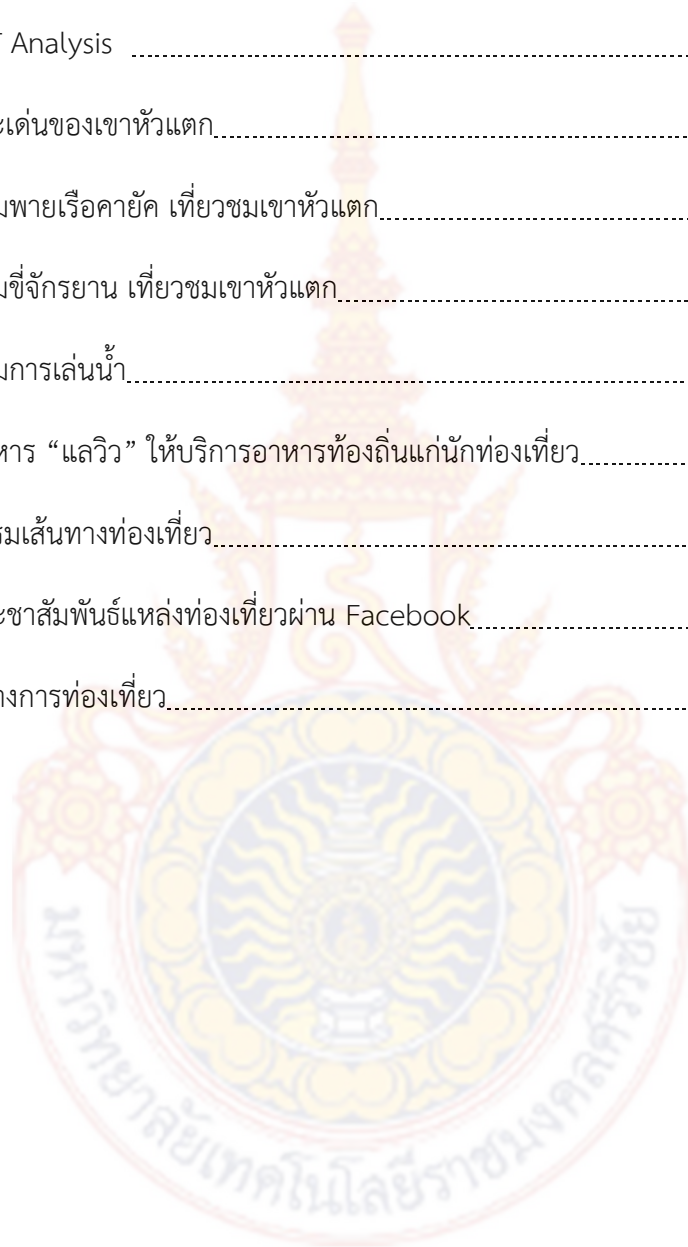
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	43
ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสถานที่ท่องเที่ยว.....	44
ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน.....	45



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	5
ภาพที่ 2 SWOT Analysis	14
ภาพที่ 3 ลักษณะเด่นของเขาหัวแตก.....	46
ภาพที่ 4 กิจกรรมพายเรือคายัค เทียวชมเขาหัวแตก.....	47
ภาพที่ 5 กิจกรรมขี่จักรยาน เทียวชมเขาหัวแตก.....	47
ภาพที่ 6 กิจกรรมการเล่นน้ำ.....	48
ภาพที่ 7 ร้านอาหาร “แลวิว” ให้บริการอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว.....	48
ภาพที่ 8 โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยว.....	53
ภาพที่ 9 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่าน Facebook.....	57
ภาพที่ 10 เส้นทางท่องเที่ยว.....	58



บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการในประเทศไทยนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความมั่งคั่งและเติบโตมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศชาติอย่างมหาศาล โดยในปี 2559 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการสามารถสร้างรายได้เป็นมูลค่ากว่า 2.51 ล้านล้านบาท และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่เศรษฐกิจไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (กรุงเทพมหานคร, 2560) ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการในประเทศไทยมีแนวโน้มที่เติบโตต่อเนื่องจากการที่จำนวนของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงมากขึ้นในแต่ละปี จากสถิติปี พ.ศ. 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 32 ล้านคน ซึ่งถือว่าเพิ่มมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 8.91 (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

จากโมเดล ประเทศไทย 4.0 ที่เสนอแนวทางการท่องเที่ยว ในปี 2560 – 2564 โดยเน้นไปที่การท่องเที่ยวชุมชน ให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนในเรื่องของเอกลักษณ์ในการให้บริการของชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ เอกชน คนในชุมชน ตลอดจนตัวนักท่องเที่ยวเอง ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

จังหวัดตรัง ถือเป็นหนึ่งในจังหวัดภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามันที่กำลังได้รับความนิยมไม่น้อยไปจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยสามารถเห็นได้จากรายงานสรุปสถานการณ์พักแรมในเดือนธันวาคม 2559 ที่ผ่านมา พบว่า 5 จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักแรมมากที่สุดใน 14 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา สุราษฎร์ธานี และตรัง ตามลำดับ โดยจังหวัดตรังถือว่ามียอดการเข้าพักที่เติบโตมากขึ้น โดยในเดือนธันวาคมที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักแรมมากถึง 128,000 คนโดยเฉลี่ย คิดเป็นรายได้มากถึง 600 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้จังหวัดตรังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในช่วงปีที่ผ่านมา นั้นคือ ความพร้อมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ความพร้อม และความหลากหลายของการคมนาคม ความอุดมสมบูรณ์ของอาหารกิน และที่ขาดไม่ได้นั่นคือความ มีมิตรไมตรีจิตอันดีของคนในชุมชนในฐานะเจ้าบ้าน (เมเนเจอร์ออนไลน์, 2560) เห็นได้จากคำขวัญ ของจังหวัดตรังที่ว่า “เมืองพระยารัษฎา ชาวประชาใจกว้าง หมูย่างรสเลิศ ถิ่นกำเนิดยางพารา เด่น สง่าดอกศรีตรัง ปะการังใต้ทะเล เสน่ห์หาดทรายงาม น้ำตกสวยตระการตา” ทั้งหมดนี้คือจุดเด่นที่ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทั้งชาวไทยหรือชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยัง จังหวัดตรังมากขึ้นนั่นเอง แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตรังที่คนทั่วไปส่วนใหญ่มักจะรู้จักเป็น อย่างดีคงจะหนีไม่พ้นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ไม่ว่าจะเป็น ถ้ำมรกต เกาะเชือก เกาะม้า และเกาะ กระดาน แต่ปัจจุบันนอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลแล้ว จังหวัดตรังยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอีก หนึ่ง Unseen in Thailand นั่นคือ “ถ้ำเลเขากอบ” ตั้งอยู่ที่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่ถือเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ผสมผสานกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่ได้รับความนิยมจาก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นับว่าเป็นอีกหนึ่ง อำเภอที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และ ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ “วังมัจฉา หรือวังเทพทาโร” แหล่งรวมศิลปะจากรากไม้เทพทาโร ที่ถือเป็นพันธุ์ไม้ประจำอำเภอห้วยยอด จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอห้วยยอด คือ สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้โดยง่าย และเส้นทางในการท่องเที่ยว ไม่มีความซับซ้อนเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน

เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ถือกำเนิดขึ้นเมื่อ ปลายปี 2558 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้ชื่นชอบการผจญภัยด้วยกิจกรรมทางน้ำที่ หลากหลาย ทั้งพายเรือคายัค เล่นน้ำท่ามกลางป่าไม้เขียวขจีนานาชนิดที่รายล้อม จุดเด่นของเขาหัว แตกคือ ลักษณะภูเขาที่มีส่วนยอดลักษณะเว้าแหว่งเหมือนกับช้อน และสูงตระหง่านตั้งแต่ 150-175 เมตร โดยมีน้ำสีเขียวมรกต ซึ่งเกิดจากการสะท้อนแสงของต้นไม้รอบใหญ่ที่ลึก 3-5 เมตร จึงทำให้ แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เกิดความน่าสนใจ แต่ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอห้วย ยอด จังหวัดตรังมักจะมุ่งตรงไปยังถ้ำเลเขากอบ และวังมัจฉาเสียมากกว่า ทั้งๆ ที่เขาหัวแตก เป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในละแวกนั้นเช่นกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อค้นหาถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ศึกษาถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลและความรู้ที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่และชุมชนอย่างแท้จริง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้จากการประเมินศักยภาพมากำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน และทำให้พื้นที่เขาหัวแตกเป็นอีกหนึ่งเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ในแนวคิดที่ว่า “วันเดียวเที่ยวห้วยยอด” ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ของทางภาครัฐในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มั่นคง มั่งคั่ง โดยการให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน และเพื่อให้ธุรกิจและชุมชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาถึงศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
3. เพื่อวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
4. เพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่จะศึกษา

เพื่อนำข้อมูลและความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยะยอ จังหวัดตรัง โดยจะศึกษาถึงศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านของพื้นที่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในด้านต่างๆ วิเคราะห์ สังเคราะห์ จากนั้นนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทั่วไปได้รู้จักมากยิ่งขึ้น

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างองค์ความรู้ใหม่

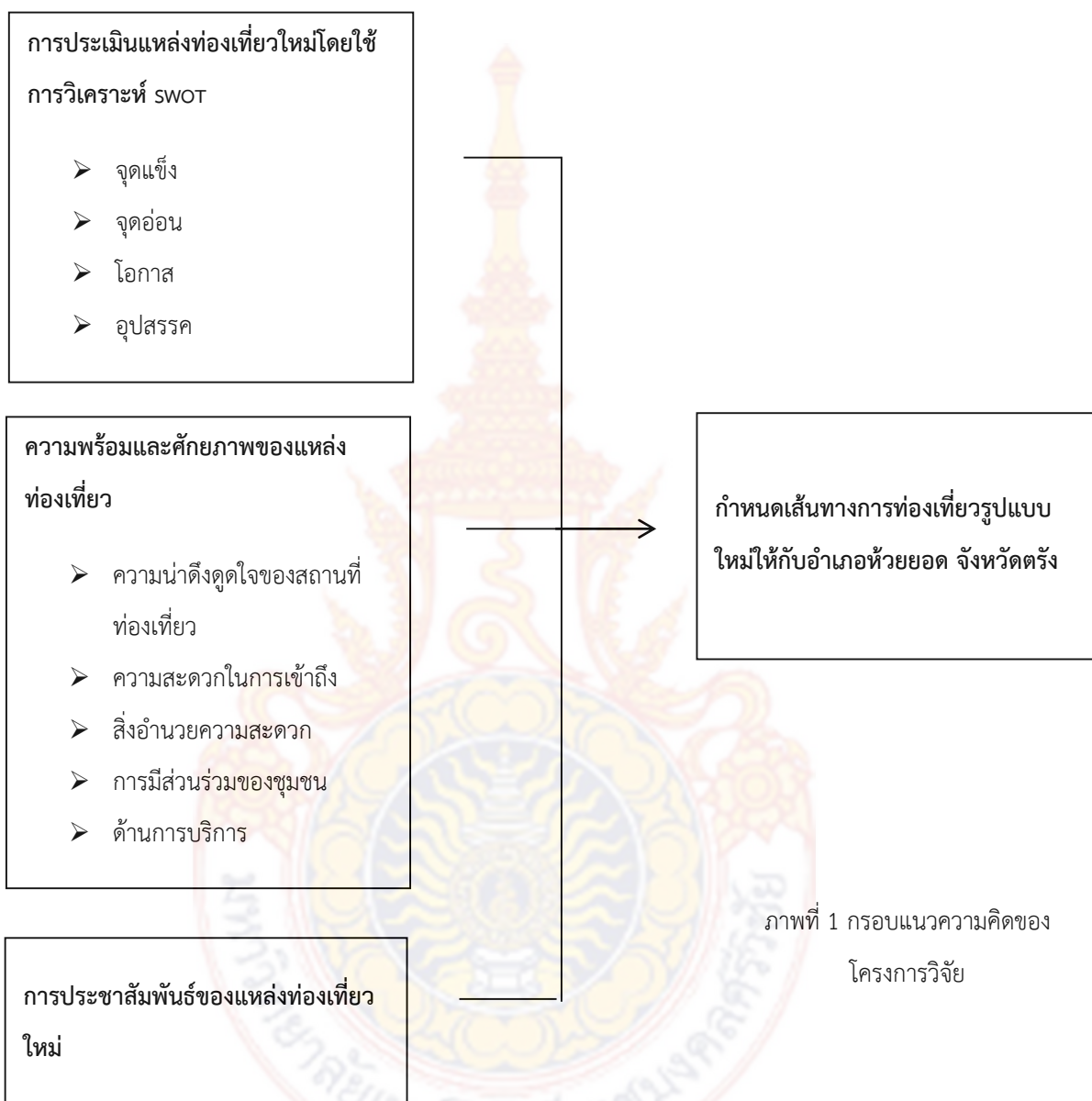
3. ขอบเขตด้านประชากร

ภาครัฐ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอยะยอ จังหวัดตรัง

ภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการให้เช่าเรือคายัค

นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้เลือกไว้ และนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ได้แก่ ถ้ำเลเขากอบ และวังมัจฉา เป็นต้น

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2. ทราบถึงแนวทางที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
3. ได้รูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลายให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
4. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำเนิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาปรับปรุง หรือทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ ได้

การประเมินศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นการประเมินซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน นั่นคือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารของหน่วยงาน องค์กรหรือแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยว โดยใช้สื่อต่างๆ ในการสนับสนุน

แหล่งท่องเที่ยวใหม่ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง “แหล่งท่องเที่ยวใหม่” ในความหมายของผู้วิจัยคือสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและถูกพัฒนาให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ใช้แนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมและสัมผัสยังพื้นที่เหล่านั้นได้ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านจิตวิทยาที่สามารถช่วยลดความตึงเครียดและด้านเศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งประเภทที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่มีคุณค่าของประเทศ นับได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีความสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) ด้านจิตวิทยา คือ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลินความตึงเครียด
- 2) ด้านเศรษฐกิจ คือ เป็นแหล่งที่มาของรายได้ของท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาครัฐ
- 3) ด้านสังคม คือ ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน และช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับประชาชน รวมถึงช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่
- 4) ด้านวัฒนธรรม คือเป็นการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาบรรพชน
- 5) ด้านสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดในนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นที่เน้นการนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์

ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์และสืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548)

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

- 1.1 ทิวทัศน์ (Scenery) ทิวทัศน์ทางธรรมชาติต่างๆ ที่สวยงาม ประหลาด แปลกตา ไปจากที่เคยพบเห็นในท้องถิ่นของตนเอง จะสามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม
- 1.2 สัตว์ป่า (Wildlife) สัตว์ป่าเป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมและเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ
- 1.3 สภาพภูมิอากาศ (Climate) แสงแดด เมฆหมอก ความอบอุ่น หรือหิมะตกในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตน จะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้

1.4 ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Phenomenon) ความมหัศจรรย์ของธรรมชาติที่มีอยู่เป็นปกติหรือนาน ๆ ครั้งจะเกิดขึ้น สร้างความตื่นเต้นและประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

2.1 ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมความเจริญก้าวหน้าในอดีต ภูมิปัญญาของคนในอดีต บางแห่งบ่งบอกถึงเรื่องราววีรกรรมของวีรบุรุษ วีรสตรีในการปกป้องรักษาชาติบ้านเมืองไว้สำหรับคนรุ่นหลัง เช่น พระราชวัง โบราณสถาน และพิพิธภัณฑสถาน ฯลฯ

2.2 ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไปตามระบบของสังคม ความเชื่อ และการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมของแต่ละกลุ่มชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นลักษณะของพิธีกรรม งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่

2.3 กีฬาต่าง ๆ การแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ทั้งกีฬาพื้นบ้านและกีฬาสากล สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวเพื่อไปชมความสนุกสนานได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬาภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ

2.4 สถานที่เชิงเทคนิคและอุตสาหกรรมเป็นสิ่งก่อสร้างที่แสดงออกถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของท้องถิ่นนั้น เช่น เขื่อน สถานีอวกาศ สถานีทดลองการเกษตร ฯลฯ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้บางแห่งต้องขออนุญาตก่อนเข้าเยี่ยมชมกิจการ

2.5 กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมบันเทิงที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น ดิสโกเธค ไนท์คลับ บ่อนกาสิโน โชว์การแสดงแสงสีเสียง ตลอดจนเรือสำราญ ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมที่นิยมและเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการอย่างมหาศาล

2.6 สวนสาธารณะ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ต้องมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของสวนสาธารณะนั้น ให้สวยงามและมีสภาพแวดล้อมที่ดีอยู่เสมอ ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลอดทั้งปี

2.7 สวนสนุก สิ่งที่สำคัญ คือ จะต้องมีการให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าชม มีการตอบสนองแก่ทุกเพศทุกวัย เปลี่ยนแปลงรายการแสดงหรือพัฒนาอุปกรณ์เครื่องเล่นที่ทันสมัยอยู่เสมอ ตลอดจนมีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว

2.8 ศูนย์การค้าและของที่ระลึก สินค้าที่สวยงาม ลักษณะแปลกตา มีการทอบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตาแก่การพกพา จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าได้มากขึ้น

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำเนิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์

2. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ตลอดจนความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และความพร้อมในการให้บริการด้านต่างๆ เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของคำว่า ศักยภาพของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มา เยี่ยมเยือน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

- 1) ความน่าดึงดูดใจของสถานที่
- 2) ความสะดวกในการเข้าถึง
- 3) ความประทับใจ
- 4) องค์กรประกอบของการบริการ

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2529) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต

2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย

4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภคปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของจารุจน์ กลิ่นดีปสี (อ้างใน วิภา ศรียะทุ: 2551) ซึ่งจะต้องครอบคลุมองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรม และกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ดังนั้น ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องให้ครอบคลุมองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน นั่นคือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นั่นเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่

แหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมโดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางอาจแตกต่างกันตามทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งนั้นๆ โดยผู้วิจัยต้องการชี้ให้ชัดถึงคำว่า “แหล่งท่องเที่ยวใหม่” ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและถูกพัฒนาให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งคล้ายคลึงกับแนวคิดของวรรณา ศิลปะอาษา (2545) ที่ได้กล่าวไว้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากทรัพยากรด้านกายภาพและชีวภาพ เช่น เกาะแก่ง ปะการัง ชายหาด ถ้ำ น้ำตก และสัตว์ป่า เป็นต้น โดยทรัพยากรเหล่านี้ยังสามารถแยกย่อยออกมาได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) ทิวทัศน์ทางธรรมชาติ ที่อาจโดดเด่นในลักษณะเฉพาะ เช่น ความสวยงาม หรือความมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากที่อื่น

2) สัตว์ป่าและพรรณไม้นานาพันธุ์ นอกจากความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังมีคุณประโยชน์ในด้านการแพทย์ การค้า ตลอดจนความน่าสนใจทางด้านชีววิทยาและชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าศึกษาและสงวนพันธุ์ไว้

3) สภาพภูมิอากาศ หมายถึง สายลม แสงแดด อุณหภูมิ ฤดูกาลต่างๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากแหล่งอื่นๆ ทำให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ข้าวโลกเหนือ เป็นต้น

นอกจากนั้น ญัฐฤกษ์ เอศวรณัง (2553) ยังได้กล่าวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึงสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์พันธุ์หายากหรือหายากทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT

SWOT Analysis ถือเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ของทุกองค์กร ก่อนการวางแผนงาน หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยจะทำให้ผู้บริหารหรือคนในองค์กรทราบได้ว่าอะไรคือ จุดแข็ง และจุดอ่อนของกิจการ ซึ่งถือเป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่สามารถปรับเปลี่ยน พัฒนาและแก้ไขให้ดีขึ้นได้ ส่วนโอกาสและอุปสรรค นั้น ถือเป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่องค์กรไม่ทราบควบคุมได้ ทำได้เพียงแต่เตรียมพร้อมรับมือ

ชัยยศ สันติวงษ์ (2546) ได้ให้นิยามของคำว่า SWOT ไว้ว่า SWOT Analysis เป็นการประเมินจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีกรอบแนวคิดที่ว่า หากเป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพภายในองค์กรจะเป็นการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน แต่หากเป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพภายนอกองค์กรจะเป็นเรื่องการระบุโอกาสและอุปสรรค

หรืออาจจะกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การวิเคราะห์ SWOT ถือเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ที่จะช่วยให้สามารถระบุได้ว่าปัจจัยใดบ้างที่มีส่งผลต่อจุดแข็งของ องค์กร ซึ่งอาจจะเป็นความสามารถในการใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะ เป็นการดำเนินงานภายในที่อาจจะส่งผลกระทบต่อองค์กร โอกาสที่จะเป็นสถานการณ์ที่เอื้อ ผลประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และในทางกลับกัน อุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ ส่งผลกระทบต่อทางลบ หรือทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น หรือบรรลุเป้าหมายที่ ได้กำหนดไว้ โดยผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้ จะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ องค์กรถูกพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม (พนิดา ศรีสว่าง, 2558)



ภาพที่ 2 SWOT Analysis ที่มา: Discovery research group (2557)

โดยคำว่า SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังต่อไปนี้

1) **S = Strengths** หรือ จุดแข็ง หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งขององค์กร ซึ่งเป็น ปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร หรือเป็นทรัพยากรที่องค์กรได้พัฒนา เป็นขีดความสามารถและกระบวนการซึ่งนำมาใช้และพัฒนาไปสู่ความได้เปรียบในการ แข่งขันที่ยั่งยืน

2) **W = Weaknesses** หรือ จุดอ่อน หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อนขององค์กร ซึ่ง เป็นปัญหาหรือจุดบกพร่องที่เกิดจากปัจจัยภายในขององค์กรหรือเกิดจากสภาพแวดล้อม

ภายในองค์กร หรือทรัพยากรและความสามารถที่ยังขาดหรือไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อองค์กรและส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

3) **O = Opportunities** หรือ โอกาส หมายถึง โอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้ด้วยดี หรือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นบวกหรือที่สามารถช่วยปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร

4) **T = Threats** หรือ อุปสรรค หมายถึง อุปสรรค ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ หรือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นลบหรือที่สามารถคุกคามบั่นทอนการดำเนินงาน

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น และจุดด้อยขององค์กร โดยเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) และรู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรในระดับที่เหมาะสม

5. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการในการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน เพื่อสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่นอกองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประชาชนเหล่านั้นมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงานดำเนินไปด้วยดี

Bernays (1952) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า 1) เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบ 2) เป็นการชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานขององค์กร และ 3) เป็นการประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานขององค์กร

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2540) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณะชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณะชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

เสกสรร สายสีสอด (2545) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ เปนหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเปนผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อยางไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ไดเปน 5 ประเภทคือ

1) สื่อบุคคล คือตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเปนสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโนมน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง สวนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม

2) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใชเปนสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สูคนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอยางรวดเร็ว มนุษยจึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเปน สื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบงประเภทตามคุณลักษณะของสื่อไดเปน 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออกสวนสื่อวิทยุกระจายเสียงเปนสื่อที่ส่งไปใดไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอยางอื่นไปดวยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังใดใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์สื่อ

วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุดเนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ทางไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ที่เย็บเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ รายงานประจำปีปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ระบุปฏิทิน ระบุลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เขาถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถาส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพและหรือเสียง โดยภาพรวมแล้วสื่อโสตทัศนมีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน

5) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่รวมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

ทั้งนี้ สมिति์ บุญชุตินา (2561) ยังได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์โดยใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานขององค์กร หรือ

สาธารณชนต่าง ๆ เพื่อนำมาซึ่งความเชื่อถือ ความไว้วางใจ ตลอดจนความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานจากสาธารณชน

ปัจจุบันประเภทและรูปแบบของสื่อที่นำมาใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์จะมีจำนวนมากขึ้น แต่สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ ก็ยังเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญสำหรับการสื่อสารกับประชาชน เพื่อสื่อทั้งสองชนิดมีการเข้าถึงสูง มีรูปแบบรายการที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้หลายกลุ่ม มีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสาร และยังเป็นสื่อพื้นฐานที่สำคัญของการผลิตสื่อด้านภาพและเสียงอื่น ๆ ด้วย

โดยสามารถแบ่งการประชาสัมพันธ์ได้ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง (PR in Radio Broadcasting) โดยถือว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทยเป็นอย่างดีตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะวิทยุกระจายเสียงสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านเสียงไปยังคนจำนวนมากได้ แม้ว่าประชาชนผู้ที่ไม่รู้หนังสือหรือไม่สามารถมองเห็นก็อาจจะรับฟังข่าวสารต่าง ๆ จากวิทยุกระจายเสียงได้ และยังครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างหลากหลายด้วย

ทั้งนี้สามารถสรุปทั้งข้อดีและข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง (PR in Radio Broadcasting) ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อดีและข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง (PR in Radio Broadcasting)

ข้อดี	ข้อเสีย
1. สามารถกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง มีจำนวนสถานีมาก ทำให้สามารถส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังได้เป็นจำนวนมาก	1. เนื่องจากใช้เพียงเสียงและน้ำเสียงในการสื่อความหมาย ทำให้การขาดการจูงใจด้านภาพ
2. ส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลทันเหตุการณ์	2. อายุของข่าวสารนั้นสั้น หากผู้ฟังพลาดรายการจะไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้อีก

3. เป็นสื่อที่มีผลทางจิตวิทยาสูง เพราะน้ำเสียงหรือลีลาในการพูดสามารถทำให้เกิดจินตนาการได้เป็นอย่างดี	3. มีการแบ่งแยกกลุ่มผู้ฟัง เพราะมีรายการให้เลือกฟังมาก ผู้ฟังสามารถเลือกฟังได้หลายสถานี อาจทำให้พลาดข้อมูลสำคัญได้
4. เป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ	4. อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้ฟังได้งาน เพราะผู้ฟังไม่ได้มีสมาธิตลอดเวลาของการฟัง
5. สามารถเลือกกลุ่มผู้ฟังได้งาน โดยเลือกการประชาสัมพันธ์ในรายการหรือเวลาที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ขององค์กร	5. ข้อมูลวิจัยผู้ฟังมีจำกัด มีปัญหาในการวัดปริมาณผู้ฟัง ทำให้ขาดข้อมูลที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการวางแผน และ ประเมินผลการประชาสัมพันธ์
6. เป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนข้อความประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับองค์กรได้	

2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ (PR in Television Broadcasting) โดยวิทยุโทรทัศน์ ถือว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ทั้งคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถส่งภาพในระยะทางไกลได้โดยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม เพื่อให้ทั่วโลกได้รับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

Frank Jefkins (1983) ได้กล่าวว่า สื่อวิทยุโทรทัศน์ มีลักษณะที่โดดเด่นหลายประการที่จะช่วยสร้างความสนใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ในการสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีทั้งข้อดีและข้อจำกัด โดยสามารถพิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ข้อดีและข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง (PR in Radio Broadcasting)

ข้อดี	ข้อจำกัด
1. มีทั้งภาพ และเสียง ตลอดจนภาพเคลื่อนไหวที่สามารถสร้างอารมณ์ และความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี โดยไม่มีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์	1. มีต้นทุนสูง ไม่ว่าจะต้นทุนการผลิตหรือการซื้อเวลา

2. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก	2. ขาดการเลือกสรรหรือเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สามารถทำได้น้อยกว่าสื่อพิมพ์
3. ผู้ชมมักติดตามรายการเป็นประจำ ทำให้ได้รับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	3. การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์มีช่วงเวลาประมาณ 15-60 วินาที อายุข่าวจึงสั้น ไม่คงทนถาวร
4. สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ โดยพิจารณาจากประเภทของรายการ วันออกอากาศ นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นในการประชาสัมพันธ์	4. ข่าวสารในช่วงต่อของรายการมีมาก จึงอาจเกิดความสับสน
5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้	5. ผู้บริโภคบางคนอาจเห็นการประชาสัมพันธ์เป็นอุปสรรคขัดขวางความบันเทิงจากการชมรายการ จึงมักเปลี่ยนสถานีหรือหันไปทำกิจกรรมอื่น
6. สร้างความน่าเชื่อถือ และมีความรวดเร็วสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ทันทั่วทั้งที่	6. ผู้ชมอาจสนใจด้านเทคนิคมากกว่าเนื้อหาของรายการ
7. ขณะชมโทรทัศน์ ผู้ชมจะพึงความสนใจไปยังโทรทัศน์และละจากกิจกรรมที่ทำอยู่ ทำให้ได้รับข่าวสารได้อย่างเต็มที่	7. เครื่องรับโทรทัศน์มีราคาสูงและเป็นสื่ออยู่กับที่ เคลื่อนย้ายลำบาก

3) การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (PR Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นสื่อใหม่ที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก และกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้กระแสนิยมของการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นแปรผันตามการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสังเกตได้จากการที่หลายองค์กรต่างมีเว็บไซต์ (Web Site) เป็นของตนเอง และนิยมใช้สื่อออนไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ข้อควรคำนึงในการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (PR Internet) มีดังต่อไปนี้ (รัชณี อุดมเพชระ และคณะ, 2545)

1. หากกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์คือกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก ดังนั้นจึงควรจัดทำเว็บไซต์ให้มีข้อมูลเป็นภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ให้นอกเหนือจากภาษาไทย
2. ควรระมัดระวังเรื่องการสะกดคำให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร
3. ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งจะสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร
4. สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นพันธมิตรกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ชม
5. ควรจัดให้มีส่วนของการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ กลับมายังหน่วยงานได้ โดยสะดวก เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรและสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย
6. ควรออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถนับจำนวนผู้เยี่ยมชมได้ เพื่อนำมาใช้ในการประเมินผล และวัดความนิยมเว็บไซต์ขององค์กรได้อีกทางหนึ่ง

สำหรับข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต ได้แก่

ตารางที่ 3 ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

ข้อดี	ข้อเสีย
1. อินเทอร์เน็ตสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงคนจำนวนมากทั่วโลก ตลอด 24 ชั่วโมง ต่อวัน และยังสามารถใช้การสื่อสารแบบสองทาง เพื่อรับปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มผู้ใช้	1. สื่ออินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดอยู่ที่กลุ่มผู้ใช้ ซึ่งจะมีเฉพาะกลุ่ม คือ เป็นกลุ่มของผู้ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

2. อินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลที่มีความน่าสนใจ ในรูปแบบการสื่อสารที่ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นการให้รายละเอียดด้านข้อความได้อย่างเต็มที่ หรือจะเป็นรูปภาพที่สวยงาม สมจริง ทั้งภาพสี ภาพเคลื่อนไหว ที่มีเสียงประกอบ	2. เป็นเครือข่ายที่ใหญ่มาก มีบุคคลทุกเพศทุกวัย แทบทุกอาชีพเข้าใช้งาน ซึ่งข้อมูลบางอย่าง อาจจะไม่เหมาะสมกับบุคคลบางกลุ่ม
3. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในขั้นตอนการสื่อสารมากกว่าสื่อทั่ว ๆ ไป เช่น เลือกเว็บไซต์ที่จะชมได้ด้วยตนเอง และสามารถเข้าชมได้ระยะเวลาที่ต้องการ	3. หากเว็บเพจขององค์กรใช้เทคนิคในการสร้างที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการดาวน์โหลด จะส่งผลให้ผู้รับไม่พอใจและเปลี่ยนการเข้าชมได้
4. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนน้อย หรือมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสื่ออื่น ๆ ทั่วไป	4. หน้าเว็บไซต์ที่ขาดความดึงดูดใจ และไม่สวยงาม จะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้ในทันที
5. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดี ตลอดจนมีความถี่สูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเปิดรับของผู้ใช้ด้วย	5. ค่าใช้จ่ายสูง โดยผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ที่สามารถรองรับการทำงานได้
6. หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และบริษัทที่เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จะได้ภาพลักษณ์ของความทันสมัย	6. แม้จะประหยัดทรัพยากรอย่างต้นไม้ แต่ต้องเสียทรัพยากรด้านพลังงานที่แปรเปลี่ยนเป็นค่าไฟ
7. สามารถแสดงสถิติและประเมินผลจำนวนการเข้ามาของผู้ใช้ในแต่ละวันได้ เพื่อใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป	7. จากการเป็นสื่อหลายมิติ มีการเชื่อมโยงไปมา ผู้ใช้สามารถเลือกเปิดรับตามที่ตนเองต้องการ และข้อมูลจะไม่ต่อเนื่อง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา สว่างคง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี โดยผู้วิจัยเลือกประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั้ง 4 แห่งของจังหวัดสระบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจำนวน 200 ชุด เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ที่เด่นในด้านเดียวกันคือด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ตลอดจนความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น สำหรับ

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในมุมมองของนักท่องเที่ยว นั้น ในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งควรเน้นในด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ

เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555) ศึกษาเรื่องการใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยกล่าวว่าหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกันในการจัดการประชาสัมพันธ์โดยการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากการพิจารณาข้อดีและข้อด้อยของแต่ละสื่อเป็นปัจจัยหลัก ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด

ศิริจรรยา ประพุดติกิจ (2553) ศึกษาเรื่องการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากผลของการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด โดยรวมมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง อุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดและขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สุดารัตน์ แสงจำนงค์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว พระตำหนักในสมัยรัชกาลที่ 5 เขตพระราชวังดุสิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ในเขตพระราชวังดุสิต โดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวพระตำหนักที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นสำคัญ ผลการศึกษาพบว่าในพื้นที่เป้าหมายมีอาณาบริเวณตั้งแต่พระที่นั่งวิมานเมฆถึงวังสวนสุนันทา ที่สามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวได้ 2 เส้นทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบเต็มวัน จำนวน 2 โปรแกรม และการท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน จำนวน 4 โปรแกรม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ยังได้เสนอแนะแนวทางการปฏิบัติเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยว และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิโดยการค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าจากทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งการปฏิบัติงานภาคสนาม การลงพื้นที่สังเกตทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ความพร้อมในการให้บริการต่าง ๆ สำหรับข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามและนำผลจากการสรุปแบบสอบถามมาวิเคราะห์วางแผนการดำเนินงานในการทำวิจัย โดยมีกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา ดังนี้

1. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย
2. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
3. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

- 1) ผู้วิจัยได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวใหม่เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ใหม่ ที่ยังไม่เคยมีการทำวิจัยหรือประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมาก่อน

2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกในการเข้าถึง โดยใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงจากสนามบินตรัง

3) เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดตรัง ได้แก่ ถ้ำเลเขากอบ และวังมัจฉา (เทพธารโจ) อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

2. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

เป็นการศึกษาพื้นที่วิจัยจากการสำรวจภาคสนาม โดยวิธีการสังเกต สอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT มาเป็นเครื่องมือในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้น จากนั้นได้มีการออกแบบเครื่องมือในการตรวจสอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่แห่งนี้ โดยครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านการบริการ 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

3. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. **ภาครัฐ** ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งได้แก่ หน่วยงานที่ดูแลพื้นที่โดยตรง เช่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐของอำเภอห้วยยอด หรือ องค์การบริหารส่วนตำบลเขากอบ และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. **ภาคเอกชน** ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบอาชีพต่าง ๆ อยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

3. **ประชาชนท้องถิ่น** ได้แก่ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่เคยเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4. **นักท่องเที่ยวน** ได้แก่ นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้เลือกไว้จำนวน 200 คน และเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวนัก จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดจำนวนที่ถูกต้องนักท่องเที่ยวนักทั้งหมดได้ และผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. **แบบสังเกตการณ์** ได้แก่ การนำแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยว โดยการใช้ทฤษฎีของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (SWOT Analysis) โดยเป็นการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการการใช้ความรู้ของผู้วิจัย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนร่วมกัน

2. **แบบสอบถาม** ได้แก่ การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยแบบประเมินนี้ได้มาจากการรวบรวมแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราฐานส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าของระดับความคิดเห็นในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
5	ระดับศักยภาพมากที่สุด
4	ระดับศักยภาพมาก
3	ระดับศักยภาพปานกลาง
2	ระดับศักยภาพน้อย
1	ระดับศักยภาพน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยเป็นข้อคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้ข้อคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

3. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth-Interview) เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมถึงศักยภาพและข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างคำถามที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผสมกัน เพื่อเป็นการเปิดกว้างในการเสนอความคิดเห็นของผู้ตอบคำถาม และให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่อำเภอห้วยยอด เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และบริเวณใกล้เคียง โดยต้องเป็นผู้ประกอบการในชุมชน

3) แบบสัมภาษณ์สำหรับชุมชนท้องถิ่น

ซึ่งทั้งหมดเป็นคำถามปลายเปิด โดยมีประเด็นข้อคำถามดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงประเด็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

ข้อที่	ประเด็นคำถาม
1	ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2	ให้ท่านประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของท่านว่ามีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด
3	ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับใด เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้วหรือยัง
4	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากแหล่งท่องเที่ยวของท่านถูกพัฒนา และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
5	ท่านคิดว่าชุมชนจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง
6	ท่านได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง
7	ท่านมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด
8	ท่านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
9	ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร เกี่ยวกับการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท่านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม และนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและแก้ไข เพื่อความสมบูรณ์ถูกต้องตามวัตถุประสงค์
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Pre-Test) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 20 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ มีการนำข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลเอง โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือและเก็บแบบสอบถามจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และชุมชน พร้อมกันกับดำเนินการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จำนวน 40 คน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวยังถ้ำเลเขากอบและวังเทพธาโรอีก 200 ชุด เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการนำข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลจากภาครัฐและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลจากห้องสมุดต่าง ๆ
3. ข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การเชิงคุณภาพ

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตจะถูกนำมาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และจัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา หลังจากนั้นสรุปและตีความ (Conclusion and Interpretation) เพื่อทำการ

สังเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพรวมภายใต้ขั้นตอนของการศึกษาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย สุดท้ายจึงนำเสนอผลการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive) ในแต่ละประเด็นของการศึกษา

2) การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ซึ่งประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นการวิจัยในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเกต แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ นั้น

ในการนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง
2. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง
3. ผลการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง

1. ผลการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ ณ เขาหัวแตก อำเภอยายยออด จังหวัดตรัง เมื่อวันที่ 4-5 มิถุนายน 2561 ที่ผ่านมา เพื่อทำการสังเกตและประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้แบบสังเกตการณ์ ร่วมกับการสำรวจแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา โดยมีรายละเอียดในวิเคราะห์ SWOT Analysis ดังนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ปัจจัยภายในองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ - เอกลักษณะของวิถีชุมชนดั้งเดิม - แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น - อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก - เข้าถึงได้ง่าย - มีจุดถ่ายภาพเช็คอิน - มีกิจกรรมที่หลากหลาย - มีร้านอาหารให้บริการ - ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย - การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง - สิ่งอำนวยความสะดวกมีอย่างจำกัด - ไม่สามารถเข้าถึงได้โดยรถประจำทาง - การบริการมีอย่างจำกัด - ปัญหาด้านขยะ
	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ปัจจัยภายนอกองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน - แนวโน้มของการท่องเที่ยวแบบ CBT มีมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นฤดูกาล - ขาดแคลนนักวิจัยและนักประชาสัมพันธ์ - ภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ

โดยจากตารางดังกล่าว สามารถนำมาอธิบายเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths)

1) เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ไม่นาน จึงยังมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติอยู่มาก

2) เนื่องจากเป็นเขาหัวแตกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ จึงนับว่ายังคงความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชุมชนดั้งเดิม

3) แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นชัดเจนนั่นคือ ลักษณะส่วนยอดของภูเขาจะเว้าแหว่งเหมือนกับชื่อ “เขาหัวแตก” และมีความสูงประมาณ 157-174 เมตร ด้านล่างจะเป็นผืนน้ำซึ่งมีความลึกอยู่ที่ 3-5 เมตร โดยผืนน้ำนั้นจะมีสีเขียวมรกตซึ่งเกิดจากการสะท้อนแสงของต้นไม้ในบริเวณรอบ ๆ

4) แหล่งท่องเที่ยวมีทำเลที่ตั้งไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอห้วยยอด ได้แก่ ถ้ำเลเขากอบ ที่ถือเป็นอีกหนึ่ง Unseen in Thailand โดยมีระยะทาง 4 กิโลเมตร และภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม ซึ่งต้องใช้เรือล่องตามลำน้ำเข้าไปข้างใน และยังเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องนอนราบไปกับเรือเป็นระยะทางประมาณ 800 เมตร เพื่อออกจากถ้ำดังกล่าว ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างความตื่นตาตื่นใจและความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับวังมัจกร หรือวังเทพธาโร ซึ่งเป็นเป็นผลงานการแกะสลักไม้เทพธาโรออกเป็นตัวมังกรขนาดใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สำหรับระยะทางนั้น เขาหัวแตกห่างจากถ้ำเลเขากอบเพียง 2 กิโลเมตร และห่างจากวังเทพธาโร (วังมัจกร) เพียง 8 กิโลเมตร

5) การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวนั้นถือว่ามีความสะดวกสบาย โดยแหล่งท่องเที่ยวอยู่ติดกับถนนเพชรเกษมสายหลัก ห่างจากถนนใหญ่เพียง 190 เมตร

6) แหล่งท่องเที่ยวมีจุดให้ถ่ายภาพเช็คอิน ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ อีกนัยหนึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

7) ภายในแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด มีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การพายเรือคายัค ที่จะคิดค่าบริการเพียงครั้งเดียวและไม่จำกัดชั่วโมงในการพายเรือ บริการจักรยานในการเที่ยวชมบริเวณรอบ ๆ สถานที่ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะสามารถพบกับทัศนียภาพของป่าเขาพร้อมด้วยวิถีชีวิตของชุมชน และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถลงเล่นน้ำโดยมีบริการเสื้อชูชีพไว้ให้บริการอีกด้วย ซึ่งมีรายละเอียดของกิจกรรมดังต่อไปนี้

เรือคายัค มี 2 ประเภท ได้แก่

แบบที่ 1 เป็นเรือคายัค 2 แบบ 2 ที่นั่ง จำนวน 7 ลำ

แบบที่ 2 เป็นเรือคายัค 3 แบบ 2 ที่นั่ง จำนวน 10 ลำ

เสื้อชูชีพ 100 ตัว

โดยมีอัตราค่าบริการ ดังนี้

เรือคายัค 2 ที่นั่ง ค่าบริการ ลำละ 120บาท ไม่จำกัดเวลา

เรือคายัค 3 ที่นั่ง ค่าบริการ ลำละ 180 บาท ไม่จำกัดเวลา

เสื้อชูชีพ สำหรับเช่าเล่นน้ำ ค่าบริการ ตัวละ 20 บาท

8) มีร้านอาหาร “ร้านอาหารแลวิว” ซึ่งเป็นคนของในชุมชนให้บริการ โดยจะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป และจุดจำหน่ายเครื่องดื่มไว้ให้บริการ ในบรรยากาศริมน้ำ

9) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมกิจกรรมให้กับชุมชนในท้องถิ่น โดยชุมชนจะเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการร่วมด้วย เช่น ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

10) มีการร่วมมือกันระหว่างคนในชุมชน โดยการจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาหัวแตก

11) มีศูนย์การเรียนรู้ของนักเรียนในชุมชน ทั้งในด้านการกีฬาหรือการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อช่วยส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีศักยภาพสูงขึ้น

2. การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses)

1) แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นับว่ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก โดยสังเกตได้จากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ หรือจากจังหวัดใกล้เคียง ยังไม่มีชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการ

2) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง ส่วนใหญ่จะเป็นการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยวเองมากกว่า

3) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ความหลากหลายของร้านขายของที่ระลึก ความหลากหลายของร้านอาหาร ยังมีให้เลือกไม่มากนัก โดยจะมีอยู่เพียงร้านอาหารเดียวที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4) แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะตั้งอยู่ใกล้กับถนนเพชรเกษมสายหลัก แต่นับว่ายังไม่สามารถเข้าถึงได้โดยรถประจำทาง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว

5) จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น เรือคายัค เสื้อชูชีพ และรถจักรยาน ยังไม่เพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล

6) ปัญหาในเรื่องของการจัดการขยะ ในช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก

3. การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities)

1) แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นับว่าได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชนในการบริจาคเรือคายัค เสื้อชูชีพ และรถจักรยาน เพื่อรองรับกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

2) ได้รับความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง กรมควบคุมความประพฤติ ในการปรับปรุงพื้นที่และสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ศาลาพักผ่อน และปรับปรุงถนนหนทาง

3) เนื่องจากแนวโน้มของการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและศึกษาวิถีชุมชน หรือ Community Based Tourism กำลังได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น จึงทำให้เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นับว่าเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4) เนื่องจากเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอห้วยยอด จึงอาจจะเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกในการเข้าเยี่ยมชม

4. การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats)

1) ความเป็นฤดูกาล และเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว หากเป็นช่วงเทศกาลจะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น จนแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่มีไม่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ แต่หากเป็นช่วงที่ไม่ใช่เทศกาล ก็จะทำให้ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังเขาหัวแตก มีจำนวนลดน้อยลงไป

2) ขาดแคลนนักวิจัย นักประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานที่จะให้ความรู้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่

3) ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทกภัย เป็นต้น โดยในช่วงปี 2561 ที่ผ่านมา ได้เกิดเหตุการณ์อุทกภัยในหลายอำเภอในจังหวัดตรัง และเขาหัวแตก ก็ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวด้วย จึงทำให้ต้องมีการปิดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย

2. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

การวิจัยเกี่ยวกับ “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราฐานส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	104	52.0
หญิง	96	48.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ทั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ร้อยละ 52 และนักท่องเที่ยวเพศหญิง ร้อยละ 48 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ 18 – 24 ปี	21	10.5
อายุ 25 – 34 ปี	33	16.5
อายุ 35 – 44 ปี	56	28.0
อายุ 45 – 54 ปี	46	23.0
อายุ 55 ปีขึ้นไป	44	22.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีอายุอยู่ระหว่าง 35 – 44 ปี มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 อายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22 อายุ ระหว่าง 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.5 และอายุระหว่าง 18 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	103	51.8
สมรส	97	48.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.8 และสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	46	23.0
อนุปริญญาตรี	60	30.0
ปริญญาตรี	68	34.0
สูงกว่าปริญญาตรี	26	13.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23 และการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	5	2.5
รับจ้าง	63	31.5
ค้าขาย	76	38.0
พนักงานเอกชน	11	5.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	9.0
รับราชการ	16	8.0
นักเรียน/นักศึกษา	11	5.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ประกอบอาชีพค้าขาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 31.5 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.0 อาชีพรับราชการ ร้อยละ 8.0 อาชีพพนักงานเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 5.5 และอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 รายละเอียดปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้ (ต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7	3.5
5,001 – 10,000 บาท	8	4.0
10,001 – 15,000 บาท	44	22.0
15,001 – 20,000 บาท	63	31.5
20,001 – 25,000 บาท	26	13.0
มากกว่า 25,000 บาท	52	26.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรังนั้น มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 และมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 รายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

จากกลุ่มตัวทั้งหมด จำนวน 200 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย โดยมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 35 – 44 ปี มีสถานภาพโสด และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราฐานส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
4.21 – 5.00	ระดับศักยภาพมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับศักยภาพมาก
2.61 – 3.40	ระดับศักยภาพปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับศักยภาพน้อย
1.00 – 1.80	ระดับศักยภาพน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน สามารถอธิบายผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อ
 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.64	0.56	มาก
2. ด้านการบริการ	3.18	0.62	ปานกลาง
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.58	0.64	มาก
4. ด้านความดึงดูดใจของสถานที่ ท่องเที่ยว	3.80	0.58	มาก
5. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	3.63	0.42	มาก
รวม	3.57	0.56	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า จากกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่าง จำนวน 200 คน ได้ประเมินภาพรวม
 ของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ว่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่
 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่ง
 ท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของแหล่งท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้สำหรับด้านการบริการ พบว่า ศักยภาพ
 ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่แห่งนี้ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านของระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก
 อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการ
 เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของคนใน
 ชุมชน สามารถพิจารณาได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. มีป้ายอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	3.07	0.68	ปานกลาง
2. มีที่จอดรถเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว	3.62	0.48	มาก
3. ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำมีเพียงพอและมีความสะอาด	3.19	0.63	ปานกลาง
4. จุดขึ้น-ลง เรือคายัคมีความปลอดภัยและสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.78	0.41	มาก
5. มีการจัดทำป้ายเพื่อบอกถึงวิธีการในการพายเรือ และข้อควรระวังในการพายเรือ	2.73	0.84	ปานกลาง
6. เรือคายัคและเสื้อชูชีพมีจำนวนเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว	3.63	0.48	มาก
7. มีสัญญาณโทรศัพท์และจุดเช็คอินในโซเชียลมีเดีย	4.57	0.50	มากที่สุด
8. มีที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว	4.53	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นั้น ถือว่า แหล่งท่องเที่ยวมีสัญญาณโทรศัพท์ จุดเช็คอินในโซเชียลมีเดีย และมีที่นั่งพักผ่อนสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับ “มากที่สุด” รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีที่จอดรถเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว มีจุดขึ้น-ลง เรือคายัคมีความปลอดภัย สะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว จำนวนเรือคายัคและเสื้อชูชีพมีจำนวนเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับ “มาก” แต่ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในด้านต่อไปนี้ คือ ป้ายอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำที่เพียงพอและสะอาด มีการจัดทำป้ายเพื่อบอกถึงวิธีการในการพายเรือ และข้อควรระวังในการพายเรือ

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. มีบริการร้านอาหาร ของทานเล่นและเครื่องดื่ม	3.86	0.35	มาก
2. มีบริการให้เช่าห่วงยาง ชูชีพ และอุปกรณ์ในการลงเล่นน้ำ	3.27	0.60	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลและข้อควรระวังอย่างเคร่งครัด	2.82	0.71	ปานกลาง
4. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	2.69	0.76	ปานกลาง
5. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก	3.28	0.67	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านของข้อมูลด้านบริการ นั้น ถือว่าภาพรวมอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยวมีบริการให้เช่าห่วงยาง ชูชีพ และอุปกรณ์ในการลงเล่นน้ำ มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลและข้อควรระวังอย่างเคร่งครัด มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก แต่ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวถือว่ามียบริการร้านอาหาร ของทานเล่นและเครื่องดื่ม โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างได้ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพมากในด้านนี้

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. มีป้ายบอกทางเป็นระยะและชัดเจน	3.82	0.55	มาก
2. ความพร้อมของสภาพถนนหนทาง	4.14	0.55	มาก
3. มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	2.01	0.83	น้อย
4. ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้	4.35	0.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ มีระดับศักยภาพ “มากที่สุด” รองลงมาคือ มีป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะและชัดเจน อีกทั้งความพร้อมของสภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น อยู่ในระดับศักยภาพ “มาก” แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างจำนวน 200 คน ต่างเห็นตรงกันว่า มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในระดับ “น้อย”

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสถานที่ท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม	4.06	0.71	มาก
2. มีความหลากหลายทางกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	3.83	0.70	มาก
3. มีสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์	3.87	0.34	มาก
4. ไม่มีมลภาวะภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ขยะ น้ำเน่าเสีย และมลภาวะทางเสียง	3.35	0.48	ปานกลาง
5. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและดึงดูดใจ	3.60	0.49	มาก
6. มีการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยว ให้ดึงดูดใจต่อการถ่ายภาพ	4.52	0.72	มากที่สุด
7. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.73	0.60	มาก
8. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม	3.41	0.63	มาก

จากตารางที่ 18 เมื่อแยกข้อมูลเป็นรายด้านเรื่องความพึงพอใจของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการตกแต่งสถานที่ให้ดึงดูดใจต่อการถ่ายภาพ อยู่ในระดับศักยภาพ “มากที่สุด” รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีความหลากหลายทางกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและดึงดูดใจ มีความสะอาด

ลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับศักยภาพ “มาก” แต่ทั้งนี้ ในด้านมลภาวะภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ขยะ น้ำเน่าเสีย และมลภาวะทางเสียง ถือว่ามีระดับศักยภาพอยู่ในระดับ “ปากกลาง”

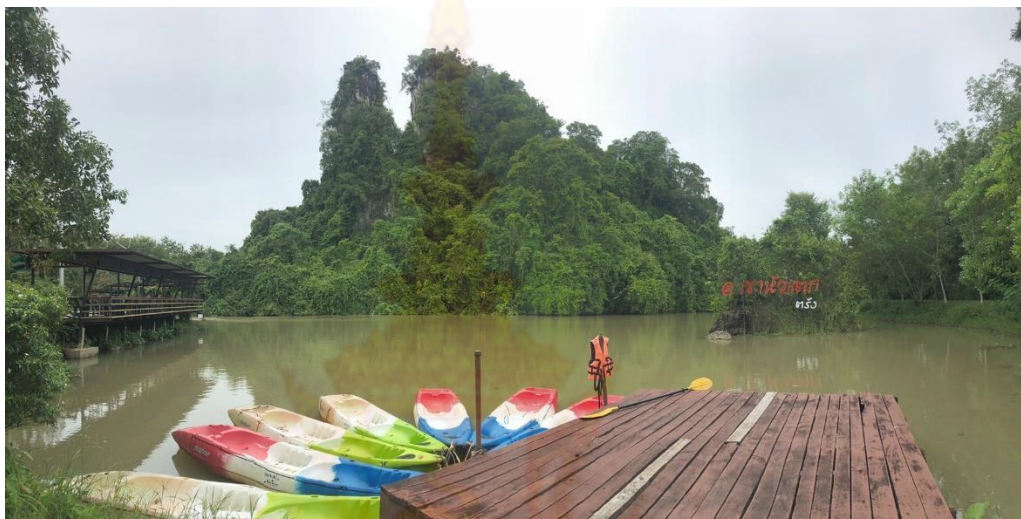
ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	\bar{x}	SD	ระดับศักยภาพ
1. คนในชุมชนเต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว	4.18	0.38	มาก
2. คนในชุมชนให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี	4.18	0.38	มาก
3. มีร้านค้าหรือบริการจากคนในชุมชนภายในแหล่งท่องเที่ยว	2.54	0.50	น้อย

จากตารางที่ 19 เกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า คนในชุมชนเต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว คนในชุมชนให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี อยู่ในระดับศักยภาพ “มาก” แต่ทั้งนี้ ในแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้าหรือบริการจากคนในชุมชน อยู่ในระดับศักยภาพ “น้อย”

จากการสัมภาษณ์นายกิตติเดช วรรณบวร มัคคุเทศก์อิสระ และมีตำแหน่งเป็น สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง เขต 2 อำเภอห้วยยอด และยังเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งและประธานกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาหัวแตก ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเขาหัวแตกไว้ว่า เขาหัวแตก จังหวัดตรัง มีเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ โดยอยู่ห่างจากถ้ำเลเขากอบซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอห้วยยอด เพียงแค่ 2 กิโลเมตร และวังมัจฉา หรือ วังเทพทาโร เพียง 7 กิโลเมตร โดยเดิมที “เขาหัวแตก” เป็นแหล่งน้ำจืดที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพียงแค่การแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำในหน้าแล้ง ของชาวบ้านในชุมชนเขากอบ อย่างไรก็ตาม จากการหารือของผู้นำชุมชนและชาวบ้านในพื้นที่เห็นว่า ควรจะพัฒนาภูเขาแห่งนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังอื่น ๆ ที่มีแล้วอยู่ในตำบล โดยเฉพาะถ้ำเลเขากอบและวังเทพทาโร หรือวังมัจฉา ด้วยการสร้างกิจกรรมทางน้ำที่แตกต่างกันออกไป

สำหรับจุดเด่นของ “เขาหัวแตก” คือ ปลายยอดของภูเขาจะมีลักษณะเว้าแหว่งเหมือนกับช้อน และมีความสูงตั้งแต่ 157-174 เมตร โดยมีผืนน้ำสีเขียวมรกตที่มีความลึกประมาณ 3-5 เมตรล้อมรอบ โดยสีเขียวมรกตของน้ำเกิดจากการสะท้อนแสงของต้นไม้โดยรอบ จึงทำให้ภูเขาแห่งนี้เกิดความน่าสนใจและเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวด้วย



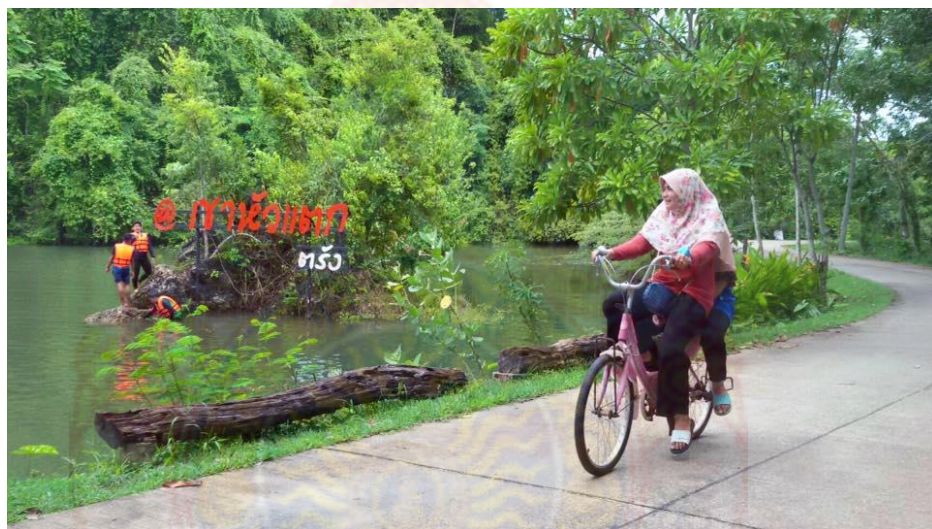
ภาพที่ 3 ลักษณะเด่นของเขาหัวแตก

ทั้งนี้ ได้มีการสร้างจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้เป็น “กรีนวิว 180 องศา @เขาหัวแตก” ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่รักการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ที่สามารถสัมผัสธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิด รวมทั้งยังมีมุมถ่ายภาพที่สวยงามจำนวนหลายจุด ทั้งบนบก และในน้ำ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชม หรือพักผ่อนกันมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงเทศกาล หรือวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ที่จะมีวันละไม่ต่ำกว่า 200 - 300 คน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 80% และชาวต่างชาติประมาณ 20%

นายกิตติเดช ยังได้กล่าวอีกว่า แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีกิจกรรมให้ทำที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การพายเรือคายัค การขี่จักรยานเพื่อชมธรรมชาติ รอบ ๆ เขาหัวแตก กิจกรรมเล่นน้ำ โดยทางเขาหัวแตกมีเรือคายัคไว้ให้บริการจำนวน 17 ลำ และมีชูชีพไว้ให้บริการถึง 100 ตัว และที่สำคัญยังมีร้านอาหาร “แลวิว” ที่บริการอาหารท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย



ภาพที่ 4 กิจกรรมพายเรือคายัค เทียวชมเขาหัวแตก



ภาพที่ 5 กิจกรรมขี่จักรยาน เทียวชมเขาหัวแตก



ภาพที่ 6 กิจกรรมการเล่นน้ำ



ภาพที่ 7 ร้านอาหาร “แลวี่ว” ให้บริการอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น นายกิตติเดช ยังได้กล่าวว่า นอกจาก “เขาหัวแตก” จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถได้มาพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังเป็นศูนย์เรียนรู้ของนักเรียนบ้านเขากอบ ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในด้านการกีฬา หรือการนันทนาการต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาหัวแตกได้มีการทำข้อตกลง MOU (Memorandum of Understanding) กับโรงเรียนบ้านเขากอบ โดยมอบทุนการศึกษาให้ปี 5,000 บาท กับนักเรียนเรียนดี นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ประชุมสัญจรของกำนัน ผู้ใหญ่บ้านในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า “เขาหัวแตก” เอง ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมของคนในชุมชนอีกด้วย

“เขาหัวแตก” ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การปรับภูมิทัศน์ให้แหล่งท่องเที่ยวดูสะอาดและสวยงามอยู่เสมอ จากความร่วมมือกันระหว่างคนในชุมชนกับนักเรียนโรงเรียนบ้านเขากอบ หรือการจัดการแสดงของนักเรียนเมื่อมีงานเทศกาลต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ชม นอกจากนี้ภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีร้านอาหาร “แลววิ” ที่ขายอาหารท้องถิ่น โดยมีวัตถุดิบพื้นบ้านจากคนในชุมชนเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร อีกทั้งคนในชุมชนเองก็มีอาชีพเสริมจากการจ้างงานในร้านอาหาร

นางเย็นจิตร ชาวนา และนางกรรณก ยอดเดชา คนในชุมชนท้องถิ่น ได้กล่าวถึงจุดเด่นของ “เขาหัวแตก” ไว้ว่า รูปร่างที่แปลกของภูเขา และกิจกรรมทางน้ำที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอห้วยยอด ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดเด่นที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมเยือน “เขาหัวแตก” นั่นเอง

ทั้งนี้ นางกรรณก กล่าวว่า หลังจากที่เขาหัวแตกได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นนั้น ส่งผลให้คนในชุมชนมีอาชีพเสริมและมีรายได้มากยิ่งขึ้น โดยอาชีพหลักของคนในชุมชนส่วนใหญ่ ก็คือ รับจ้างกรีดยางพาราในตอนเช้า หลังจากนั้นคนในชุมชนบางส่วนก็จะรับจ้างทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การเก็บขยะ ดูแลความสะอาดเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ให้เช่าจักรยาน เช่าเรือคายัค และรับจ้างอยู่ในร้านอาหาร เป็นต้น

นางเย็นจิตร มีอาชีพหลักคือการรับจ้างกรีดยาง และมีอาชีพเสริมคือการเป็นแม่ครัวอยู่ที่ร้านอาหาร “แลววิ” ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ที่ดีให้กับตนเอง ในบางครั้งสามารถ

ทำรายได้มากกว่าอาชีพหลัก เนื่องจากราคาของยางพาราไม่แน่นอน โดยนางเย็นจิตร์ เล่าว่า ตั้งแต่มีการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นกว่าเดิม เห็นได้จาก ระบบสาธารณสุขที่พัฒนาขึ้น เช่น ไฟฟ้า ถนน และสัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะ ปัจจุบันมีคหุเทศก์ประจำท้องถิ่นที่สามารถเล่าความเป็นมาของชุมชนได้นั้น มีจำนวนเพียงแค่ 5 คน และส่วนใหญ่มักเป็นผู้สูงอายุ จึงเสนอแนะให้เพิ่มจำนวนของคหุเทศก์ประจำท้องถิ่น และเพิ่มนักสื่อความหมายของชุมชนให้มีจำนวนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้นายกิตติเดช ได้เสนอว่า ควรจัดให้มีโฮมสเตย์ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น

3. ผลการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

จากการสัมภาษณ์นายกิตติเดช วรรณบวร คหุเทศก์อิสระ และมีตำแหน่งเป็น สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง เขต 2 อำเภอห้วยยอด และยังเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งและประธานกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขาหัวแตก ได้กล่าวว่าหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง พัฒนาชุมชน อำเภอห้วยยอด และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเขาหัวแตกอีกด้วย เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอห้วยยอด โดยการนำ “เขาหัวแตก” รวมอยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยว และเขาหัวแตกเองยังถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของหมู่บ้าน OTOP เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังอีกด้วย

แต่ปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดที่เข้ามาสนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมมากนัก โดยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีนายกิตติเดชเป็นผู้รับผิดชอบหลัก เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

จากการสังเกตของผู้วิจัยและการสัมภาษณ์ผู้ที่มีเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ “เขาหัวแตก” พบว่า มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพียง 3 ช่องทาง นั่นคือ การ

ประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (PR on Internet) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ (PR in Television Broadcasting) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกิจกรรมพิเศษ (Promotional Events)

จากผลการสัมภาษณ์คุณกรรุดิ สีหมาน เจ้าหน้าที่พลศึกษาอำเภอห้วยยอด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง พบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ได้มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว คือ เป็นผู้ประสานงานการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสนับสนุนด้านงบประมาณให้กับแหล่งท่องเที่ยวในการจัดการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นต้น โดยทั้งนี้ ได้มีการร่วมมือกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดตรัง ในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลห้วยยอด โดยเชื่อมโยงเอาแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตกที่มีบริการร้านอาหาร เป็นหนึ่งสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามายังพื้นที่ นอกจากนั้นแล้ว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรังมีบทบาทในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก โดยส่งเสริมให้พื้นที่มีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวในระดับอำเภอ ไปจนถึงระดับจังหวัด ซึ่งมีนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นไปตามช่องทางทางโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ Facebook เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์คุณพิชญ์สินี ทัศนียม รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดตรัง ได้กล่าวถึงจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ “เขาหัวแตก” ไว้ว่า เนื่องจากเขาหัวแตกเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอห้วยยอด ได้แก่ ถ้ำเลเขากอบ ที่ถือว่าเป็น Unseen in Thailand โดยจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามของหินงอก หินย้อย และสามารถสร้างความตื่นเต้นให้กับนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งในแต่ละวันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางเข้ามายังอำเภอห้วยยอด เพื่อสัมผัสกับความสวยงามทางธรรมชาติของถ้ำเลเขากอบ ดังนั้น “เขาหัวแตก” เลยถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพลอยได้จากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น อีกทั้งเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณอำเภอห้วยยอดมีจำนวนมาก จึงทำให้สามารถรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ไปบรรจุลงในเส้นทางท่องเที่ยวได้อีกด้วย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้พบกับกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

“เขาหัวแตก” นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่มีศักยภาพพอตัว สามารถรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีกิจกรรมที่หลากหลายไว้ให้บริการ ที่สำคัญยังมีบริการร้านอาหาร “แลวิว” ที่บริการอาหาร

ใต้ท้องถื่น โดยได้มีการจัดเส้นทางเชื่อมโยง คือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังถ้ำเลเขากอบและกลับมารับประทานอาหารเช้าได้ที่เขาหัวแตก ณ ร้านอาหารแลวิว นอกจากนี้ศักยภาพพื้นฐานทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ศักยภาพของคนในชุมชนก็ถือเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

คุณพิชญ์สินี ได้กล่าวว่า คนในชุมชนเขากอบถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันยังได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเฉพาะกลุ่ม หากส่งเสริมให้คนในชุมชนทั้งหมดมาร่วมมือกันพัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้ จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตกแห่งนี้ เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปมากยิ่งขึ้น

โดยหน่วยงาน ได้ช่วยเหลือและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก โดยการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ และนอกเหนือจากนั้นยังคงอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ยังประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เข้ามาช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การไฟฟ้า การประปา และดูแลเรื่องถนน เป็นต้น

4. เสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

จากผลสรุปที่ได้มาทั้งหมดนั้นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังพื้นที่ได้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเขาหัวแตกเพื่อนำไปเสนอให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน โดยการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวในชื่อโปรแกรมว่า “วันเดียวเที่ยวห้วยยอด” โดยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ดังนี้

วันเดียว...เที่ยว “ห้วยยอด”



เที่ยววันเดียวครบรส ผจญภัย ธรรมชาติและภูมิปัญญา



ถ้าเลือกอบ - วังมัจฉา (เทพทาโร) – พายเรือคายัคชื่นชมธรรมชาติที่เขาหัว
แตก พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารแลเวิว

ภาพที่ 8 โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยว

บทที่ 5

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาถึงศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง
3. เพื่อวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง
4. เพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่ อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง

โดยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ ตลอดจนคนในชุมชน

จากการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. ในการวิเคราะห์ SWOT พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอยะยงต์ จังหวัดตรัง มีจุดแข็งมากมาย ซึ่งจุดแข็งที่สำคัญที่ทำให้เขาหัวแตกเป็นที่รู้จัก นั่นคือ แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก สามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนั้นแล้วยังพบว่า ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ เอกลักษณ์ของวิถีชุมชนดั้งเดิม เข้าถึงได้ง่าย มีจุดถ่ายภาพเช็คอิน มีกิจกรรมที่หลากหลาย แต่ทั้งนี้ ในด้านของจุดอ่อนที่สำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง และไม่สามารถเข้าถึงได้โดยรถประจำทาง ซึ่งทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนนี้ ถือเป็นปัจจัยภายในที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้นได้

ในขณะที่ปัจจัยภายนอก ซึ่งได้ โอกาสและอุปสรรคนั้น พบว่า เขาหัวแตกได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นระบบสาธารณสุขโรค หรือแม้กระทั่ง ปัจจุบันพบว่า แนวโน้มของการท่องเที่ยวแบบ CBT ที่มีมากขึ้นนั้น จะช่วยให้การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่แห่งนี้ยังคงเป็นที่นิยมมากขึ้นในอนาคต แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยว เขาหัวแตก พบว่า ความเป็นฤดูกาล และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม นั้น ถือเป็นอุปสรรคสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่จะต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือแก้ไขปัญหาอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งอุปสรรคที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ คือ ยิงขาดแคลนนักวิจัยและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพที่จะเข้าช่วยผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญประภา เพชระบูรณิน ในการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และโอกาสที่ดีในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมาจากการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนทั้งคนในชุมชน

2. การวิเคราะห์ศักยภาพและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย โดยมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 35 - 44 ปี มีสถานภาพโสด และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 - 20,000 บาท โดยผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาพบว่า “เขาหัวแตก” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” โดยศักยภาพด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ $\bar{X} = 3.80$ รองลงมาคือศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.64$) ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ($\bar{X} = 3.63$) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.58$) แต่สำหรับด้านการบริการ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตกมีศักยภาพอยู่ในระดับ “ปานกลาง” โดยเมื่อพิจารณาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวใหม่แห่งนี้ เนื่องจากความโดดเด่นของตัวแหล่งท่องเที่ยว ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และความ เป็นเอกลักษณ์ของการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจต่อการถ่ายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีสิ่งดึงดูดใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม และยึดสอดคล้องกับแนวคิดของ Dodds & Butler (2010) ที่ได้กล่าวว่า

นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าอย่างอื่น ดังนั้นแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจึงควรรักษา สภาพแวดล้อมให้ยังคงความสวยงามตามธรรมชาติเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐฤกษ์ ฤกษ์ (2553) ที่กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งเขาหัวแตกเองเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากถนนเส้นหลัก และมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน แต่ทั้งนี้ ยังไม่มีรถประจำทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทำได้เพียงรถยนต์ส่วนตัว

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเส้นทางการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง พบว่า เขาหัวแตก ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียงของอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยห่างจากถ้ำเลเขากอบ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็น 1 ใน Unseen in Thailand เพียง 2 กิโลเมตร และห่างจากวังเทพธำโร (วังมังกร) เพียง 6.9 กิโลเมตร โดยทั้งสามแหล่งท่องเที่ยวนี้ ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ อีกทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตกเอง ยังมีบริการร้านอาหารที่ถือเป็นร้านอาหารท้องถิ่นไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยเป็นร้านอาหารที่สามารถสร้างงานสร้างอาชีพ และเป็นรายได้ให้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อระนุช โกศล และโชคชัย สุทธาเวช (2557) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวจะยั่งยืนและคงอยู่ต่อไปได้นั้น ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยคนในชุมชนต้องได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

3. ในส่วนของการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจุบันเขาหัวแตกทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเพียง 1 ช่องทาง นั่นคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นปัจจุบัน ได้แก่ Facebook เป็นต้น โดยได้มีการจัดทำเพจประชาสัมพันธ์ ดังนี้



ภาพที่ 9 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่าน Facebook

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมिति บุญชุตินา (2561) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นสื่อใหม่ที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก และกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้กระแสนิยมของการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นแปรผันตามการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสังเกตได้จากการที่หลายองค์กรต่างมีเว็บไซต์ (Web Site) เป็นของตนเอง และนิยมใช้สื่อออนไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

แต่ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว “เขาหัวแตก” ถือว่าได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ในการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว คือ เป็นผู้ประสานงานการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสนับสนุนด้านงบประมาณให้กับแหล่งท่องเที่ยวในการจัดการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นต้น โดยทั้งนี้ ได้มีการร่วมมือกัน ในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลห้วยยอด โดยเชื่อมโยงเอาแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตกที่มีบริการร้านอาหาร เป็นหนึ่งสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามายังพื้นที่

4. สำหรับการเสนอแนะแนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้แก่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นั้น จากการศึกษาข้อมูลที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้มีการจัดทำการศึกษาสัมพันธภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่แห่งนี้ โดยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้กับอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยนำเอาเขาหัวแตก รวมอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักที่มีอยู่เดิม คือ ถ้ำเลเขากอบ วังเทพทาโร โดยจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดที่ว่า “วันเดียวเที่ยวห้วยยอด” โดยมีเส้นทางท่องเที่ยว ดังนี้

1 Day in Huai Yot	
วันเดียว... เที่ยวห้วยยอด	
ผจญภัยล่องท้องมิงกร ณ ถ้ำเลเขากอบ 1 Unseen in Thailand ของจังหวัดตรัง	
	“ถ้ำเลเขากอบ” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงผจญภัย ซึ่งภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม โดยภายในถ้ำมีระยะทาง 4 กิโลเมตร ต้องใช้เรือล่องตามลำน้ำเข้าไปข้างใน
ลิ้มชิมรสกับอาหารท้องถิ่นปักษ์ใต้ ณ ร้านอาหารแลวีว	
	พักรับประทานอาหารกลางวันท้องถื่นในลโดัดอาหารปักษ์ใต้ ที่มีรสชาติจัดจ้าน ณ ร้านอาหารแลวีว เขาหัวแตก พร้อมนั่งสัมผัสบรรยากาศป่าเขาที่โอบล้อมและให้ความร่มรื่น
สัมผัสงานศิลปะจากรากไม้ และพูดคุยกับปราชญ์ชุมชน ณ วังเทพทาโร (วังมิงกร)	
	ชมงานศิลปะจากเศษไม้และรากไม้เทพทาโร ซึ่งเป็นไม้หอมที่โด่งดังของจังหวัดตรัง บนเนื้อที่กว่า 25 ไร่ ที่ถูกนำมาสร้างให้เป็นลวดลายมังกรหลากหลายขนาด โดยศิลปินและปราชญ์ชุมชนชื่อดัง คือ คุณจรรยา แก้วละเอียด
เพลิดเพลินกับธรรมชาติที่สวยงาม และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ณ เขาหัวแตก	
	ชื่นชมธรรมชาติ กับเอกลักษณ์ที่แปลกตาของเขาหัวแตก พร้อมกับกิจกรรมมากมาย เช่น การพายเรือคายัค ปั่นจักรยาน และเล่นน้ำ

ภาพที่ 10 เส้นทางท่องเที่ยว

จากการนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยอาศัยหลักของการจัดเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยว โดยนำผลการวิจัยที่ได้มาจัดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวอีกเส้นทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เดชา บุญค้ำ (2539) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่วนั้น ต้องจัดให้มีความแตกต่างจากเส้นทางเดิม โดยอาศัยความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มาเป็นที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิตท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้จัดสถานที่ท่องเที่ยวให้ครบตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาท่องเที่ยวได้เพียง 1 วัน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทางเดียวกันนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอยายียด จังหวัดตรัง” ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. คนในชุมชนจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว การพัฒนาให้คนในชุมชนเป็นนักร้องความหมายท้องถิ่น และการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตรัง ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดหางบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งควรมีการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อโฆษณา หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

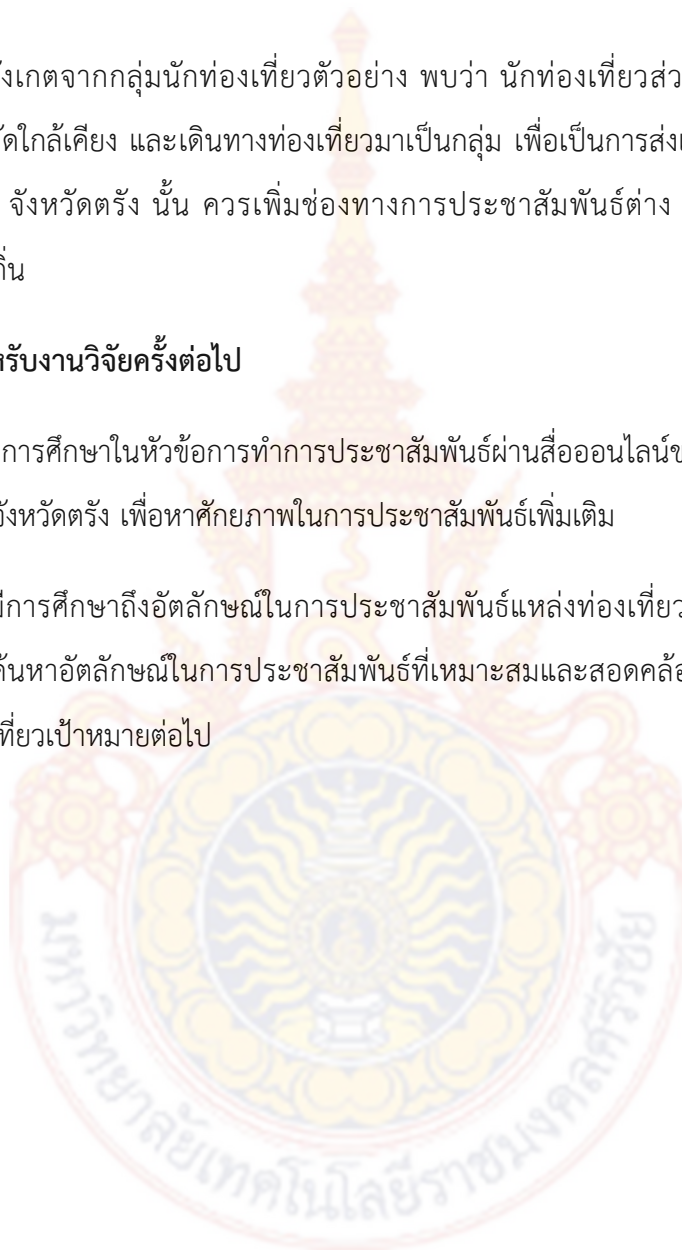
3. ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว หรือมีคฤศเทศก์ท้องถิ่นให้กับคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนสามารถอธิบายแหล่งท่องเที่ยว และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้

4. เมื่อสังเกตจากกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักเป็นคนในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง และเดินทางท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นั้น ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อขยายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในหัวข้อการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อหาศักยภาพในการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

2. ควรมีการศึกษาถึงอัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายต่อไป



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวในปี 2559. สืบค้น 4 พฤษภาคม 2560, จาก
<http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). รายได้จากการท่องเที่ยว. สืบค้น 4 พฤษภาคม 2560, จาก
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/740824>
- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. วารสารสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 18, 10-25.
- ชัยยศ สันตวงษ์ และนิตยา เจริญประเสริฐ. (2546). การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์.
 กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ณัฐกฤตม์ เอกวรรณง. (2553). การพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการ
 ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง. (2555). การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด
อุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์,
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พนิดา ศรีสว่าง. (2558). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์
ชุดประเภทสายไฟรถยนต์ในประเทศไทยก่อนเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC). สารนิพนธ์
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์
 ธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- เพ็ญประภา เพชระบูรณิน และศศิธร บ่องเรือ. (2557). การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2/2557
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช. (2545). เอกสารการสอนชุดการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช. (2548). เอกสารการสอนชุดทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- แมนเจอร์ออนไลน์. (2560). สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. สืบค้น 20 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.manager.co.th/qol/ViewNews.aspx?NewsID=9590000097699>
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รัชนี อุดมเพชร และคณะ. (2545). พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบวิธีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2529). ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม. จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 4 (ฉบับเดือนตุลาคม): 31-38.
- ศิริจรรยา ประพตติกิจ. (2553). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- เสกสรร สายสีสอด. (2545). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอเอ็นการพิมพ์

อรณนุช โกศล และ โชคชัย สุทธาเวช. (2557, กุมภาพันธ์). การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารการเมืองการปกครอง.
4(1): 220 – 232.

Bernays, E.L. (1952). **Public relations**. Norman, OK: University of Oklahoma Press.

Dodds, R. & Butler, R. (2010). **Barriers to implementing sustainable tourism policy
in mass tourism destinations**. *Tourismos*. 5(1): 35-44.



ภาคผนวก



แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

เรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 18 - 24 ปี 2. 25 - 34 ปี 3. 35 - 44 ปี
 4. 45 - 54 ปี 5. 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส

4. การศึกษา

1. มัธยมศึกษา 2. อนุปริญญาตรี
 3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. เกษตรกร 2. รับจ้าง 3. ค้าขาย
 4. พนักงานเอกชน 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6. รัฐบาล
 7. นักเรียน/นักศึกษา 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 – 10,000 บาท 3. 10,001 – 15,000 บาท
 4. 15,001 – 20,000 บาท 5. 20,001 – 25,000 บาท 6. มากกว่า 25,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านตามเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

1. ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับศักยภาพมากที่สุด
2. ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับศักยภาพมาก
3. ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับศักยภาพปานกลาง
4. ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับศักยภาพน้อย
5. ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับศักยภาพน้อยที่สุด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. มีป้ายอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีที่จอดรถเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว					
3. ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำมีเพียงพอ และมีความสะอาด					
4. จุดขึ้น-ลง เรือคายัคมีความปลอดภัย และสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว					
5. มีการจัดทำป้ายเพื่อบอกถึงวิธีการในการพายเรือ และข้อควรระวังในการพายเรือ					

6. เรือคายัคและเสื้อชูชีพมีจำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยว					
7. มีสัญญาณโทรศัพท์และจุดเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต					
8. มีที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว					
ด้านการบริการ					
1. มีบริการร้านอาหาร ของทานเล่นและเครื่องดื่ม					
2. มีบริการให้เช่าห่วงยาง ชูชีพ และอุปกรณ์ในการลงเล่นน้ำ					
3. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลและข้อควรระวังอย่างเคร่งครัด					
4. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย					
5. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก					
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
1. มีป้ายบอกทางเป็นระยะและชัดเจน					
2. ความพร้อมของสภาพถนนหนทาง					
3. มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
4. ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้					

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว					
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม					
2. มีความหลากหลายทางกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
3. มีสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์					
4. ไม่มีมลภาวะภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ขยะ น้ำเน่าเสีย และมลภาวะทางเสียง					
5. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและดึงดูดใจ					
6. มีการตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยว ให้ดึงดูดใจต่อการถ่ายภาพ					

7. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด					
8. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม					
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน					
1. คนในชุมชนเต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว					
2. คนในชุมชนให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี					
3. มีร้านค้าหรือบริการจากคนในชุมชนภายในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

.....

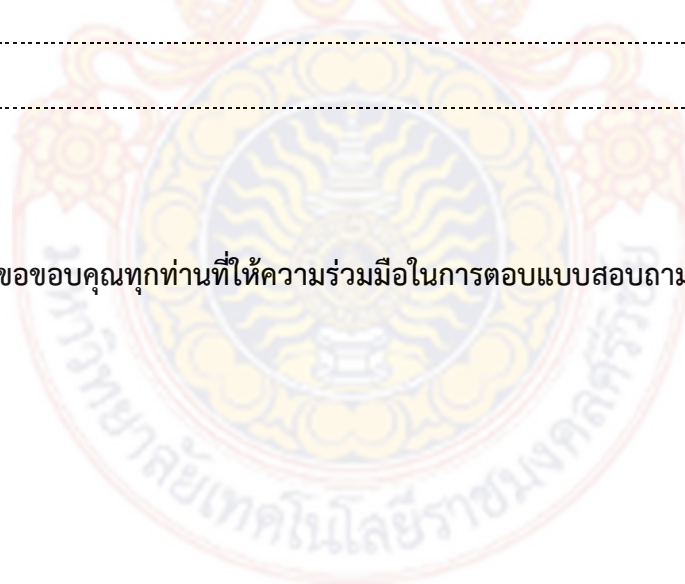
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 😊



แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

เรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้สร้างขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมถึงศักยภาพและข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ชื่อ-สกุล

ตำแหน่ง หน่วยงาน

ประเด็นคำถาม

1. ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2. ท่านคิดว่าอะไรคือจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวของท่าน
3. ให้ท่านประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความพร้อมมากน้อยเพียงใด
4. หน่วยงานของท่านช่วยเหลือหรือสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบ
5. หน่วยงานของท่านมีบทบาทในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
6. ท่านมีนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการภาคเอกชน

เรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้สร้างขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการภาคเอกชนในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ชื่อ-สกุล

ประเภทธุรกิจ.....

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ประเด็นคำถาม

1. ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2. ให้ท่านประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความพร้อมมากน้อยเพียงใด
3. ช่วงเวลาใดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมาก และเวลาใดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการน้อย และท่านดำเนินธุรกิจอย่างไรในช่วงเวลาดังกล่าว
4. ในการประกอบธุรกิจของท่าน มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง และรับมือแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างไร
5. ท่านมีแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างไร
6. อีก 5 ปีข้างหน้า ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านจะเป็นเช่นไร
7. ท่านอยากให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาในด้านใดที่จะสามารถช่วยให้ธุรกิจของท่านเติบโตไปได้
8. ท่านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
9. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร เกี่ยวกับการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

แบบสัมภาษณ์สำหรับชุมชนท้องถิ่น

เรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้สร้างขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์ประชาชนที่อยู่ในชุมชนหรือใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ชื่อ-สกุล

อาชีพ

ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน

ประเด็นคำถาม

1. ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง
2. ให้ท่านประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของท่านว่ามีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด
3. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับใด เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้วหรือยัง
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากแหล่งท่องเที่ยวของท่านถูกพัฒนา และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
5. ท่านคิดว่าชุมชนจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง
6. ท่านได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง
7. ท่านมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด
8. ท่านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
9. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร เกี่ยวกับการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท่านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

แบบสังเกตสำหรับผู้วิจัย

เรื่อง การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

คำชี้แจง แบบสังเกตสำหรับผู้วิจัยในการสังเกตแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในมุมมองของผู้วิจัย ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

- 2.1 การเข้าถึง
- 2.2 สภาพของถนน.....
- 2.3 ป้ายบอกทาง.....
- 2.4 รถโดยสารสาธารณะ.....

3. สิ่งอำนวยความสะดวก

- 3.1 สถานที่จอดรถ.....
- 3.2 ห้องน้ำ-ห้องอาบน้ำ.....
- 3.3 ที่นั่งพักผ่อน.....
- 3.4 ป้ายแสดงข้อมูลของสถานที่.....
- 3.5 จุดขึ้น-ลงเรือ.....

3.6 จุดให้เช่าเรือ-เสื่อชูชีพ.....

3.7 สัญญาณโทรศัพท์ จุดเช็คอินในสื่อโซเชียลมีเดีย.....

4. การบริการ

4.1 การบริการอาหารและเครื่องดื่ม.....

4.2 เจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้และอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ.....

4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์.....

5. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

6. การมีส่วนร่วมของชุมชน

.....

.....

.....

.....

7. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

.....

.....

.....

.....

วันเดียว...เที่ยว “ห้วยยอด”



**เที่ยววันเดียวครบรส ผจญภัย ธรรมชาติและภูมิปัญญา
ชุมชน**



ถ้ำเลเขากอบ - วังมัจจกร (เทพทาโร) - พายเรือคายัคขึ้นชมธรรมชาติที่เขาหัวแตก พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน

ณ ร้านอาหารแลวิว

1 Day in Huai Yot

วันเดียว . . . เที่ยวห้วยยอด

ผจญภัยลอดท้องมังกร ณ ถ้ำเลเขากอบ 1 Unseen in Thailand ของจังหวัดตรัง



“ถ้ำเลเขากอบ” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงผจญภัย ซึ่งภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม โดยภายในถ้ำมีระยะทาง 4 กิโลเมตร ต้องใช้เรือล่องตามลำน้ำเข้าไปข้างใน

ลิ้มชิมรสกับอาหารท้องถิ่นปักษ์ใต้ ณ ร้านอาหารแลวิว



พักรับประทานอาหารกลางวันท้องถิ่นในสไตล์อาหารปักษ์ใต้ ที่มีรสชาติจัดจ้าน ณ ร้านอาหารแลวิว เขาหัวแตก พร้อมทั้งสัมผัสบรรยากาศป่าเขาที่โอบล้อมและให้ความร่มรื่น

สัมผัสงานศิลปะจากรากไม้ และพูดคุยกับปราชญ์ชุมชน ณ วังเทพทาโร (วังมังกร)



ชมงานศิลปะจากรากไม้และรากไม้เทพทาโร ซึ่งเป็นไม้หอมที่โด่งดังของจังหวัดตรัง บนเนื้อที่กว่า 25 ไร่ ที่ถูกนำมาสร้างให้เป็นลวดลายมังกรหลากหลายขนาด โดยศิลปินและปราชญ์ชุมชนชื่อดัง คือ คุณจรูญ แก้วละเอียด

เพลิดเพลินกับธรรมชาติที่สวยงาม และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ณ เขาหัวแตก



ชื่นชมธรรมชาติ กับเอกลักษณ์ที่แปลกตาของเขาหัวแตก พร้อมกับกิจกรรมมากมาย เช่น การพายเรือคายัค ปั่นจักรยาน และเล่นน้ำ



การลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัย



การลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัย