

6000 43384



หนังสือนี้เป็นสมบัติของห้องสมุด
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
ผู้ใดพบเห็น กรุณาส่งคืน สำนักหอสมุด

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

กลยุทธ์การตลาดแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Marketing Strategies for Tourism Market

Case study : Koh – Yo locality, Muang Songkhla District.

069734

658-8

467

2880 ๑-2

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ นางปรีชญา ชุมศรี สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

นักวิจัยร่วม นางวีรารรณ มารังกูร สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สนับสนุนโดยทุนการวิจัยประเภทเงินอุดหนุนทั่วไป
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประจำปี 2550

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาสถานการณ์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการ และใช้แบบสอบถามเพื่อถามนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า เหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์มีการบริโภคที่ลดลงเป็นจำนวนมากซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ต้องให้การสนับสนุนโดยการเชื่อมโยงความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชน ให้มีความตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ประวัติ ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอที่มีความน่าสนใจ และควรได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อชนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อไป นอกจากนั้นการสร้างสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเกาะยอเพิ่มมากขึ้น โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน มีการพัฒนาสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก รักษาคุณภาพของอาหารและการบริการที่สร้างความประทับใจ จัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สามารถอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการซื้อสินค้า กำหนดราคาสินค้าที่ยุติธรรม การสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนอย่างทั่วถึง และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่และระดับภาค เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับประเทศต่อไป

Abstract

This study is study about the marketing situation by SWOT Analysis for determinate marketing strategies of travel place in Koh-Yo locality, Muang Distric Songkhla Province. The deep interview is used for entrepreneur and questionnaires are used for the tourists. It's also receive more information to develop travel of places and agreement with the tourist's need and their behavior.

The result investigates that, The travel place and products are decreased from the tourists' consumption because the three provinces, in Southern border event crisis. The person who promote tourism both government and private section have to support the knowledge of tourism management to the entrepreneurs and community, and also respect and preserve to the potential of culture, an interesting history of tralvel place in Koh- Yo for people of later.

Moreover, They must attract and increase tourists to travel in Koh-Yo by using marketing strategies. It composes of develop local products and souvenir, food quality, service satisfaction to tourists.

Besides, There is tourists center for tourists make convenience to travel and purchase products and appropriate price. It's including to information for public and construct tourism network in local level and district level for assign to developing the tourism in national level.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาดำบลเกาะข่อย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ และศึกษาจากผู้ประกอบการในด้านส่วนประสมทางการตลาด การบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อจะได้นำไปสู่การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะข่อยได้ การศึกษาในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าว และหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะข่อย สถาบันทักษิณคดีศึกษา เป็นต้น และที่สำคัญที่สุดที่ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จึงขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ปรีชญา ชุมศรี

กันยายน 2551

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
กรอบแนวคิดของการวิจัย	9
นิยามศัพท์	9
คำถามในการวิจัย	10
ข้อจำกัดในการศึกษา	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
แหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล	29
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	30
เครื่องมือการวิจัย	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	49
สรุปผลการวิจัย	49
อภิปรายผลการวิจัย	49
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	53
ภาคผนวก	56
บรรณานุกรม	88

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยและวันพัก ปี 2548- 2549	3
ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรายหมวดตามหมวดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี 2548 - 2549	4
ตารางที่ 3 รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2548	4
ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งตามประเทศสุดท้ายที่เดินทางไป และวันพักปี 2548 - 2549	5
ตารางที่ 5 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรายหมวดของนักท่องเที่ยวไทยตามหมวดค่าใช้จ่าย ปี 2548-2549	6
ตารางที่ 6 รายจ่ายจากการท่องเที่ยว ปี 2547-2548	6
ตารางที่ 7 คุณภาพการท่องเที่ยว ปี 2548-2549	7
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ	32
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	33
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	34
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	34
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา	35
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น	36
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้	36
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์	37
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของ การรับข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ	37
ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะขย	38
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	38
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว ตำบลเกาะ ขย	39
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	40
ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทาง	40
ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม	43

ตารางที่ 26	จำนวนและร้อยละในการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 27	จำนวนและร้อยละของการไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	44
ตารางที่ 28	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ	45

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
ภาพที่ 2	เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดการขายกับแนวคิด การตลาด	25
ภาพที่ 3	แผนที่ตำบลเกาะข่อ	57
ภาพที่ 4	แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยว	58
ภาพที่ 5	โบราณสถานภายในบริเวณวัดเขาบ่อ	59
ภาพที่ 6	โบราณสถานภายในบริเวณวัดเขาบ่อ	59
ภาพที่ 7-8	บริเวณวัดแหลมพ้อ	60
ภาพที่ 9- 10	สวนสมรม	61
ภาพที่ 11-12	บริเวณภายในวัดท้ายขอ	62
ภาพที่ 13	ประวัติความเป็นมาของเจดีย์วัดท้ายขอ	63
ภาพที่ 14	เจดีย์วัดท้ายขอ	63
ภาพที่ 15- 16	วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน	64
ภาพที่ 17	จุดชมวิว	65
ภาพที่ 18	บ่อน้ำโบราณ/บ่อศักดิ์สิทธิ์	65
ภาพที่ 19	ประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าไต้ก๋ง	66
ภาพที่ 20	ศาลเจ้าไต้ก๋ง	66
ภาพที่ 21	ร้านอาหาร โกงะงะซีฟู๊ด	67
ภาพที่ 22	สวนอาหารเรณูซีฟู๊ด	67
ภาพที่ 23 - 24	สะพานติณสูลานนท์	68
ภาพที่ 25- 26	สถาบันทักษิณคดีศึกษา	69
ภาพที่ 27- 30	บริเวณภายในสถาบันทักษิณคดีศึกษา	70-71
ภาพที่ 31- 32	สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก	72

ภาพที่ 33	ข้าสาหร่ายผมนาง	73
ภาพที่ 34	ข้าวยาป่าหนู	73
ภาพที่ 35	ป้ายยินดีต้อนรับสู่เกาะขอม	74
ภาพที่ 36	ป้ายแสดงแหล่งท่องเที่ยว	74
ภาพที่ 37	ป้ายโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์	75
ภาพที่ 38	เรื่อนำเที่ยวชมบริเวณรอบๆ เกาะ	75
ภาพที่ 39	ป้ายสวนป่าเปรม	76
ภาพที่ 40	สวนประวัติศาสตร์	76

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นและรัฐบาลยังให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (<http://www.mots.go.th>) ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ สัตว์เลี้ยงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลินในกิจกรรมการเกษตรในลักษณะได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมหรือชุมชน ตามธรรมชาติเพื่อชื่นชม และตระหนักถึงคุณค่า ความสำคัญและเรียนรู้ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การศึกษาวิถีชีวิต และการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นการแสดงถึงวัฒนธรรมประเพณีของพื้นที่นั้นเป็นอย่างดี คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเยี่ยมชม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ภูเขา นมัสการพระประจำวัด และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ตำบลเกาะยอนั้นมีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอสิงหนคร และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีความครบถ้วนและหลากหลาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ที่สามารถย้อนรอยถึงความเป็นมา ประเพณี วัฒนธรรมและงานศิลปหัตถกรรมที่เก่าแก่ โดยเฉพาะสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์และศิลปะ มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น คือ ผ้าทอ เกาะยอ นอกจากนั้นยังมีสะพานติณสูลานนท์ ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทย ที่ทำให้ตำบลเกาะยอ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การบริการนั่งเรือชมเกาะชมวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน มีร้านอาหารทะเลอยู่ติดกับทะเลสาบ โดยที่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวสามารถเลือกวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติ เช่น ปลากระพงในกระชัง เพื่อให้ร้านอาหารในบริเวณนั้นปรุงให้ตามที่ถูกคัดค้านได้ ซึ่งถือว่าเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งที่ตำบลเกาะยอมีความได้เปรียบกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง ความมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลาได้ เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน (<http://www.thaitambon.com>)

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2537) ได้กล่าวไว้ว่า หากจะเทียบกับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นอันดับแรกๆ ของโลก เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวประมาณ 27 - 50 ล้านคนต่อปี ประเทศไทยนับว่ายังเล็กมาก เพราะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงประมาณ 5 ล้านคน แต่ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชีย ซึ่งมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และประเทศที่มีสิ่งมหัศจรรย์ติดอันดับโลก เช่น อียิปต์ (มีนักท่องเที่ยว 2.6 ล้านคน) และอินเดีย (1.8 ล้านคน) ก็นับว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จสูงมาก รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างจะมีความสำคัญคือ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ของ GDP (รายได้ประชาชาติ) ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ใน เอเชีย ยกเว้น สิงคโปร์ (ร้อยละ 11.4 ของ GDP)

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยหรือยุคทองของการท่องเที่ยวเพิ่งจะเริ่มในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในที่สุดท้ายของแผนฯ ความสำเร็จดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากกลยุทธ์ การตลาดที่ประกาศให้ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปีนั้นเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 และต่อมาในปี 2531 เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 58 ในปี 2534 รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับสองในสามของ สินค้าออกประเภทเกษตรกรรม และมีมูลค่าใกล้เคียงกับรายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกสูงสุด

จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 1.2 ล้านคนในปี 2520 เป็น 5.3 ล้านคน ในปี 2533 แม้เมื่อเกิดวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซียในปี 2533-2534 และรัฐประหารในปี 2534 จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2534 ก็มีถึง 5 ล้านคนเศษ ในปี 2535 ได้เกิดเหตุการณ์รุนแรงทางการเมือง ซึ่งมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก แต่จำนวนนักท่องเที่ยวก็กลับคืนสู่ภาวะปกติอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับลักษณะการเติบโตของการท่องเที่ยวไทย คือ การเพิ่มของรายได้ตั้งแต่ ปี 2524 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย แต่ค่าใช้จ่ายต่อวันที่คิดในราคาคงที่แทบจะมีได้เพิ่มขึ้นเลย จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ ดังสรุปรายได้-รายจ่ายและดุลการท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 13,821,802 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 20.01 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวจากผลกระทบในเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และการจัดงานพืชสวนโลกในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2549 - มกราคม 2550 แม้จะมีปัญหาทางการเมือง การก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มาเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่เหตุการณ์ดังกล่าวก็ไม่สามารถหยุดการขยายตัวของประเทศไทยที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างสูง

วันพักของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีวันพักเฉลี่ย 8.62 วัน เพิ่มขึ้น 0.42 วัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 โดยภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวมีวันพักสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ยุโรป อเมริกา และ เอเชียเนียบ โดยมีวันพักเฉลี่ย 14.30 วัน, 13.07 วัน และ 11.01 วัน ตามลำดับ สำหรับภูมิภาคอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีวันพักเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ 5.26 วัน

ตารางที่ 1 : จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยและวันพัก ปี 2548-2549

ถิ่นที่อยู่	จำนวน			วันพัก		
	2549	2548	% (+/-)	2549	2548	+/-
เอเชียตะวันออก	7,942,143	6,692,982	+ 18.66	5.70	5.81	- 0.11
-อาเซียน	3,556,395	3,099,569	+ 14.74	5.26	4.01	+ 1.25
ยุโรป	3,321,795	2,686,567	+ 23.64	14.30	13.45	+ 0.85
อเมริกา	825,118	739,707	+ 11.55	13.07	11.40	+ 1.67
เอเชียใต้	605,236	518,878	+ 16.64	7.10	5.82	+ 1.28
โอเชียเนีย	627,246	501,882	+ 24.98	11.01	9.23	+ 1.78
ตะวันออกกลาง	405,856	304,047	+ 33.48	8.62	9.28	- 0.66
แอฟริกา	94,408	72,873	+ 29.55	8.83	6.74	+ 2.09
รวม	13,821,802	11,516,936	+ 20.01	8.62	8.20	+ 0.42

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ในปี 2549 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,048.22 บาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 4.06 โดยในหมวดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินมากที่สุด คือ ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 27.34 รองลงมาได้แก่ค่าที่พักและค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 26.61 และ 17.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 : เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรายหมวดตามหมวดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปี 2548-2549

รายการ	2549			2548		
	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)
ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก	1,106.47	27.34	+ 1.52	1,089.86	28.20	- 5.16
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	472.82	11.68	- 4.29	494.03	12.70	- 1.84
ค่าบริการท่องเที่ยว	180.99	4.47	+ 9.24	165.68	4.26	- 24.90
ค่าที่พัก	1,077.40	26.61	+ 5.80	1,018.34	26.18	- 4.61
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	717.45	17.72	- 0.76	722.97	18.58	+ 5.82
ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ	385.40	9.52	+ 23.54	311.96	8.02	- 1.04
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	107.69	2.66	+ 23.37	87.29	2.24	- 26.46
รวม	4,048.22	100.00	+ 4.06	3,890.13	100.00	- 4.13

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

รายได้จากการท่องเที่ยว

จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 13.82 ล้านคน วันพักเฉลี่ย 8.62 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,048.22 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 482,319.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 31.29

ตารางที่ 3 : รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2548-2549

รายการ	2549		2548	
	จำนวน	% (+/-)	จำนวน	% (+/-)
จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	13,821,802	+ 20.01	11,516,936	- 1.15
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย(วัน)	8.62	+ 0.42	8.20	+ 0.07
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,048.22	+ 4.06	3,890.13	- 4.13
รายได้ (ล้านบาท)	482,319.17	+ 31.29	367,380.36	- 4.42

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

นักท่องเที่ยวชาวไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย*

ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศทั้งสิ้น 3,253,311 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.80 โดยเพิ่มขึ้นในเกือบทุกภูมิภาคยกเว้นภูมิภาคอเมริกา ที่ลดลงร้อยละ 7.73 สำหรับภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปมากที่สุด คือ เอเชียตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 84.47 เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่สูงมากนัก และภูมิภาคแอฟริกาเป็นภูมิภาคที่มีการขยายตัวสูงที่สุดคือร้อยละ 261.25

วันพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวันพักเฉลี่ยในต่างประเทศ 6.77 วัน เพิ่มขึ้น 0.14 วัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 โดยภูมิภาคอเมริกาเป็นภูมิภาคที่มีวันพักเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 11.02 วัน รองลงมาได้แก่ โอเชียเนีย ยุโรป ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ แอฟริกา และเอเชียตะวันออก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 : จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งตามประเทศสุดท้ายที่เดินทางไปและวันพัก ปี 2548-2549

ประเทศสุดท้าย ที่เดินทางไป	จำนวน			วันพัก		
	2549	2548	% (+/-)	2549	2548	+/-
เอเชียตะวันออก	2,748,305	2,474,387	+ 11.07	6.27	6.24	+ 0.03
-อาเซียน	1,751,569	1,543,354	+ 13.49	5.94	6.03	- 0.09
ยุโรป	274,674	245,567	+ 11.85	9.67	8.92	+ 0.75
อเมริกา	40,229	43,601	- 7.73	11.02	11.27	- 0.25
เอเชียใต้	67,939	58,088	+ 16.96	7.68	5.74	+ 1.94
โอเชียเนีย	73,926	71,186	+ 3.85	10.52	9.49	+ 1.03
ตะวันออกกลาง	46,392	42,849	+ 8.27	8.06	7.96	+ 0.10
แอฟริกา	1,846	511	+ 261.25	7.58	8.10	- 0.52
รวม	3,253,311	2,936,189	+ 10.80	6.77	6.63	+ 0.14

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศไม่นับรวมจำนวนแรงงานไทยที่ไปทำงานต่างประเทศ

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการค้า สำนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในปี 2549 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,362.55 บาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.21 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยุโรปมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุดคือ 5,055.32 บาท หมวดค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินมากที่สุดในแต่ละวันคือ หมวดค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 34.22 รองลงมาได้แก่หมวดค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึกและค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 29.27 และ 19.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 : เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรายหมวดของนักท่องเที่ยวคนไทยตามหมวดค่าใช้จ่าย ปี 2548-2549

รายการ	2549			2548		
	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)
ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก	1,277.01	29.27	+ 5.11	1,214.90	29.30	- 6.22
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	190.13	4.36	- 26.39	258.30	6.23	- 9.85
ค่าบริการท่องเที่ยว	135.75	3.11	+ 29.62	104.73	2.53	- 21.13
ค่าที่พัก	1,492.53	34.22	+ 9.18	1,367.08	32.97	+ 7.43
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	829.07	19.00	+ 9.07	760.15	18.33	+ 2.79
ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ	323.57	7.42	+ 1.61	318.45	7.68	- 6.61
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	114.49	2.62	- 6.96	123.06	2.97	- 4.80
รวม	4,362.55	100.00	+ 5.21	4,146.67	100.00	- 1.20

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

รายจ่ายจากการท่องเที่ยว

ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศทั้งสิ้น 3,253,311 คน มีวันพักเฉลี่ยในต่างประเทศ 6.77 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเป็นเงิน 4,362.55 บาท ทำให้เกิดรายจ่ายจากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 96,084.81 ล้านบาท

ตารางที่ 6 : รายจ่ายจากการท่องเที่ยว ปี 2547-2548

รายการ	2549		2548	
	จำนวน	% (+/-)	จำนวน	% (+/-)
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	3,253,311	+ 10.80	2,936,189	+ 13.15
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	6.77	+ 0.14	6.63	- 1.07
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,362.55	+ 5.21	4,146.67	- 1.20
รายจ่าย (ล้านบาท)	96,084.81	+ 19.03	80,723.05	- 3.75

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :

ดุลการท่องเที่ยว

ในปี 2549 ประเทศไทยได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งสิ้น 482,319.17 ล้านบาท ในขณะที่มีรายจ่ายจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 96,084.81 ล้านบาท ส่งผลให้ประเทศไทยมีดุลการท่องเที่ยวเกินดุล 386,234.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 34.74

ตารางที่ 7 : ดุลการท่องเที่ยว ปี 2548-2549

รายการ	2549		2548	
	มูลค่า (ล้านบาท)	% (+/-)	มูลค่า (ล้านบาท)	% (+/-)
รายได้จากการท่องเที่ยว	482,319.17	+ 31.29	367,380.36	-4.42
รายจ่ายจากการท่องเที่ยว	96,084.81	+ 19.03	80,723.05	-3.75
ดุลการท่องเที่ยว	386,234.36	+ 34.74	286,657.31	-4.60

ที่มา : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (ททท.)

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

- เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ในรูปเงินตราต่างประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

- ช่วยสร้างอาชีพ และการจ้างงานอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

- ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวางสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

- ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใด ก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรม ก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีกำไรวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และจัดทำ SWOT Analysis การท่องเที่ยวของตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อกำหนดและพัฒนากลยุทธ์การตลาดของตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำกลยุทธ์การตลาดแหล่งท่องเที่ยว ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ไปใช้ในการบริหารจัดการการตลาดภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนสาขาวิชาการตลาดและสาขาวิชาการท่องเที่ยว
3. เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ เป็นต้น และเกิดการบูรณาการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษา 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว/ ผลิตภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการ ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ในการบริหารจัดการกลุ่มหรือกิจการ และการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในสถานการณ์ปัจจุบัน
3. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกหรือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ที่มีส่วนต่อการตัดสินใจในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา 1ปี คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2549 ถึงเดือนกันยายน 2550

พื้นที่ดำเนินการวิจัย

ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

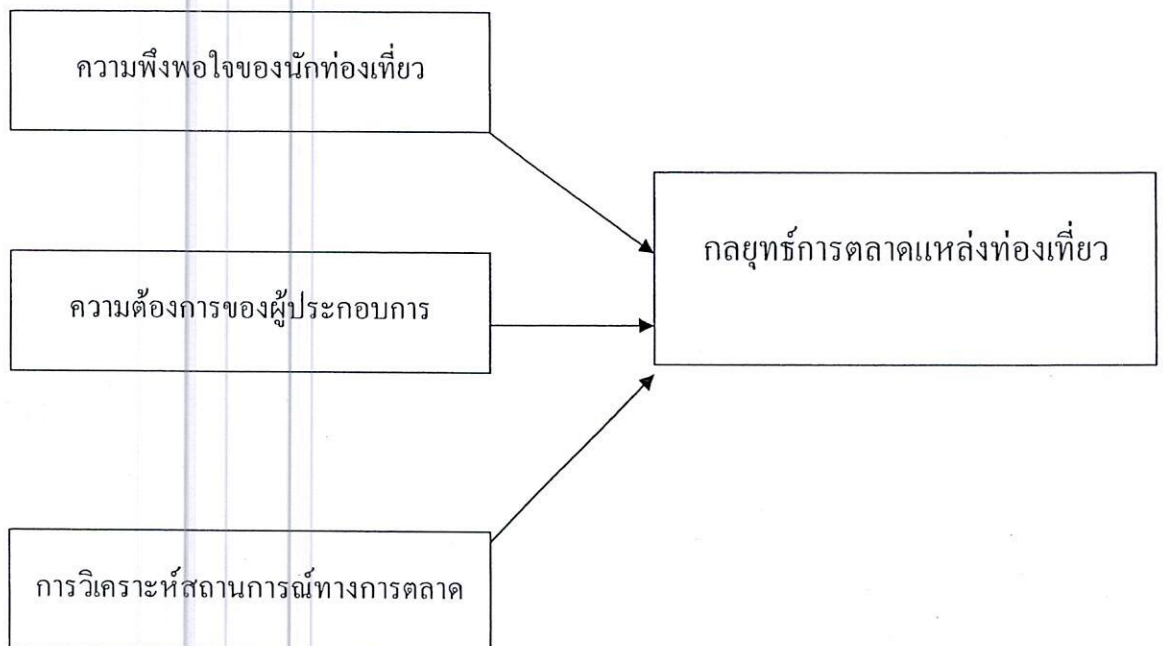
กรอบแนวคิด

การศึกษาสถานการณ์โดยการวิเคราะห์ SWOT สามารถทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแหล่งท่องเที่ยวในตำบลเกาะขี้ได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดการแก้ไขปัญหาตรงจุด และการสนับสนุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4 P's จะสามารถช่วยให้การดำเนินงานทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะขี้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) เป็นการใช้ความพยายามทางการตลาดของธุรกิจ โดยมุ่งที่จะให้บรรลุเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกที่แห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้

เกาะยอ (Koh Yo) คือ ตำบลหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 9 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย หมู่ที่ 2 บ้านดิน หมู่ที่ 3 บ้านนอก หมู่ที่ 4 บ้านสวนเรียน หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร หมู่ที่ 6 บ้านในบ้าน หมู่ที่ 7 บ้านป่าโหนด หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสา และหมู่ที่ 9 บ้านสวนใหม่

คำถามในการวิจัย

1. แหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากน้อยแค่ไหน
2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหนต่อแหล่งท่องเที่ยวของตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ในแต่ละวันจำนวนนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ
2. ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตำบลเกาะยอน้อยลงเป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวของภาคใต้และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีรายได้ลดลง เช่น รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงประมาณ 2.7 หมื่นล้านบาท เมื่อเทียบกับรายได้ในปี 2547 และลดลงประมาณ 7.7 พันล้านบาท เมื่อเทียบกับประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวเดิม คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 0.2% ของ GDP รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะลดลงประมาณ 2.4 หมื่นล้านบาท เมื่อเทียบกับรายได้ในปี 2547 และลดลง 4.8 พันล้านบาท เมื่อเทียบกับประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวเดิม คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 0.1% ของ GDP

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในส่วนของแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิด มีเนื้อหาสาระเรียงเรียงตามลำดับดังนี้

1. เกาะยอ
2. การท่องเที่ยว
3. การตลาด
4. กลยุทธ์การตลาด

1. เกาะยอ

เกาะยอ เป็นเกาะเล็กๆ ในทะเลสาบสงขลา สามารถเดินทางโดยข้ามสะพานติณสูลานนท์ ไปตามเส้นทาง จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 407 และเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4083 ทางไปอำเภอสิงหนคร เกาะยอมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 9,275 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นไหล่เขาและที่ราบตามเชิงเขา เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม บนเกาะยอมีการทำสวนผลไม้แบบผสม หมายถึงผลไม้จะผลัดกันให้ผลผลิตตลอดปี เช่น ส้มโอ มะพร้าว ขนุน ผลไม้ที่มีชื่อเสียงของเกาะยอ คือ จำปาตะ ซึ่งมีลักษณะคล้ายขนุนแต่ลูกเล็กกว่า สามารถนำไปทอดเหมือนกล้วยแขก หรือจะกินสดก็ได้ และผ้าทอเกาะยอ เป็นผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากผู้นิยมสวมใส่ผ้าไทย มีลายที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายราชวัติ ดอกพิกุล ดอกพะยอม เนื้อผ้าดูแลรักง่าย นอกจากนั้นเกาะยอยังมีแหล่งเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังในทะเลสาบสงขลาอีกด้วย (<http://www.czytcip.com/travel/images>)

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ (<http://www.kohyor.thaigov.net>) กระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศยกฐานะสภาตำบลเกาะยอ เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 113 ตอน 9 ลงวันที่ 30 มกราคม 2539 มีำ้งค้ำใช้วันที่ 30 มีนาคม 2539

ที่ตั้งและขนาด

เกาะยอ มีสภาพเป็นเกาะอยู่กลางทะเลสาบสงขลาตอนล่าง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ระยะทางห่างจากอำเภอเมืองทางบก 20 กิโลเมตร ทางน้ำ 6 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อดังต่อไปนี้ (จากภาพที่ 3)

ทิศเหนือ จดทะเลสาบสงขลา จดเขตสุขาภิบาลสิงหนคร อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

ทิศใต้ จดทะเลสาบสงขลา จดเขต อบต. พะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ทิศตะวันออก จดทะเลสาบสงขลา จดเขต อบต. พะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ทิศตะวันตก จดทะเลสาบสงขลา จดเขต อบต. น้ำน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
เนื้อที่ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอมีเนื้อที่ทั้งหมด 15 ตารางกิโลเมตรหรือ 9,375 ไร่
ภูมิประเทศ

เกาะยอ มีสภาพทางกายภาพเป็นเกาะล้อมรอบด้วยทะเลสาบสงขลา พื้นที่บนเกาะมีภูเขา
และเป็นที่ราวลาดสู่ชายฝั่งทะเล มีบริเวณที่ราบอยู่ทางตอนใต้ของเกาะ และบริเวณเชิงเขา

ภูมิอากาศ

มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - เดือนกันยายน และฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือน
ตุลาคม - เดือนมกราคม

จำนวนหมู่บ้าน

มีจำนวน 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย หมู่ที่ 2 บ้านดิน หมู่ที่ 3 บ้านนอก หมู่ที่ 4
บ้านสวนเรียน หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร หมู่ที่ 6 บ้านโนนบ้าน หมู่ที่ 7 บ้านป่าโหนด หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสา
และหมู่ที่ 9 บ้านสวนใหม่

จำนวนครัวเรือนและประชากร

ข้อมูลจากการสำรวจของบัณฑิตอาสาในเดือน สิงหาคม 2542 มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด
784 ครัวเรือน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,351 คน แยกเป็นชายจำนวน 1,595 เป็นหญิงจำนวน
1,756 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพเกษตรกรรม (ทำสวน ทำประมง ฯลฯ)	ส่วนใหญ่ราษฎรจะประกอบอาชีพทำสวนแบบ ผสมผสาน หมายถึง ในครัวเรือนหนึ่งประกอบ อาชีพทำสวนมากกว่าหนึ่งประเภท เช่น สวนละมุด สวนกระท้อน สวนจำเมาะ เลี้ยงปลากระพงในกระชัง และประมงอื่นๆ ประมาณ 500 คน หรือ 27.5%
อาชีพรับจ้างทั่วไป	จำนวน 641 คน หรือ 35%
อาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน	อาชีพทอผ้า จำนวน 80 คน หรือ 4.4%
อาชีพค้าขาย	292 คน หรือ 16%
อาชีพรับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือลูกจ้างของรัฐ มีจำนวน 267 คน หรือ 14.5%
ลูกจ้างเอกชน	44 คน หรือ 2.6%

การศึกษา

มีโรงเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 2 แห่ง คือ

1. โรงเรียนวัดแหลมพ้อ ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 จำนวนอาจารย์ 12 คน จำนวนนักเรียน 142 คน
2. โรงเรียนวัดท้ายขอ ตั้งอยู่หมู่ที่ 9 จำนวนอาจารย์ 12 คน จำนวนนักเรียน 162 คน

สถาบันทักษิณคดีศึกษา ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย (มีฐานะเทียบเท่าคณะหนึ่งของมหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา)

ที่อ่านหนังสือพิมพ์ ประจำหมู่บ้านมี 9 แห่ง

สถาบันและองค์กรทางศาสนา

มีวัดทั้งหมด 4 วัด ด้วยกันคือ

1. วัดแหลมพ้อ หมู่ที่ 4 บ้านสวนเรียน (จากภาพที่ 4 - 5)
2. วัดโคกเปี้ยว หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร
3. วัดท้ายขอ หมู่ที่ 7 บ้านท้ายเสา
4. วัดเขาบ่อ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย (จากภาพที่ 2 - 3)

สำนักสงฆ์ จำนวน 1 แห่ง คือ สำนักสงฆ์เขาภูฎิ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย

สาธารณสุข

มีสถานอนามัยประจำตำบล 2 แห่ง คือ

1. สถานอนามัยบ้านสวนเรียน หมู่ที่ 4 บ้านสวนเรียน
2. สถานอนามัยบ้านท่าไทร หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร

อัตราการมีและใช้ส้วมรดน้ำ ร้อยละ 100%

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ป้อมยามสายตรวจตำรวจ 1 แห่ง

เส้นทางคมนาคมภายนอกเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

1. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 408 และสะพานติณสูลานนท์ทางทิศเหนือ ความยาว 1.3 กิโลเมตร เชื่อมต่อกับ เขตอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา
2. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 408 และสะพานติณสูลานนท์ทางทิศใต้ ความยาว 0.94 กิโลเมตร เชื่อมต่อกับเขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา

เส้นทางคมนาคมภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

1. ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 408 ระยะทาง 3.30 กิโลเมตร ผ่านหมู่ที่ 4, หมู่ที่ 3, หมู่ที่ 2 และ หมู่ที่ 1
2. ถนนลาดยาง สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท (รพช) หมายเลข สข 4111, สข 4112, สข 4113, สข 4114 รวมระยะทางรอบเกาะ 12 กิโลเมตร
3. ถนนกรมโยธาธิการ จำนวน 3 สาย
 - ถนนลาดยาง 2 สาย หมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 4 รวมระยะทาง 1.3 กิโลเมตร
 - ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 1 สาย หมู่ที่ 5 รวมระยะทาง 0.50 กิโลเมตร
4. ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก ระหว่างหมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 3 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด สงขลา (อบจ.สงขลา) ระยะทาง 0.70 กิโลเมตร
5. ถนนองค์การบริหารส่วนตำบล
 - ถนนลาดยาง 2 สาย หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย รวมระยะทาง 0.70 กิโลเมตร
 - ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 3 สาย หมู่ที่ 1, หมู่ที่ 5, หมู่ที่ 8 รวมระยะทาง 0.59 กิโลเมตร
 - ถนนลูกรัง 3 สาย หมู่ที่ 6, หมู่ที่ 8, หมู่ที่ 9, รวมระยะทาง 1.20 กิโลเมตร

การโทรคมนาคม

- ตู้โทรศัพท์สาธารณะ 3 แห่ง
- โทรศัพท์ส่วนตัว 760 หมายเลข

การไฟฟ้า

- การใช้ไฟฟ้าภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน จำนวนประชากรที่ใช้ไฟคิดเป็น 100%
- มีไฟฟ้าสาธารณะส่องสว่างรอบเกาะ ทุกหมู่บ้าน

แหล่งน้ำธรรมชาติ

- ทะเลสาบสงขลา ลักษณะน้ำกร่อย - เค็ม

แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

- บ่อน้ำตื้น 363 แห่ง
 - บ่อโยก 7 แห่ง
 - ประปาหมู่บ้าน 4 แห่ง คือ
1. ประปาหมู่บ้าน หมู่ที่ 3 บ้านนอก ตำบลเกาะยอ
 2. ประปาหมู่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านสวนเรียม ตำบลเกาะยอ
 3. ประปาหมู่บ้าน หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร ตำบลเกาะยอ
 4. ประปาหมู่บ้าน หมู่ที่ 6 บ้านโนนบ้าน ตำบลเกาะยอ

ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่

ทรัพยากรดิน สภาพของดินส่วนใหญ่เหมาะแก่การเพาะปลูก ทำสวน โดยเฉพาะสวนผลไม้ แต่มีข้อจำกัด คือ มีพื้นที่ในการเพาะปลูกจำกัด

ทรัพยากรน้ำ สภาพรอบ ๆ จะล้อมรอบด้วยทะเลสาบสงขลา เป็นที่อาศัยของสัตว์น้ำ และรอบ ๆ ทะเลสาบจะเป็นที่ประกอบอาชีพประมงและการเลี้ยงปลากระพงขาวในกะชัง

ทรัพยากรป่าไม้ ประกอบด้วยภูเขาที่สำคัญ คือ ภูเขาภูฎิ ภูเขาอ้อ ภูเขาสวนทุเรียน ภูเขาเพหาร ป่าไม้สมบูรณ์ ไม่มีพื้นที่ป่าอนุรักษ์ มีเขตป่าชายเลนอยู่บ้าง

มวลชนจัดตั้ง

- ลูกเสือชาวบ้าน 4 รุ่น จำนวน 400 คน
- ไทยอาสาป้องกันชาติ 1 รุ่น จำนวน 60 คน

กลุ่มอาชีพ

- กลุ่มผ้าทอราชวดีแสงส่องหล้า หมู่ที่ 3 บ้านนอก ตำบลเกาะขย
- กลุ่มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย ตำบลเกาะขย
- กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร(แปรรูปอาหาร) หมู่ที่ 2 บ้านดิน ตำบลเกาะขย
- กลุ่มสตรีอาสาพัฒนา(แปรรูปอาหาร) หมู่ที่ 9 บ้านสวนใหม่ ตำบลเกาะขย
- กลุ่มสหกรณ์การเกษตรเกาะขย หมู่ที่ 4 บ้านสวนเรียน ตำบลเกาะขย
- กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต หมู่ที่ 9 บ้านสวนใหม่ ตำบลเกาะขย

2. การท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ หรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบานบันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (มหาวิทยาลัยบูรพา. [online]. <http://www.nectec.or.th>)

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเจตนาใจที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และด้วยความสมัครใจ
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีไว้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

นอกจากนั้นยังให้คำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว จำแนกเป็น

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาตินี้ที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวรนั้น

เบญจมาศ อุทกศิริ (2549) กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง โดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราวโดยมิได้ประกอบอาชีพ (<http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakan>)

รูปแบบการท่องเที่ยว แบ่งได้ดังนี้

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและผลิตผลในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่างๆ เพื่อให้ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้คิดค้นนำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ มาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบการท่องเที่ยว เชิญชวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผู้ประกอบการ กิจกรรมการเกษตรไทย หรือ Amazing Agricultural Hcritage เป็นกิจกรรมหนึ่งของ ททท. ที่น่าสนใจ ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย การทำนา การทำสวน ไม้ตัดดอก การทำสวนผลไม้ การทำสวนครัวสวนผัก การทำสวนสมุนไพร การทำนา การทำฟาร์มปศุสัตว์ งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ (http://www.mots.go.th/tour_description.htm)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งรัฐบาลได้มีนโยบายให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ ขยายโอกาส รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนเกษตรกรรมในทุกภูมิภาคของประเทศซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้นอกจากจะเกิดประโยชน์กับชุมชนเจ้าของพื้นที่แล้วยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีทางเลือกใหม่ที่จะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ได้สนุกสนานกับการลงมือปฏิบัติร่วมกับเจ้าของฟาร์ม ได้รับความรู้มาจากกระบวนการผลิตทางการเกษตรที่กว่าจะมาเป็นผลผลิตที่สด ใหม่ สะอาด ปลอดภัยรสชาติที่ยอดเยี่ยมรวมทั้งได้รับบริการอย่างดี ทั้งอาหารเครื่องดื่ม การให้บริการพาหนะ ผู้นำชมท้องถิ่น ตลอดจนการพักผ่อนร่วมกับครอบครัว เกษตรกร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ซึ่งพร้อมให้การต้อนรับและบริการผู้มาเยือนทุกฤดูกาล

วินิจ อุทัยรัตน์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านจังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นเมืองประกอบไปด้วยวิถีคิดและแบบแผนการดำเนินชีวิตประจำวันในวันที่สามารถทำประมง และในวันที่ไม่สามารถทำประมง การเลือกตั้งถิ่นฐานจะเลือกตั้งถิ่นฐานใกล้กับแหล่งทำประมง การบริโภคอาหารเลือกบริโภคอาหารที่หาได้จากทะเลและสิ่งที่เสริมพลังงาน การดูแลสุขภาพ เน้นการดูแลสุขภาพเมื่อต้องออกทะเล มีความเชื่อในการทำประมงเนื่องจากหลักศาสนาอิสลามเป็นสำคัญ การใช้ภาษาสามารถสื่อสารได้ดี

2. วิธีการในการทำประมงจะใช้เรือท้ายตัด และเรือปั่นไฟ โดยเรือท้ายตัดใช้เครื่องมือจับสัตว์น้ำ คือ อวนชนิดต่างๆ และเรือปั่นไฟใช้ทำประมงปลากระตัก โดยใช้อวนมุ้ง หรืออวนครอบ และเลือกทำการประมงตามฤดูกาลธรรมชาติ ชาวประมงจะใช้ประสบการณ์ที่ได้รับ การถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และใช้เครื่องมือสมัยใหม่ในการจับสัตว์น้ำให้ได้ปริมาณมาก

3. ปัญหาและอุปสรรคในอาชีพของชาวประมง คือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ซึ่งทำให้ทรัพยากรสัตว์น้ำลดน้อยลง และปัญหาต้นทุนในการประกอบอาชีพที่เพิ่มมากขึ้น

4. ชาวประมงมีแนวโน้มในการประกอบอาชีพประมงสืบทอดต่อไป และต้องการให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในเรื่องทุนการประกอบอาชีพ การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบอาชีพ

ศุภวารณ โพธิ์นาค (2545) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของชุมชนเกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมาในอดีตและในรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของเกาะล้าน ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านทางบวกและด้านลบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ด้านบวกคือ การท่องเที่ยวทำให้มีความหลากหลายของทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น และก่อให้เกิดรายได้แก่ครัวเรือนและชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกนอกเหนือจากการทำประมงรายย่อย ดังนั้น หากชุมชนสามารถรักษาสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ หาดทรายและแนวปะการังใต้น้ำ ให้รอดพ้นจากผลกระทบที่มาจากขยะและน้ำเสียจากชุมชน ยังทำให้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้ และสามารถรักษาการบริการที่ดีไว้ได้ ก็จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอยู่ต่อไป ในส่วนด้านลบ คือ จำนวนแรงงานต่างถิ่นที่เข้ามาในชุมชน อาจก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้ง การแก้ไขคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการสอดส่องดูแลพฤติกรรม และการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของดูแลชุมชน ส่วนปัญหาใหญ่อีกปัญหาหนึ่งคือ เรื่องขยะ และน้ำเสีย ที่มาจากนักท่องเที่ยว เนื่องจาก ยังไม่มีการจัดการและวางแผนจากทางภาครัฐ และภาคส่วนประชาชนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น การตลาดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของตำบลเกาะขอม ให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสม เพื่อสร้างความ

แข็งแกร่งให้กับแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถแบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ ดังนี้

1. นำเที่ยวชมสวนเกษตร เกษตรกรอาจเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชมผลไม้ต่าง ๆ ภายในสวน เกิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชมความสวยงามของดอกไม้และชื้อดอกไม้ พันธุ์ไม้ดอก เพื่อนำไปปลูกเอง เกษตรกรอาจจัดนำเที่ยวเดินป่า ชมสมุนไพร ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ สมุนไพรชนิดต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพเสริมเข้าไปด้วย เช่น การนวดตัว และอบด้วยสมุนไพร
2. การนำเที่ยวเทศกาลงานวันเกษตร เป็นงานเทศกาลจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ในราคาถูก และยังมีทำให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตร ในส่วนของนิทรรศการทางวิชาการที่จัดแสดงภายในงานด้วย เช่น งานเทศกาลผลไม้ จังหวัดจันทบุรี งานเทศกาลลำไย จังหวัดลำพูน
3. การนำเที่ยวชมฟาร์มปศุสัตว์ต่างๆ เช่น ฟาร์มโคนมโชคชัย ที่นักท่องเที่ยวจะได้ชมการรีดเชื้อโคฟอพันธุ์ การรีดนมวัว และการให้นักท่องเที่ยวทดลองรีดนมวัวด้วยมือเปล่า ฟาร์มกวางที่อปแลนด์ฟาร์มแอนด์กันทรีโฮม ที่นักท่องเที่ยวสามารถชมการเพาะพันธุ์กวางที่มีกระบวนการผลิตอย่างครบวงจร
4. การนำชมการทำนาแบบดั้งเดิม เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิถีชีวิต ประเพณีท้องถิ่นของชาวนา การเพาะปลูกข้าวด้วยวิธีดั้งเดิม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองหว่านข้าวหรือเกี่ยวข้าว
5. การนำชมหมู่บ้านชาวประมง เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง และได้ร่วมตกปลาด้วยวิธีแบบดั้งเดิม ตกปลาหมึก ตกกุ้ง
6. การพักผ่อนในหมู่บ้าน โดยที่เกษตรกรจัดที่พักของตนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยดูแลอำนวยความสะดวกในขณะที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัสชีวิตของเกษตรกรอย่างแท้จริง
7. การอบรมให้ความรู้ด้านการเกษตรแก่ผู้สนใจ เช่น การเรียนรู้ในการหาเส้นทางในการทำธุรกิจการเกษตรการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตร (http://www.rdi.ku.ac.th/kasctfair49/Social/s_06/s_06.htm)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และรักษาระบบนิเวศท้องถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจ รวมถึงความสามารถและสร้างกำลังใจให้กลุ่มชนชนบทได้พึ่งตนเองอีกด้วย

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรืออาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มาจากคำภาษาอังกฤษว่า "Eco-tourism" ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ "Nature Tourism" หรือ "Bio-tourism" หรือ "Green Tourism" แทน "Eco-Tourism" ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [online].<http://www.bunditcenter.com/promote/ccitizen/view.php?SystemmoduleKey>)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ สังคมหรือชุมชนตามธรรมชาติ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดจากความตระหนักในคุณค่า ความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ และความต้องการการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่สวยงามเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วทุกภาคในประเทศ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากทุกมุมโลกให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้มาก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แห่งชาติปี 2548 - 2549(http://www.mots.go.th/tour_description.htm) แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 5 แผนงานหลัก คือ

1. แผนงานพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แผนงานการจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. แผนงานการตลาดและประชาสัมพันธ์
4. แผนงานการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. แผนงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความแจ่มมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน ผ่านสิ่งเหล่านี้ซึ่ง ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ “โฮมสเตย์” ผู้ท่องเที่ยวจะได้เข้าไปพักอาศัยกับชาวบ้านในชุมชน และดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน (http://www.mots.go.th/tour_description.htm)

069734

แหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ

ท่องเที่ยวเกษตรเกาะยอ

เป็นการท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ เกิดจากความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรและชุมชนรวมตัวตั้งเป็นชมรมท่องเที่ยวเกษตรเกาะยอ เพื่อบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชนอย่างแท้จริง โดยการสนับสนุนของสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 1

วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน

วิถีชีวิตของชาวเกาะยอผูกพันกับการทำประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพมานาน อุปกรณ์ที่ใช้ในการจับสัตว์น้ำ เป็นเครื่องมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นสืบทอดมาจากรบรรพบุรุษ ได้แก่ ไช้หนึ่ง ไช้บอน โพงพาง นักท่องเที่ยวนั่งเรือหางยาว มีความเพลิดเพลินกับธรรมชาติที่สวยงามชมเข็รอบ ๆ เกาะยอ และชมการใช้เครื่องมือพื้นบ้าน ดักจับสัตว์น้ำ โดยวิทยากรที่ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านคอยแนะนำให้ความรู้ตลอดโปรแกรม (จากภาพที่ 15 - 16)

สวนสมรม

ชมการทำเกษตรแบบชาวใต้ดั้งเดิม นั่นคือ การทำการเกษตรแบบธรรมชาติ มีการปลูกไม้ผลนานาชนิด เช่น ทุเรียน ลองกอง ส้มโอ สะตอ ฯลฯ ไม้ดอกไม้ประดับนานเนื้อที่ 24 ไร่ ของคุณลุงไพจิตร ซึ่งเน้นเกษตรธรรมชาติไม่ใช้สารเคมี นอกจากนี้ผู้ที่ไปท่องเที่ยวยังได้ชมการสาธิตการทำปุ๋ยสกัดชีวภาพ ผลิตผลไม้หลากหลายชนิดตามฤดูกาล และการต้อนรับที่อบอุ่นจากลุงไพจิตร และคุณป้าถวิลวรรณ ปริสวงศ์ เจ้าของสวน (จากภาพที่ 9 - 10)

ผ้าทอมือเกาะยอ

เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา ที่สืบทอดและอนุรักษ์กันมาจนถึงปัจจุบัน ชมวิธีการทอผ้าด้วยมือ และเลือกซื้อผ้าทอลายสวย ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอเกาะยอกว่า 40 ลาย

วัดท้ายยอ

วัดท้ายยอ เป็นวัดเก่าแก่ของตำบลเกาะยอ มีสถาปัตยกรรมล้ำค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกุฏิแบบเรือนไทย อายุกว่า 200 ปี นอกจากนี้ยังมีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ควรแก่การศึกษา เช่น บ่อน้ำโบราณ สระน้ำโบราณ หอระฆัง ด้านหลังวัดเป็นเขาวีฬง ซึ่งประดิษฐานเจดีย์ทรงลังกาที่งดงาม สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยรัชกาลที่ 4 (จากภาพที่ 11- 14)

สมเด็จพระเจ้าเกาะยอ

ประดิษฐานอยู่บนยอดเขาภูฎี ซึ่งสูงที่สุดในเกาะยอ เป็นที่เคารพนับถือและศรัทธาทางจิตใจของคนเกาะยอและคนต่างถิ่น มีตำนานเล่ากันว่าสมเด็จพระเจ้าเกาะยอ เป็นพระสงฆ์ที่เดินทางมาจากอยุธยาพร้อมสมเด็จพระโตะ ที่มาเผยแพร่พุทธศาสนา

ศาลเจ้าไต้ก๋ง

ศาลเจ้าไต้ก๋ง สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่งขณะนั้นชนชาติจีนเข้ามาค้าขายกับคนไทยเป็นจำนวนมาก ส่วนหนึ่งได้ตั้งรกรากสืบเชื้อสายในเกาะยอ และได้สร้างศาลเจ้าไต้ก๋งขึ้นเพื่อสักการบูชา สร้างขวัญและกำลังใจแก่ชาวเกาะยอในสมัยนั้นตราถึงปัจจุบัน (จากภาพที่ 19 - 20)

สะพานติณสูลานนท์

เป็นสะพานคอนกรีตที่ยาวที่สุดในประเทศไทย อยู่ในอำเภอเมืองสงขลา และอำเภอสิงหนคร โดยเชื่อมเกาะยอ 2 ด้าน ระหว่างฝั่งบ้านน้ำกระเจียว อำเภอเมืองสงขลา และบ้านเขาเขียว อำเภอสิงหนคร ความยาวของสะพาน 2 ช่วง 940 เมตร และ 1,700 เมตร ตามลำดับ ก่อสร้างระหว่างปี พ.ศ. 2527 - พ.ศ. 2529 สมัย ฯพณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี

ชาวบ้านในจังหวัดสงขลานิยมเรียกว่า สะพานติณ สะพานเปรม หรือสะพานฟ้าเปรม นับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา (<http://www.th.wikipedia.org/wiki>) สะพานติณสูลานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงที่เชื่อมระหว่างทางหลวงหมายเลข 407 สายหาดใหญ่ - สงขลา กับทางหลวง 408 สายสงขลา - ระโนด โดยสะพานแห่งนี้เป็นสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา แบ่งออกเป็นสองช่วงคือ ช่วงแรกเชื่อมระหว่างชายฝั่งอำเภอเมืองสงขลา บริเวณบ้านน้ำกระเจียวกับเกาะยอตอนใต้ ความยาวรวมเชิงสะพานทั้งสองด้าน 1,140 เมตร ช่วงที่ 2 เชื่อมระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะยอ กับฝั่งบ้านเขาเขียวความยาวทั้งสิ้น 1,800 เมตร สะพานนี้เริ่ม

ก่อสร้างเมื่อปี 2527 และเสร็จสิ้นในปี 2529 และต่อมาได้มีการก่อสร้างสะพานติณสูลานนท์ 2 เป็นสะพานที่สร้างโดยวิธีคอนกรีตหล่อสำเร็จรูป ซึ่งสร้างเชื่อม ระหว่างเกาะยอ - อำเภอสิงหนคร - อำเภอเมือง ลักษณะโครงการเป็นสะพานคอนกรีต ยาวทั้งสิ้น 2,640 เมตร โดยแบ่งสะพานออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 สร้างข้ามทะเลสาบสงขลา ระหว่างเกาะยอและอำเภอสิงหนคร ความยาว 1,700 เมตร ส่วนที่ 2 สร้างเชื่อมระหว่างอำเภอเมืองกับเกาะยอ ความยาว 940 เมตร และกลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาแวะชมความคู่ไปกับการมาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารที่เกาะยอ (<http://www.travel.sanook.com/south/songkhla>) (จากภาพที่ 23 - 24)

เขาเพหาร

ตั้งอยู่หลังวัดท้ายยอ เป็นเจดีย์ทรงกลมเดี่ยว ลักษณะคล้ายทรงลังกา มีทางขึ้นจากข้างล่างไปยังบริเวณเจดีย์ โดยทำเป็นขั้นบันไดดินทูป มีทางขึ้นเจดีย์ 3 ด้านคือ ด้านข้าง 2 ด้านและด้านหลัง 1 ด้าน ส่วนด้านหน้าซึ่งหันไปทางทิศตะวันออกสร้างซุ้มพระไว้ บริเวณฐานเจดีย์มียักษ์ 2 ตน ยืนเฝ้าอยู่หน้าซุ้มพระข้างละ 1 ตน และมีซุ้มมณฑปอยู่ 2 ซุ้มของยักษ์ ปัจจุบันเหลือยักษ์เฝ้าซุ้มด้านขวาเพียงตนเดียว เขาเพหารเป็นสถานที่ที่ชาวเกาะยอใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และมีพิธีขึ้นเขาเพหารในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี (<http://www.thaitambon.com/tambon/ttrvlist>)

สถาบันทักษิณคดีศึกษา

ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย ตำบลเกาะยอ บริเวณใกล้เชิงสะพานติณสูลานนท์ช่วงที่ 2 สถาบันตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2521 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ มีพื้นที่ทั้งหมด 23 ไร่ ลักษณะของอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบภาคใต้ แบ่งออกเป็น 4 อาคาร โดยแต่ละอาคารจะแบ่งออกเป็นห้องๆ ใช้สำหรับแสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และชาติพันธุ์ โบราณวัตถุที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นเครื่องประดับศาสตราวุธที่ใช้กันในภาคใต้ เช่น กริช มีดขยตรง มีดหางไก่ แสดงผ้าทอพื้นเมือง เช่น ผ้าทอพุมเรียง ผ้าทอปัตตานี ห้องแสดงกระดาษชุบมะพร้าวรูปทรงต่างๆ ที่มีรูปแบบหาชมได้ยาก ห้องแสดงการละเล่นพื้นเมือง เช่น หนังตะลุง โนรา ลิเกป่า ห้องแสดงวิถีชีวิตชาวใต้ เช่น การแสดงการละเล่นและของเล่นเด็ก ได้แก่ การเล่นซัดราว การเล่นว่าว ลูกข่าง ห้องแสดงประเพณีการบวช ห้องแสดงการรักษาพยาบาลแบบโบราณ

สถาบันมีห้องพักรับบริการนักท่องเที่ยว ห้องสัมมนา และร้านขายสินค้าพื้นเมือง เช่น หัตถกรรมกระจูด หัตถกรรมปาหนัน หัตถกรรมย่านลิเภา ผ้าทอเกาะยอ ผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอย ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เครื่องเงิน เป็นต้น

สถาบันได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประเภทแหล่งท่องเที่ยวดีเด่นทางวัฒนธรรมและโบราณสถาน ปี 2543 จุดชมวิวของสถาบันสามารถมองเห็นทัศนียภาพที่สวยงามของทะเลสาบสงขลาโดยเปิดให้ผู้สนใจเข้าชมทุกวัน ระหว่างเวลา 8.30-17.00

น. อัตราค่าเข้าชมผู้ใหญ่คนละ 20 บาท เด็กคนละ 10 บาท และชาวต่างประเทศคนละ 50 บาท
(<http://www.doh.go.th/dohweb/hwyorg31100/tour6.htm>) (จากภาพที่ 25 30)

3. การตลาด

American Marketing Association สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ให้คำนิยามว่า การตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจ ซึ่งจะมีผลทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้

Kotler(2003) ให้คำนิยามว่า การตลาดเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำขึ้น เพื่อสนองต่อความต้องการและความจำเป็น โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน

การตลาด หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสังคม และการจัดการ โดยบุคคลหรือกลุ่มคน ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีความจำเป็น (needs) และความต้องการ (wants) ของตนเอง ทั้งความจำเป็นและความต้องการนี้ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือคุณค่า (Value) และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ หรือแลกเปลี่ยนคุณค่า (<http://www.gcocities.com/thmarket282>)

สุชาติวง เรื่องธุรกิจ(2543) ได้ให้นิยามของการตลาดไว้ว่า การตลาด หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ ให้ได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

- จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิตสินค้าและการให้บริการ จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค

- จะต้องเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็น (needs) และความต้องการ (wants) ของมนุษย์หรือผู้บริโภค ในที่นี้ ความจำเป็น หมายถึง ความต้องการในปัจจุบันแห่งการดำรงชีวิตที่มนุษย์ขาดไม่ได้ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ในขณะที่ความต้องการ หมายถึง ระดับของความ ต้องการที่อยู่เหนือความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น ความต้องการรับประทานหุบลาม ซึ่งถือเป็นอาหารที่อยู่เหนือความจำเป็นด้านอาหารของมนุษย์ เป็นต้น จะต้องมีการแลกเปลี่ยน ซึ่งการแลกเปลี่ยนในปัจจุบันได้ใช้มาตรฐานเงินตรา (Money System) เป็นเครื่องมือในการประเมินมูลค่าของสินค้าหรือบริการ

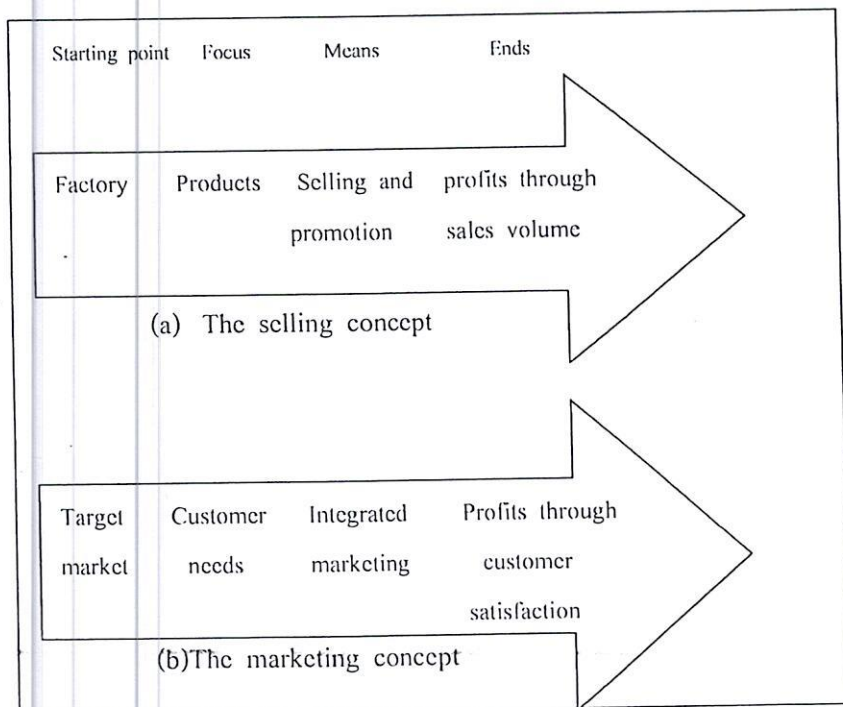
แนวคิดการตลาด

Philip Kotler (2003) แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อกลางปี 1950 และท้าทายความคิดต่างๆ ที่ผ่านมา แทนที่จะให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์ หรือปรัชญาที่ว่าด้วยการผลิตแล้วขาย กลับถูกเปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับลูกค้า เน้นปรัชญาที่ว่าด้วยการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ไม่ใช่เป็นการตามล่าหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ แต่จะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับลูกค้า

Lester Wunderman กล่าวว่า ในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ผู้ผลิตมักพูดคำว่า “นี่คือสิ่งที่ฉันประดิษฐ์มันขึ้นมา ท่านไม่กรุณาซื้อหรือ” แต่ในยุคข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าน่าจะถามว่า “นี่คือสิ่งที่ฉันต้องการ ท่านไม่ช่วยทำให้หรือ”

แนวคิดการตลาดยึดถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายมีดังนี้คือ องค์กรจะต้องมีประสิทธิผลมากกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้า มีการส่งมอบสินค้าและสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้รับทราบถึงคุณค่าที่เขาได้รับในแต่ละตลาดเป้าหมาย มีการแสดงคำพูดที่สะท้อนแนวคิดการตลาดมากมายได้แก่

1. การตอบสนองความต้องการอย่างมีกำไร
2. เมื่อเจอความต้องการก็รีบตอบสนอง
3. จงรักลูกค้าน่าใช่ผลิตภัณฑ์
4. ท่านจะได้ในสิ่งที่ท่านต้องการ
5. ท่านคือเจ้านายเรา
6. ให้ความสำคัญกับคนเป็นอันดับหนึ่ง
7. ลูกค้าคือหุ้นส่วนเพื่อกำไร



ภาพที่ 2 เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดการขายกับแนวคิดการตลาด

(Contrast Between the Sales Concept and the Marketing Concept)

ที่มา: Kotler Philip. Marketing Management. Eleventh Edition. Pearson Education, Inc.

New Jersey. 2003

Theodore Levitt แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดได้แสดงภาพเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดการขายกับแนวคิดการตลาดดังนี้

แนวคิดการขาย มุ่งเน้นที่ความต้องการของผู้ขาย และผู้ขายนำความต้องการนั้นไปผลักดันสินค้าให้ได้เป็นเงินสดขึ้นมา ส่วนแนวคิดการตลาดมุ่งเน้นความต้องการของผู้ซื้อ และสนองความต้องการนั้นด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และส่งมอบให้ผู้ซื้อบริโภค

แนวคิดการตลาด ยึดอยู่กับปัจจัยหลัก 4 ประการคือ ตลาดเป้าหมาย (Target market) ความต้องการของลูกค้า (Customer need) การผสมผสานทางการตลาด (Integrated marketing) และกำไรที่ได้จากความพึงพอใจของลูกค้า (Profitability) แนวคิดการตลาดจะตรงกันข้ามกับแนวคิดการขาย แนวคิดการขายจะมุ่งจากภายในกิจการสู่ภายนอก เริ่มต้นจากโรงงานผลิตสินค้า ทำการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างหนัก เพื่อให้ได้กำไรจากการขาย แต่แนวคิดการตลาดมุ่งจากภายนอกสู่ภายใน เริ่มต้นโดยการกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาความต้องการของลูกค้า ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า และทำกำไรจากการสนองความพึงพอใจให้ลูกค้า

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (<http://www.clearning.bu.ac.th/mua/>) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด ซึ่งจะทำการดำเนินงานของกิจการประสบผลสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับการปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนผสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ (Product)
- ราคา (Price)
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4. กลยุทธ์การตลาด

พิบูล ทิปะปาล (2546:202-203) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดเป็นแกนหลักสำคัญ และเป็นศูนย์กลางการปฏิบัติ ซึ่งกลยุทธ์ด้านอื่นๆ ทั้งหมดจะต้องให้การสนับสนุนที่สอดคล้องกัน จึงจะทำให้เกิดความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน เครื่องมือสำคัญของกลยุทธ์การตลาด คือ การพัฒนา 4 P's หรือส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเหนือคู่แข่ง

ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการตลาดจึงเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้า บริษัทหรือหน่วยธุรกิจสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดได้หลายอย่าง เช่น “กลยุทธ์การพัฒนาตลาด” (Market development strategy) ทำให้สามารถเพิ่ม

ยอดขายและขยายส่วนครองตลาดในตลาดเดิม (existing market) ได้มากขึ้น ด้วยการลดราคาเพื่อเจาะตลาด ในขณะที่ตลาดอยู่ในขั้นอิ่มตัว หรืออาจนำผลิตภัณฑ์เดิมเข้าไปขายในตลาดใหม่ เป็นต้น บริษัทักษ์ใหญ่ที่ขายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค อย่างเช่น บริษัท Procter&Gamble บริษัท Colgate Palmolive และ Unilever บริษัทเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญทางด้าน การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด จึงสามารถเพิ่มยอดขายและขยายส่วนครองตลาดจนกลายเป็นผู้นำได้ แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะตกอยู่ในภาวะอิ่มตัวในตลาด จนดูเสมือนหนึ่งว่าบริษัทสามารถที่จะควบคุมและขยายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้โดยตลอดเกือบจะไม่สิ้นสุด ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจอยู่เสมอ นอกจากนี้บริษัทเหล่านี้ยังใช้กลยุทธ์การพัฒนาตลาดขั้นที่สอง ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จในตลาดส่วนหนึ่งของโลกไปวางจำหน่ายในตลาดอื่น ๆ ก็ได้รับผลสำเร็จมากเช่นเดียวกัน

การใช้ “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์” (product development strategy) ก็ช่วยให้บริษัทหรือหน่วยธุรกิจ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อวางจำหน่ายในตลาดเดิมในปัจจุบันเพื่อให้มียอดขายเพิ่มขึ้น หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่และนำไปขายในตลาดใหม่ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธี เช่น การเน้นรูปแบบ สไตส์ผลิตภัณฑ์ใหม่ รุ่นใหม่ ปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น เพิ่มนวัตกรรมบางอย่างเข้าด้วย เป็นต้น ก็เป็นวิธีที่ทำให้บริษัทประสบผลสำเร็จทั้งสิ้น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Church & Dwight ประสบผลสำเร็จอย่างใหญ่หลวง ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้าในปัจจุบัน เป็นต้น การใช้ชื่อตราผลิตภัณฑ์ (brand name) ที่ประสบผลสำเร็จ ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้ชื่อตราเดียวกัน ซึ่งเรียกว่า “กลยุทธ์การขยายตราผลิตภัณฑ์” (brand extension strategy) เช่น ชื่อตรา Polo ในสหรัฐอเมริกา เป็นตราที่มีชื่อเสียงมาก จึงนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิดภายใต้ตรานี้ เช่น เสื้อ น้ำหอม กระเป๋า และเข็มขัด เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการตลาดอื่นๆ อีกมากมาย ที่บริษัทหรือหน่วยธุรกิจสามารถนำมาใช้ เช่น กลยุทธ์ทางการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion) ซึ่งมี 2 กลยุทธ์สำคัญที่หน่วยธุรกิจสามารถนำมาใช้ได้ระหว่าง “กลยุทธ์ผลัก” (push strategy) กับ “กลยุทธ์ดึง” (pull strategy) บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคและอาหารขนาดใหญ่ ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนาดา ส่วนมากแล้วนิยมใช้กลยุทธ์ผลัก โดยใช้เงินแต่ละปริมาณมากเพื่อทุ่มเททางด้าน การส่งเสริมการขาย มุ่งเน้นที่คนกลาง ผู้จัดจำหน่าย (Trade promotion) เพื่อจูงใจให้ร้านค้าปลีก (retail outlets) นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งกระทำได้ด้วยการให้ส่วนลด การให้ข้อเสนอพิเศษ การให้เงินช่วยโฆษณา (advertising allowance) เพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์ของบริษัทเข้าสู่ระบบการจัดจำหน่ายมากขึ้น ส่วนกลยุทธ์ดึงนั้นเป็นการใช้การโฆษณาเพื่อดึงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ระบบการจัดจำหน่าย กล่าวคือ บริษัทจะทุ่มเงินโฆษณามุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภค (consumer advertising) เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักตราผลิตภัณฑ์ (brand awareness)

เป็นการสร้างดีมานด์ให้เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตรง เพื่อให้ผู้บริโภคตามหาซื้อผลิตภัณฑ์จากคนกลาง และกระตุ้นให้คนกลางนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง จากผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าชั้นนำใช้การโฆษณาอย่างเข้มข้นไปยังผู้บริโภค จะได้รับผลประโยชน์มากกว่าที่จะมุ่งเน้นที่คนกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 233 ตัวอย่าง
2. ผู้ประกอบการจำนวน 22 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีความหลากหลายในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย เจ้าของร้านอาหารทะเลที่ตั้งอยู่บริเวณรอบเกาะยอชั้นใน ได้แก่ ร้านศักดิ์โภชนา ร้านชมจันทร์ ร้านโพธิ์ทะเล ร้านโกหมียั้ง ร้านโก่ง และร้านอาหารทะเลที่ตั้งอยู่ติดถนนทางหลวงสายเกาะยอ-นครศรีธรรมราช ได้แก่ ร้านเรณูเกาะยอ ร้านศิริดา นอกจากนี้ยังมีประธานกลุ่มสินค้าแปรรูปจากอาหารทะเล ประธานกลุ่มผลิตกะปิกุ้งจากธรรมชาติ ร้านขายขนมจีนและข้าวย่ำไผหนู เจ้าของร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 5 ราย ประธานกลุ่มหัตถกรรม (แกะรูปหนังตะลุงฤาษี) สมาชิกกลุ่มผ้าทอราชวดีดีแสงส่องหล้า เจ้าหน้าที่สถานศึกษา ทัศนศึกษาศึกษา ประธานกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ ผู้จัดการบริการนั่งเรือล่องแพชมเกาะและชมวิถีชีวิตประมง (ทิพย์วีดิการท่องเที่ยว) เจ้าของบริการ โฮมสเตย์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสา

แหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบในการทำวิจัย จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ประกอบการในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากตำราเอกสารวิชาการ รายงานวิจัย และข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ศึกษาค้นคว้าตำราเอกสารวิชาการ รายงานวิจัย และข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต
2. ใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยทีมวิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ และคำถามวิจัย

เพื่อต้องการทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกในตำบลเกาะข่อย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยให้แบบสอบถามถึงโครงสร้างสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลเกาะข่อย โดยทีมวิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และกำหนดคำถามการวิจัย เพื่อต้องการทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด การบริหารจัดการ และการแข่งขันของสถานประกอบการแต่ละแห่ง

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 9 ขั้นตอน

1. การเตรียมความพร้อมของทีมวิจัย โดยการสนทนาเตรียมการวางแผนการดำเนินงาน และจัดทำโครงการ
2. ศึกษา ค้นคว้าข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. สร้างเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม และแบบสอบถามถึงโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้
4. ทดสอบแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์คุณภาพ โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ทางด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 40 ฉบับ โดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนที่แสดงถึงระดับของความคิดเห็น มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด เห็นด้วยระดับมาก เห็นด้วยระดับปานกลาง เห็นด้วยระดับน้อย และเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด จากนั้นก็นำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	แสดงว่า	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	แสดงว่า	เห็นด้วยระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	แสดงว่า	เห็นด้วยระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	แสดงว่า	เห็นด้วยระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	แสดงว่า	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

5. ปรับปรุงแบบสอบถาม
6. ลงภาคสนามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
7. วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
8. สรุปผลการวิจัย
9. จัดทำรายงานการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ถาถามักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเกาะขย อำเภอมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 233 ตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะขย
 - ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งหมด 12 รายการ ได้แก่ สะพานติณสูลานนท์ ฝ้าทอเกาะขย สถาบันทักษิณคดีศึกษา วัดท้ายขย ศาลเจ้าไต้ก๋ง สมเด็จพระเจ้าเกาะขย บ่อน้ำโบราณ เขาวิหาร สวนสมรม/ผลไม้ นั่งเรือชมเกาะและชมวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน ของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง และร้านอาหาร
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 22 ตัวอย่าง ในพื้นที่ตำบลเกาะขย อำเภอมือง จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS กับแบบสอบถามที่ใ้ถาถามักท่องเที่ยว ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนท่ 1 ข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าคะแนนความถี่และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนท่ 2 เป็นการประเมินความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ ใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย และผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสอบถามนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวในตำบลเกาะข่อย โดยใช้แบบสอบถาม และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการอยู่ในตำบลเกาะข่อย ซึ่งเป็นการศึกษา 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านนักท่องเที่ยว
2. ด้านผู้ประกอบการ
3. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1. ด้านนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	103	44.2
หญิง	125	53.6
ไม่ระบุข้อมูล	5	2.1
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นเพศชาย จำนวน 103 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิง 125 ตัวอย่าง ไม่ระบุข้อมูล 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.2, 53.6 และ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	12	5.2
18 - 29 ปี	83	35.6
30 - 40 ปี	57	24.5
41 - 50 ปี	60	25.8
51 - 60 ปี	11	4.7
มากกว่า 60 ปี	6	2.6
ไม่ระบุข้อมูล	4	1.7
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง มีอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.2 อายุ 18 - 29 ปี จำนวน 83 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.6 อายุ 30 - 40 ปี จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 60 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.8 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.7 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.6 ไม่ระบุข้อมูล จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.7 และอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ที่ 27 ปี

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	81	34.8
ปริญญาตรี	117	50.2
ปริญญาโท	15	6.4
สูงกว่าปริญญาโท	17	7.3
ไม่ระบุข้อมูล	3	1.3
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง มีการศึกษาค้นคว้าปริญญาตรี จำนวน 81 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 117 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.4 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.3 ไม่ระบุข้อมูล จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	55	23.6
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	56	24.0
พนักงาน / ลูกจ้าง	57	24.5
ธุรกิจส่วนตัว	57	24.5
อื่น ๆ ระบุ	8	3.4
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 55 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.6 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.0 พนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.5 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.5 อื่น ๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
สงขลา	158	77.46
พัทลุง	9	4.41
สตูล	9	4.41
นครศรีธรรมราช	5	2.45
ภูเก็ต	4	1.96
ยะลา	4	1.96
สุราษฎร์ธานี	3	1.47
กระบี่	3	1.47
ตรัง	3	1.47
ปัตตานี	3	1.47
พังงา	1	0.49
ระนอง	1	0.49
นราธิวาส	1	0.49
รวม	204	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง จำนวนตัวอย่างที่อยู่ในภาคใต้ทั้งสิ้น 204 ตัวอย่าง แบ่งเป็นจังหวัดได้ดังนี้ จังหวัดสงขลา 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.46 จังหวัดพัทลุง และสตูล จังหวัดละ 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.41 จังหวัดนครศรีธรรมราช 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.45 จังหวัดภูเก็ต , ยะลาจังหวัดละ 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.96 จังหวัดสุราษฎร์ธานี, กระบี่, ตรัง , ปัตตานี จังหวัดละ 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.47 จังหวัดพังงา, ระนอง และ นราธิวาส จังหวัดละ 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.49

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น

ภาค	จำนวน	ร้อยละ
กลาง	11	37.93
ตะวันออกเฉียงเหนือ	5	17.24
เหนือ	5	17.24
ไม่ระบุ	8	27.59
รวม	29	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง จำนวนตัวอย่างที่อยู่ในภาคอื่น ๆ 29 ตัวอย่าง แบ่งตามภาคได้ดังนี้ ภาคกลาง 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.93 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือภาคละ 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.24 ไม่ระบุ 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.59

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	102	43.80
10,000 – 20,000	57	24.50
20,001 – 30,000	35	15.00
30,001 – 40,000	29	12.40
มากกว่า 40,000	6	2.60
ไม่ระบุ	4	1.70
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 102 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.8 รายได้ 10,000 – 20,000 จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.5 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.4 รายได้ มากกว่า 40,000 จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.6 ไม่ระบุ จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของการรู้จัก แหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์

แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สะพานติณสูลานนท์	137	19.43
ผ้าทอเกาะขอม	150	21.28
สถาบันทักษิณคดีศึกษา	160	22.70
ร้านอาหาร	133	18.84
บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์	29	4.10
ผลไม้	96	13.62

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก สะพานติณสูลานนท์ จำนวน 137 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.43 ผ้าทอเกาะขอม จำนวน 150 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 21.28 สถาบันทักษิณคดีศึกษา จำนวน 160 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.70 ร้านอาหาร จำนวน 133 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.84 บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.10 ผลไม้ จำนวน 96 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.62

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของการรับข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	62	14.08
โทรทัศน์	71	16.15
หนังสือพิมพ์/เอกสาร	51	11.59
เพื่อน / คนรู้จัก	170	38.64
อินเทอร์เน็ต	53	12.02
บริษัทนำเที่ยว	24	5.45
อื่น ๆ	9	2.07

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง ได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางวิทยุ จำนวน 62 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.08 โทรทัศน์ จำนวน 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.15 หนังสือพิมพ์ / เอกสาร จำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.59 เพื่อน / คนที่รู้จัก จำนวน 170 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.64 อินเทอร์เน็ต จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.02 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.45 อื่น ๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.07

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะยอ

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	83	35.60
4-5 ครั้ง	31	13.30
มากกว่า 5 ครั้ง	116	49.80
ไม่ระบุ	3	1.30
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะยอ 1-3 ครั้ง จำนวน 83 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.6 4-5 ครั้ง จำนวน 31 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.3 มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 116 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.8 ไม่ระบุ จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

เวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	130	55.80
2-5 วัน	65	27.90
6-10 วัน	16	6.90
มากกว่า 10 วัน	4	1.70
ไม่ระบุ	18	7.70
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 130 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.8 เวลาในการท่องเที่ยว 2 – 5 วัน จำนวน 65 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.9 เวลาในการท่องเที่ยว 6 – 10 วัน จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.9 เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ไม่ระบุ จำนวน 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะยอ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว / พักผ่อน เพียง 1 วัน	98	42.06
ติดต่อธุรกิจ / เดินทางมาราชการ	18	7.73
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	40	17.17
เยี่ยมชม โบราณสถาน / โบราณวัตถุ	33	14.16
รับประทานอาหาร / ผลไม้	36	15.45
อื่น ๆ	8	3.43
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาตำบลเกาะยอเพื่อการท่องเที่ยว / พักผ่อน จำนวน 98 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.06 ติดต่อธุรกิจ / เดินทางมาราชการ จำนวน 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.73 เยี่ยมญาติ / เพื่อน จำนวน 40 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.17 เยี่ยมชม โบราณสถาน / โบราณวัตถุ จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.16 รับประทานอาหาร / ผลไม้ จำนวน 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.45 อื่น ๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นอัตราร้อยละ 3.43

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของ พาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	184	79.00
รถโดยสาร / รถรับจ้าง	32	13.70
อื่น ๆ	7	3.00
ไม่ระบุ	10	4.30
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวใช้พาหนะในการเดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 184 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.0 รถโดยสาร / รถรับจ้าง จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.7 อื่น ๆ จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.0 ไม่ระบุ จำนวน 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทาง

เดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน /ญาติ	93	39.9
ครอบครัว	76	32.6
บริษัทนำเที่ยว	5	2.1
ชมรม / สมาคม	17	7.3
สถานศึกษา	5	2.1
อื่น ๆ	9	3.9
ไม่ระบุ	28	12.0
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อน/ญาติจำนวน 93 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 39.9 มากับครอบครัว จำนวน 76 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 32.6 มากับบริษัทนำเที่ยวจำนวน 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.1 มากับชมรม/สมาคมจำนวน 17 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.3 มากับสถานศึกษาจำนวน 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.1 อื่นๆจำนวน 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 3.9 และไม่ระบุจำนวน 28 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยว

จำนวนคนที่เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	7	3.0
2-4 คน	130	55.8
5-7 คน	57	24.5
8-20 คน	35	15.0
ไม่ระบุ	4	1.7
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยว เดินทางมาคนเดียว จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.0 เดินทางมา 2-4 คน จำนวน 130 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.8 เดินทางมา 5-7 คนจำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.5 เดินทางมา 8-20 คน จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.0 ไม่ระบุ จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000	64	27.5
1,001 - 2,000	71	30.5
2,001 - 3,000	33	14.2
3,001 - 4,000	16	6.9
4,001 - 5,000	4	1.7
มากกว่า 5,000	38	16.3
ไม่ระบุ	7	0.3
รวม	233	100.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 64 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.5 ค่าใช้จ่าย 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.5 ค่าใช้จ่าย 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.25 ค่าใช้จ่าย 3,001 - 4,000 บาท จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.9 ค่าใช้จ่าย 4,001 - 5,000 บาท จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.3 ไม่ระบุ จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว

ประเภทของค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	104	44.64
การรับประทานอาหาร	73	31.33
ค่าเดินทาง	27	11.59
ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการ	5	2.14
ค่าที่พัก	5	2.14
ไม่ระบุ	19	8.16
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ จำนวน 104 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.64 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร จำนวน 73 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.33 ค่าใช้จ่ายสำหรับเป็นค่าเดินทาง จำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.59 ค่าใช้จ่ายเป็นค่าธรรมเนียม/ค่าบริการ จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.14 ค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พัก จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.14 ไม่ระบุ จำนวน 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.16

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	53	22.7
ซื้อสินค้า	146	62.7
เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าเกาะขอม	80	34.3
ล่องเรือชมทัศนียภาพเกาะขอม	45	19.3
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	75	32.2
ไหว้พระ / ทำบุญ	39	16.7
อื่น ๆ	7	3.0

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง ระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.7 ซื้อสินค้า จำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 62.7 เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าเกาะขอม จำนวน 80 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.3 ล่องเรือชมทัศนียภาพเกาะขอม จำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.3 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.2 ไหว้พระ / ทำบุญ จำนวน 39 ตัวอย่าง เป็นร้อยละ 16.7 อื่น ๆ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละในการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว

การเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค้างคืน	158	67.81
ค้างคืน	66	28.33
ไม่ระบุ	9	3.86
รวม	233	100

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวไม่พักค้างคืน จำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.81 พักค้างคืน จำนวน 66 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.33 ไม่ระบุ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.86

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของการไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอหาดใหญ่	106	27.41
หาดสมิหลา	173	44.70
วัดพะโค๊ะ อำเภอสติงพระ	70	18.07
เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา	31	8.01
อื่น ๆ	7	1.81
รวม	233	100.00

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 233 ตัวอย่าง สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกับตำบลเกาะยอ ที่นักท่องเที่ยวได้ไปท่องเที่ยวด้วย ประกอบด้วย อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็น ร้อยละ 27.41 หาดสมิหลา จำนวน 173 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.70 วัดพะโค๊ะ อำเภอสติงพระ จำนวน 70 คน ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.07 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา จำนวน 31 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.01 อื่น ๆ จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.81

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ

แหล่งท่องเที่ยว	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1. สะพานติณสูลานนท์	4.48	มากที่สุด
2. ร้านอาหาร	4.26	มากที่สุด
3. สถาบันทักษิณคดีศึกษา	4.22	มากที่สุด
4. ผ้ำทอเกาะยอ	4.08	มาก
5. สมเด็จพระเจ้าเกาะยอ	3.96	มาก
6. สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง	3.93	มาก
7. สวนสมรม/ผลไม้	3.82	มาก
8. นั่งเรือชมเกาะและวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน	3.79	มาก
9. วัดท้ายยอ	3.54	มาก
10. เขาวินหาร	3.54	มาก
11. บ่อน้ำโบราณ	3.44	มาก
12. ศาลเจ้าไต่กิ่ง	3.26	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ในตำบลเกาะยอ จำนวน 12 รายการ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สะพานติณสูลานนท์ ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ ร้านอาหารทะเล มีคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ 4.26 และสถาบันทักษิณคดีศึกษา มีคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ 4.22

2. ด้านผู้ประกอบการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในตำบลเกาะยอพบว่า จากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเป็นอย่างมาก เป็นผลให้การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในพื้นที่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และประเด็นสำคัญเร่งด่วนที่ผู้ประกอบการร้องขอ คือ ต้องการให้สถาบันการเงินช่วยเหลือด้านงบประมาณในการลงทุน เพื่อใช้เป็นเงินทุน และต้องการให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ประสานงานและร่วมมือกัน ในการที่จะช่วยสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่และระดับภาค เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ซึ่งจะมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมในอนาคต โดยการศึกษาจากส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4 P's เพื่อให้การบริหารจัดการมีความ

เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันทางการตลาด โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประสมการตลาด ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ(Product) ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร ซึ่งผู้ผลิตได้คำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบ มาตรฐานการผลิต การรักษาความสะอาด และใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวมีความปลอดภัย และเกิดความเชื่อมั่นในการบริโภค ส่วนสินค้าที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง และสินค้าหัตถกรรม ผู้ประกอบการต้องการที่จะสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ไว้ เพื่อให้เยาวชนรุ่นหลังได้ชื่นชมและศึกษาถึงประวัติความเป็นมาอันยาวนาน เกิดความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์ไว้ตลอดไป นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้บริการนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและชื่นชมความงามของธรรมชาติ ผลไม้ที่รสชาติอร่อยไม่เหมือนใคร นอกจากนี้ยังมีบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ด้วย 2)ราคา (Price) มีสินค้าบางประเภทและบางรายการ ทางร้านไม่ติดป้ายราคาสินค้าและการบริการไว้ ผู้ประกอบการกำหนดราคาขายตามราคาต้นทุนของสินค้าแต่ละชนิด 3) การจัดจำหน่าย(Place) มีจุดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สินค้าหัตถกรรม ไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการซื้อ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายที่แหล่งผลิต หรือผู้ผลิตจะเป็นผู้ขายเอง ทำให้การกระจายสินค้าไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ประกอบการอาจเสียโอกาสทางการตลาดได้ แต่จะมีสินค้าบางอย่างเท่านั้นที่ได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้าปลีก 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลปรากฏว่า ตำบลเกาะขอมมีการจัดการทางการตลาดโดยการใช้การสื่อสารทางการตลาดค่อนข้างน้อย นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สื่อสารกันเอง หากมีการจัดทำป้ายบอกถึงแหล่งท่องเที่ยวในตำบลเกาะขอมให้มากกว่าเดิม มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตำบลเกาะขอมผ่านทางสถานีวิทยุในท้องถิ่น และมีการแจกเอกสารแผ่นพับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ในตำบลเกาะขอม อย่างแพร่หลาย หากหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการในการส่งเสริมการตลาด จะส่งผลให้การท่องเที่ยวตำบลเกาะขอมมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างยั่งยืน

3. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ดำเนินการวิจัย ได้วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT) ของแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะขอม ผลปรากฏ ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. ตั้งอยู่บนเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อกับหลายจังหวัด ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยว และซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ของที่ระลึก

2. จังหวัดสงขลาเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
3. ภูมิประเทศที่สวยงามตั้งอยู่บนเกาะกลางทะเลสาบสงขลาตอนล่าง
4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่เก่าแก่ทรงคุณค่า และภูมิประเทศเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงเกษตร จึงมีโอกาสนในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ครบทุกด้าน
5. สะพานดินสุลต่านนท์ ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทย และเป็นที่ยู่อัจกอย่างแพร่หลาย
6. สถาบันทักษิณคดีศึกษา ที่สามารถย้อนรอยถึงประวัติความเป็นมาของวิถีชีวิตชาวภาคใต้
5. ผ้าทอเกาะยอ สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่และมีชื่อเสียง
7. วัตถุศิลปะจากธรรมชาติในทะเลสาบสงขลาที่มีความได้เปรียบด้านรสชาติดีกว่าบริเวณพื้นที่อื่น ๆ
8. สภาพพื้นที่เหมาะแก่การทำเกษตร ทำสวนผลไม้ และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
9. วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน มีการใช้เครื่องมือจับสัตว์น้ำจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ
10. ชุมชนในพื้นที่ที่มีความรักและภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด ซึ่งเป็นผลให้มีการรวมตัวกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เพื่อเป็นมรดกต่อไป

จุดอ่อน (weaknesses)

1. ผู้ประกอบการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการบริหารกิจการน้อย
2. ระบบสาธารณูปโภคด้านไฟฟ้า แสงส่องสว่าง ยังไม่เพียงพอในบริเวณรอบเกาะ
3. บริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ ของเจ้าแรกในตำบลเกาะยอ มีข้อจำกัดและเงื่อนไขบางประการ ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการเข้าพัก
4. เส้นทางคมนาคมทางบกบริเวณรอบเกาะค่อนข้างวุ่น
5. ไม่มีรถโดยสารนำเที่ยวชมบริเวณรอบ ๆ เกาะ
6. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอยังไม่ครอบคลุมทุกสื่อ
7. มีการปลูกสร้างที่พักอาศัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศได้อีกในอนาคต

โอกาส (Opportunities)

1. กระแสนิยมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศ และเชิงวัฒนธรรม ทำให้ตำบลเกาะขอมมีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งสามลักษณะให้เชื่อมโยงกันได้อย่างลงตัว
2. การปลูกฝังด้านจริยธรรม จิตสำนึกของเยาวชนไทยดีขึ้น ทำให้เยาวชนสนใจการท่องเที่ยวธรรมชาติ ชมสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ นมัสการวัดและสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น
3. รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

อุปสรรค (Threats)

1. เหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในความปลอดภัย
2. แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงมีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก
3. ขาดการส่งเสริม สนับสนุน และร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และพัฒนากลยุทธ์การตลาด โดยใช้ส่วนประสมการตลาด หรือ Marketing Mix (4 P's) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และสอดคล้องกับคำขวัญของตำบลเกาะยอ คือ สมเด็จเจ้าเป็นศรี ผ้าทอดีล้ำค่า นานาผลไม้หวาน ถิ่นอาหารทะเล เสน่ห์สะพานดินฯ สถาบันทักษิณสถูปนาม งามามเรือนทรงไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด ประกอบด้วยแบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ ซึ่งแบบสอบถามแต่ละชุดจะมีคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ เพียง 1 วัน ซึ่งในระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้จ่ายเงินเพื่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึกมากที่สุดถึงร้อยละ 44.64 และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสะพานดินสถูปนามมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 อันดับที่ 2 คือ ร้านอาหารทะเล มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.26 และอันดับที่ 3 คือ สถาบันทักษิณคดีศึกษา มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.22 ส่วนแบบสอบถามชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's ในการบริหารจัดการกลุ่มของผู้ประกอบการ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเกาะยอลดน้อยลง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยว ตำบลเกาะยอมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลาได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ จำนวน 12 รายการ ตามลำดับ ดังนี้

1. สะพานดินสถูปนาม
2. ร้านอาหารทะเล
3. สถาบันทักษิณคดีศึกษา
4. ผ้าทอเกาะยอ
5. นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์
6. สินค้าที่ระลึก/ผลิตภัณฑ์ชุมชน/ สินค้าพื้นเมือง
7. ท่องเที่ยวเชิง

เกษตร 8. ชมเกาะและวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน 9. วัดท้ายขอ 10. เขาวีหาร 11. บ่อน้ำโบราณ/
ศักดิ์สิทธิ์ 12. ศาลเจ้าไท่ก้ง ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถกำหนด
กลยุทธ์การตลาดของตำบลเกาะขอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและ
สภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบัน โดยการใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)
หรือ 4 P's เป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินการ ดังนี้

1) กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผู้ประกอบการ หรือชุมชนมีการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม
สังคม และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม
และหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น รวมถึงการส่งเสริมความรู้ด้านการรักษาระบบ
นิเวศ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ และสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
เชิงวัฒนธรรม ได้อย่างยั่งยืนตลอดไป สอดคล้องกับ มจรุส ปราบไพรี อ่างในจุลสารการท่องเที่ยว
ปีที่ 20 ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม 2544) กล่าวว่า การจัดการโฮมสเตย์ที่อยู่ภายใต้พื้นฐานระบบ
นิเวศน์ ความเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของพื้นที่ (Nature-Based Tourism) การไม่คิดทำลายสมดุล
ของธรรมชาติ ด้วยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และชุมชนเอง การใช้
ทรัพยากรอย่างระมัดระวังและรอบคอบ โดยใช้แนวคิดของการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable
Managed Tourism) และสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว
(Community Participation-Based Tourism) ซึ่งผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับคือ ความยั่งยืนของ
ทรัพยากร การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง เช่น ผ้าทอเกาะ
ขอ ของที่ระลึก พยายามควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบ และกระบวนการในการ
ผลิตทุกขั้นตอน เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และสร้างความแตกต่างให้กับ
ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540, หน้า 190) กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างที่
คุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่าง วัตถุดิบ สูตร ส่วนประกอบ ขนาดบรรจุ ที่มากกว่าคู่แข่ง
เป็นการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติบางประการของผลิตภัณฑ์ที่เห็นได้เด่นชัดว่าแตกต่างจากผลิตภัณฑ์
อื่นๆ ของคู่แข่งที่ขายอยู่ในตลาด

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเจ้าของสวนผลไม้(สวนสมรม) ได้มีการจัดแพคเกจ
โปรแกรมการท่องเที่ยวไว้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยมี
การสนับสนุนจากหลายองค์กรในตำบลเกาะขอ โดยการจัดให้มีโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
คิดค่าใช้จ่ายคนละ 130 บาท หากต้องการรับประทานอาหารกลางวันพื้นบ้าน เช่น ข้าวไก่ทอด
ยำสาหร่าย ปลาทะเลทอดกรอบ ขนมจีน และผลไม้หลากหลายชนิด โดยคิดราคาเพิ่มคนละ 30 บาท
นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่มีอยู่หลากหลายบนเกาะขอ และปัจจุบันได้

มีการเพิ่มจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นมาอีกแห่งหนึ่งคือ บริเวณป่าชายเลนใกล้กับที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะข่อย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเห็นความงามและธรรมชาติ รวมถึงได้ ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศน์ของป่าชายเลนที่มีเหลืออยู่ไม่มากนัก

จากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับค่าคะแนนความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ประกอบด้วย คะแนนความพึงพอใจอันดับหนึ่ง คือ สะพานติณสูลานนท์ ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทย ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาเที่ยวชมสะพานแห่งนี้ เนื่องจากเป็นสะพานที่เชื่อมโยงจากฝั่งบ้านน้ำกระเจา กับฝั่งเขาเขียว ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการคมนาคมให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องรอข้ามแพขนานยนต์บริเวณฝั่งหัวเขาแดง ซึ่งแบ่งเป็น 2 ช่วง ดังนี้ ช่วงแรก เชื่อมต่อระหว่างชายฝั่งอำเภอเมืองสงขลาบริเวณบ้านน้ำกระเจากับชายฝั่งตอนใต้ของเกาะข่อย ช่วงที่ 2 เชื่อมต่อระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะข่อยกับฝั่งบ้านเขาเขียว ส่วนคะแนนความพึงพอใจอันดับที่สอง คือ ร้านอาหารทะเล ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในรสชาติของอาหารพื้นเมือง และอาหารทะเลสดๆ ผลิตจากวัตถุดิบจากในพื้นที่ตำบลเกาะข่อยและพื้นที่ใกล้เคียง และค่าคะแนนอันดับที่ 3 คือสถาบันทักษิณคดีศึกษา เป็นสถาบันฯ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเพื่อศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ โบราณวัตถุ เครื่องประดับศาสตราวุธ เช่น กริช มีดดาบ มีดหางไก่ ผ้าทอพื้นเมือง ห้องแสดงกระต่ายขูดมะพร้าวรูปทรงต่าง ๆ ที่มีรูปแบบหาชมได้ยาก ห้องแสดงการเล่นพื้นเมืองเช่น หนังตะลุง โนรา ลิเกป่า ห้องแสดงวิถีชีวิตและการละเล่นของชาวดูใต้ เช่น การเล่นซักราว การเล่นว่าว ลูกข่าง ห้องแสดงประเพณีการบวช ห้องแสดงการรักษาพยาบาลแบบโบราณ นอกจากนั้นสถาบันฯ ยังมีบริการห้องพักแก่นักท่องเที่ยว ห้องจัดสัมมนา และร้านขายสินค้าพื้นเมือง เช่น หัตถกรรมกระจูด หัตถกรรมปาหนัน หัตถกรรมย่านลิเภา ผ้าทอเกาะข่อย ผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอย ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เครื่องเงิน เป็นต้น และสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับสถาบันทักษิณคดีศึกษา คือการได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประเภทแหล่งท่องเที่ยวดีเด่นทางวัฒนธรรม และโบราณสถาน ปี 2543 แต่อย่างไรก็ตาม สถาบันฯ ยังมีข้อบกพร่องและควรแก้ไขโดยด่วนเรื่องหนึ่งก็คือ การประชาสัมพันธ์ที่ต้องมีประสิทธิภาพและชัดเจนเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ไม่ค่อยรู้จักสถาบันทักษิณคดีศึกษาอย่างแท้จริง มีการรับรู้คลาดเคลื่อนและสับสนเกี่ยวกับชื่อของสถาบันฯ ว่าเป็นสถาบันที่ให้บริการความรู้เกี่ยวกับคดีความต่าง ๆ ในภาคใต้ จากกรณีดังกล่าวจึงสอดคล้องกับสุดาพร กุณศลบุตร (2549, หน้า 145) กล่าวว่า การรับรู้ตราสินค้า (brand awareness) หมายถึง การรับรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง และระลึกถึงเมื่อมีความคิดซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ ดังนั้นชื่อหรือตราสินค้าควรมีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจ จดจำง่าย ช่วยสื่อสารถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ และช่วยแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งกันได้เป็นอย่างดี

2) กลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price)

ผู้ประกอบการ กำหนดราคาสินค้าโดยพิจารณาจากต้นทุนของวัตถุดิบเป็นหลัก ซึ่งผลิตภัณฑ์บางอย่างมีต้นทุนที่แตกต่างกันตามฤดูกาล เนื่องจากบางช่วงวัตถุดิบขาดแคลนหรือมีน้อย ก็จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับราคาให้เหมาะสมกับราคาของวัตถุดิบในช่วงเวลาและสถานการณ์นั้น ๆ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2543, หน้า203-204) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาตั้งราคา ได้แก่ ผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต (Supplier) ซึ่งเป็นต้นทุนของสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2543, หน้า 213) กล่าวว่า วัตถุประสงค์การตั้งราคาที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์บริษัท (Company image) โดยการตั้งราคาที่อาจจะตั้งราคาต่ำหรือสูงก็ได้ ถ้ากิจการตั้งราคาต่ำจะเน้นถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ว่าไม่ได้เอาเปรียบลูกค้า แต่ถ้ากิจการตั้งราคาสินค้าไว้สูงจะเน้นถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีคุณภาพดี และเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้กับลูกค้า

สำหรับราคาค่าเข้าชมสถาบันทักษิณคดีศึกษา ได้กำหนดราคาที่แตกต่างกันสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา จะคิดราคาค่าเข้าชมคนละ 10 บาท บุคคลทั่วไปคนละ 30 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ คนละ 60 บาท

3) กลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ผู้ประกอบการได้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน ให้กับคนกลาง ได้แก่ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก โรงแรม ร้านอาหาร ทั้งในพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออก และจำหน่ายที่แหล่งผลิตด้วย สอดคล้องกับ สุภาพร ภูมทลบุตร (2549 , หน้า 216) กล่าวว่า เมื่อกิจการได้เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับสินค้าของตนแล้ว ช่องทางการจำหน่ายที่เลือกอาจมีตัวกลางหลายตัวกลาง แต่ละขั้นตอนของตัวกลางล้วนมีต้นทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง หากผู้ผลิตสามารถประสานความสัมพันธ์และเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างตัวกลาง ช่วยให้ต้นทุนสินค้าของกิจการต่ำลง

นอกจากนั้น ยังมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของที่ระลึก ณ สถาบันทักษิณคดีศึกษา และจำหน่ายที่ตลาดสดซึ่งอยู่ติดกับถนนทางหลวงสายเกาะยอ - ระโนด โดยจัดเป็นร้านค้าที่เกิดจำหน่ายสินค้าตลอดวัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว และยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการด้วย ส่วนร้านอาหารทะเล มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ติดกับทะเลสาบสงขลา ทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดหาวัตถุดิบในพื้นที่ได้โดยง่ายและนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังร้านอาหารทะเลในตำบลเกาะยอได้โดยสะดวก เนื่องจากร้านอาหารอยู่ติดกับถนนสายหลัก และเส้นทางการคมนาคมก็สร้างความสะดวกในการเดินทางด้วย ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในการได้บริโภคอาหารจากทะเลที่สดทุกวัน และทางร้านยังมีที่จอดรถ

อย่างเพียงพอ นอกจากนั้นร้านอาหารได้เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถจองโต๊ะและสั่งอาหารล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้ นับว่าเป็นการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีอีกวิธีหนึ่ง

4) กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

นักท่องเที่ยวยังมีความเข้าใจสับสน และรับรู้ข้อมูลตลาดเคลื่อนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น สถาบันทักษิณคดีศึกษา เนื่องจากงานด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมและเข้าถึง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวของตำบลเกาะยอได้อย่างครบถ้วน อย่างเช่น การบริการที่พักแบบโฮม สเตย์ ซึ่งขณะนี้ตำบลเกาะยอมีอยู่ 2 แห่ง ซึ่งทั้งสองแห่งมีลักษณะเฉพาะของการบริการที่แตกต่างกันตามเจตนารมณ์ของเจ้าของกิจการ เช่นกิจการโฮมสเตย์รายแรกที่เปิดดำเนินการในตำบลเกาะยอ เจ้าของกิจการชื่อ คุณเดชา มีสุวรรณ ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลเกาะยอ โดยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการบริการที่พัสดังกล่าว คือ ต้องการให้เป็นที่พักสำหรับครอบครัว จะไม่อนุญาตให้เข้าพักเป็นคู่หญิง-ชาย และเป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักอย่างแพร่หลายและนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลด้านที่พักลักษณะนี้น้อยมาก เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ และอีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม หากผู้ประกอบการได้เล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการขาย ก็จะสามารถเพิ่มยอดขายได้ และยังเป็นการช่วยเสริมให้การปฏิบัติการตามกลยุทธ์การตลาดที่วางไว้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับสุวิมล แม้นจริงและเกยูร ไยบัวกลิน (2550, หน้า 247) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายที่มุ่งผู้บริโภค คือ 1) เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เกิดการตลาดโดยใช้ 2) เพื่อขยายตลาดไปยังผู้ซื้อกลุ่มใหม่ หรือกลุ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มใหม่ 3) เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อสินค้าของผู้ซื้อให้มากขึ้นกว่าเดิม 4) เพื่อแนะนำให้ใช้เพิ่มขึ้น บ่อยขึ้น เป็นการเพิ่มปริมาณการใช้สินค้านั้นๆ ให้มากขึ้น 5) เพื่อป้องกันการแย่งตลาดของกลุ่มแข่งขัน ในขณะเดียวกันก็เป็นการดึงดูดให้ลูกค้าของกลุ่มแข่งขันมาซื้อสินค้าของตนเพิ่มขึ้น 6) เพื่อชะลอหรือหยุดการเจริญเติบโตของกลุ่มแข่งขัน หรือเป็นการกีดกันกลุ่มแข่งขันใหม่ 7) เป็นการสร้างความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Royal) ให้เกิดแก่ผู้บริโภค 8) เป็นการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรมีการสร้างจิตสำนึกของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้แก่ชุมชน สังคม และผู้ประกอบการ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและตลอดไป เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริงและยั่งยืน โดยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปรับปรุงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ให้สอดคล้องกับความต้องการของ

ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และให้มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด(Marketing Mix) ตัวอื่นด้วย (ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) รวมถึงต้องมีความสอดคล้องสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในปัจจุบันที่มีนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ส่งผลให้การซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวลดน้อยลงด้วย

2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ผู้ประกอบการในพื้นที่ ควรร่วมกันกำหนดราคาขายสินค้าทุกประเภท เพื่อให้เกิดความยุติธรรมต่อผู้ขายและผู้ซื้อ มีความเหมาะสมกับราคาต้นทุน และผู้ซื้อสามารถรับได้ในราคาที่ผู้ขายกำหนด และที่สำคัญควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน

3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ควรเพิ่มศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ให้มีอยู่อย่างกระจายกระจายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจุดท่องเที่ยวสำคัญ ๆ และมีบริการส่งซื้อสินค้า/บริการผ่านทางโทรศัพท์ ไปรษณีย์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความสะดวกให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ให้มีช่องทางการซื้อสินค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น รวมถึงจัดให้มีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย โดยมีการจัดเป็นเครือข่ายที่สามารถเกื้อกูลในด้านการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นได้

4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ควรจัดให้มีการใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จัดให้มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเที่ยวตำบลเกาะขอมเพิ่มมากขึ้น และรับทราบถึงมาตรการในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแลความสงบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเกาะขอม รวมถึงการสื่อสารข้อมูลของสถาบันทักษิณคดีศึกษาให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจถึงรายละเอียดของสถาบันฯ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโบราณสถาน มีการจัดทำป้ายบอกเส้นทางทุกจุดบริเวณเกาะขอมซึ่งจะอำนวยความสะดวกในการเที่ยวชมรอบเกาะของนักท่องเที่ยวได้ จัดกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับเทศกาลต่างๆ โดยการลดราคาสินค้า แจกสินค้าให้ทดลองชิม แลกสินค้าบางรายการให้กับผู้ซื้อที่มียอดซื้อตามเงื่อนไขที่กำหนด และส่งเสริมการขายช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จัดให้มีการตลาดทางตรง โดยให้ลูกค้าซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต

1) ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

นอกจากการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4 P's ดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการพิจารณาดำเนินการในส่วนอื่น ๆ ที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตำบลเกาะขอมเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องได้ประสานงานกัน เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ และระดับภาค ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งและก่อให้เกิดรายได้
2. จัดให้มีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้มีการดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง
3. มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการวางแผนการบำรุงรักษา และตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของสะพานติณสูลานนท์อย่างจริงจัง และชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทาง
4. ผู้เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในตำบลเกาะขอม รวมถึงได้รับทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะขอม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วย อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา และระดับชาติต่อไป ช่วยกันทำนุบำรุงรักษาทรัพยากรที่มีค่าไว้ตลอดไป

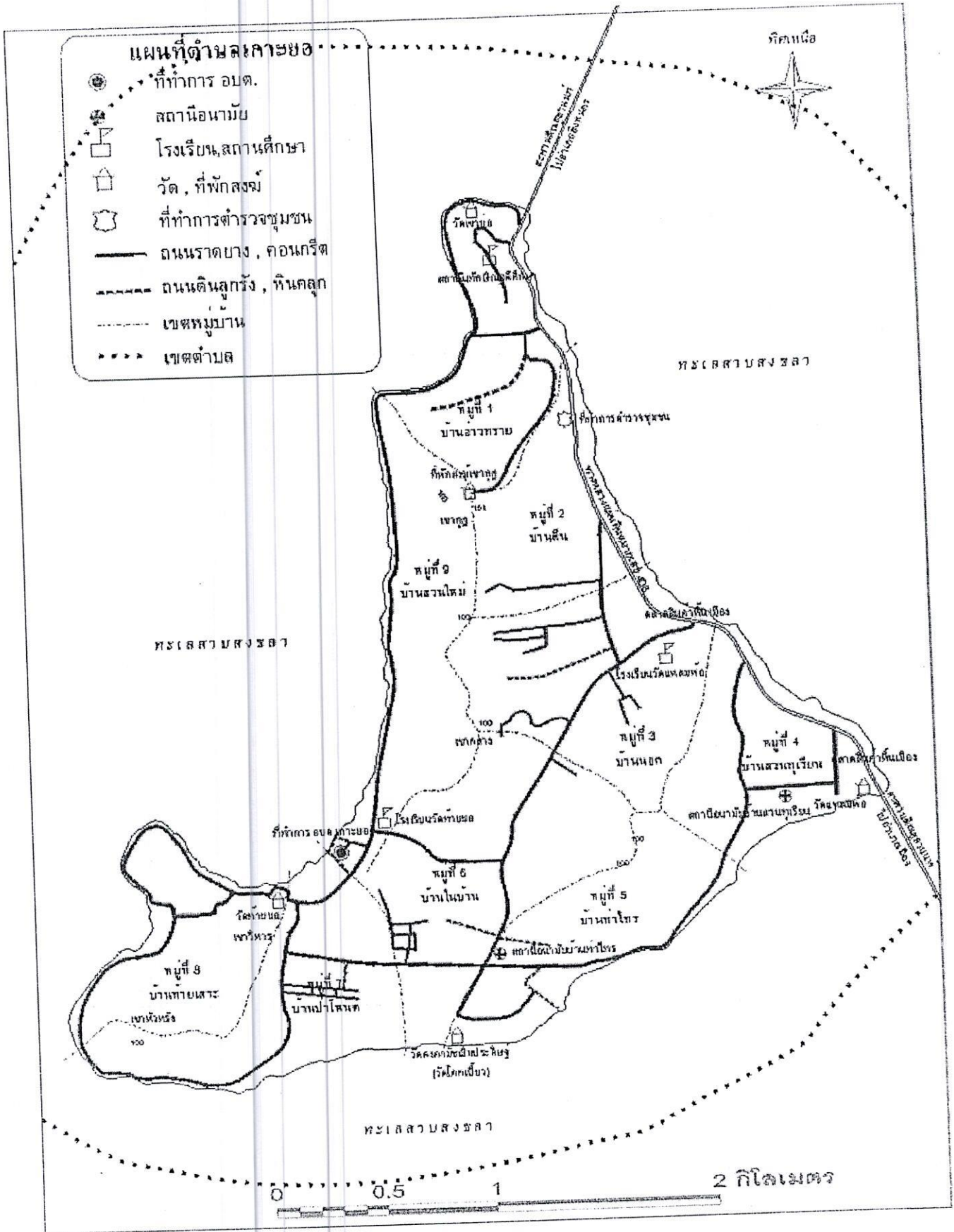
2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับการบริหารฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ตำบลเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

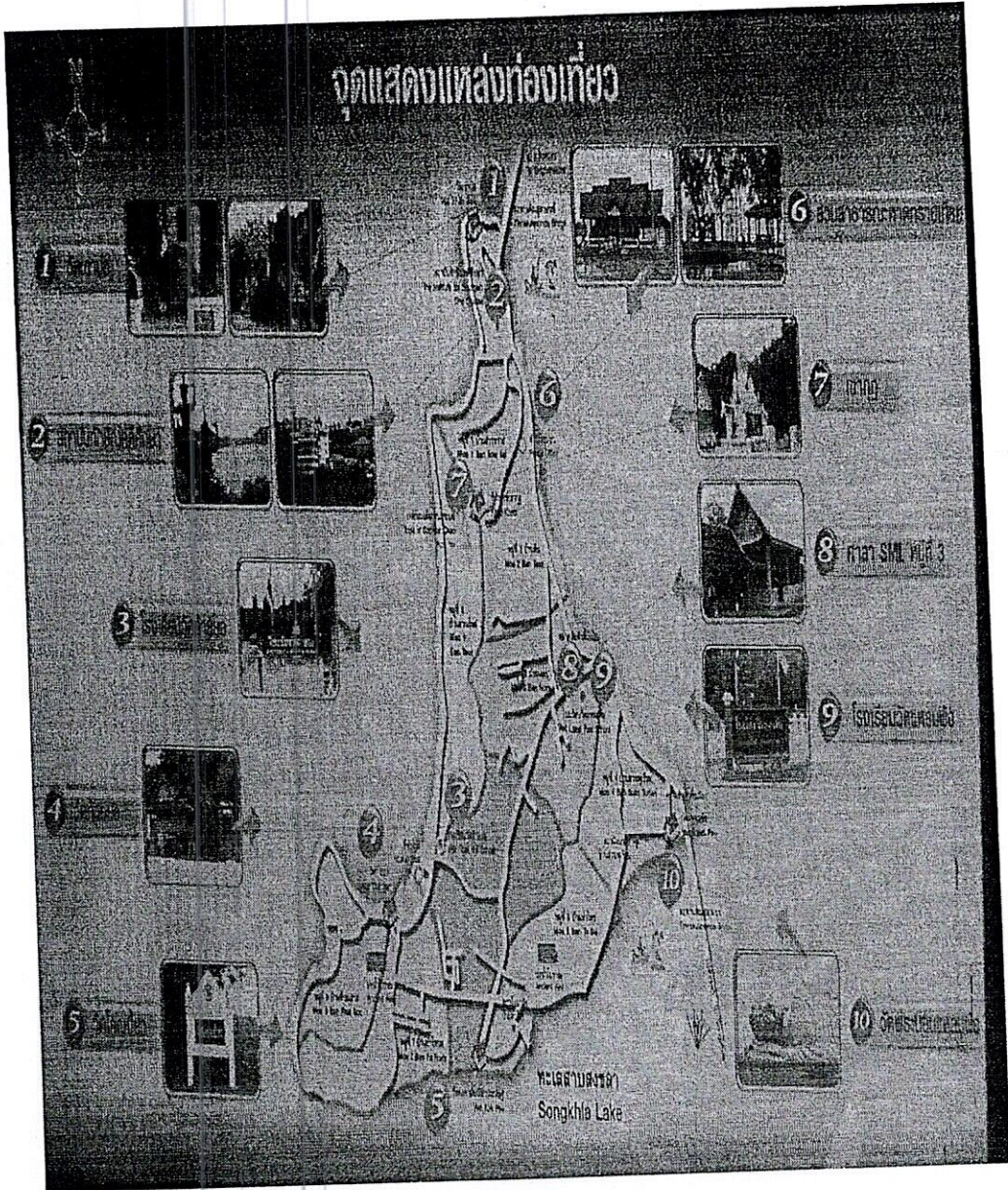
ภาคผนวก ก.

ภาพแผนที่และแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ

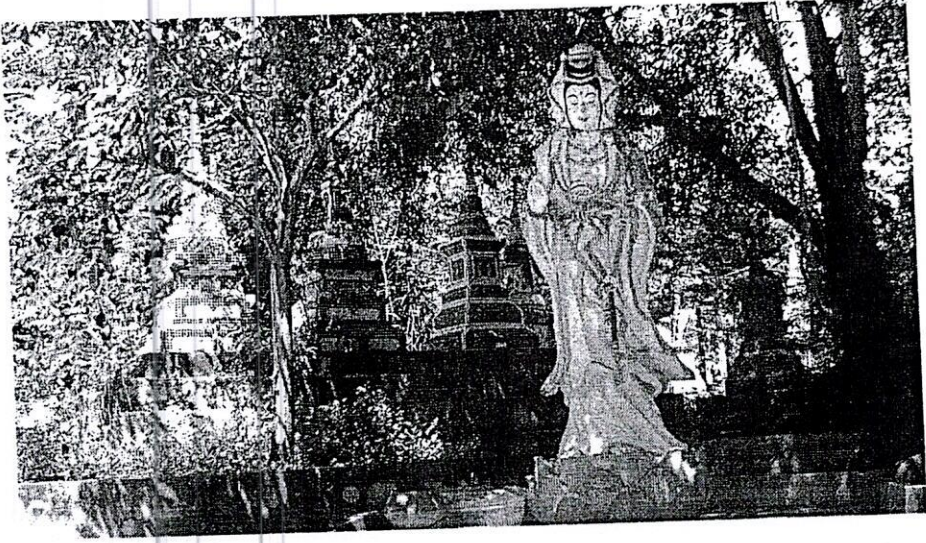
ภาพที่ 3 แผนที่ตำบลเกาะยอ



ภาพที่ 4 แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยว



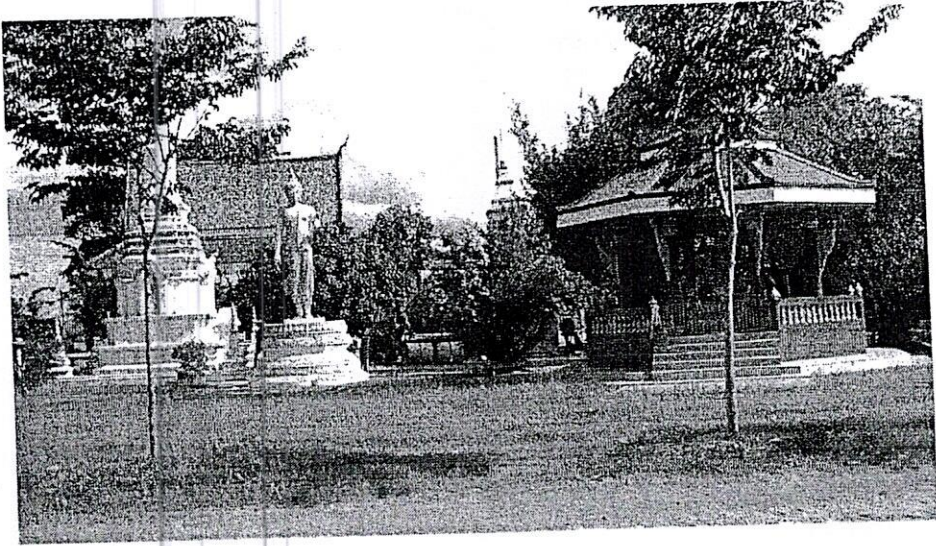
ภาพที่ 5 โบราณสถานภายในบริเวณวัดเขาป้อ



ภาพที่ 6 โบราณสถานภายในบริเวณวัดเขาป้อ



ภาพที่ 7 บริเวณวัดแหลมพ้อ



ภาพที่ 8 บริเวณวัดแหลมพ้อ



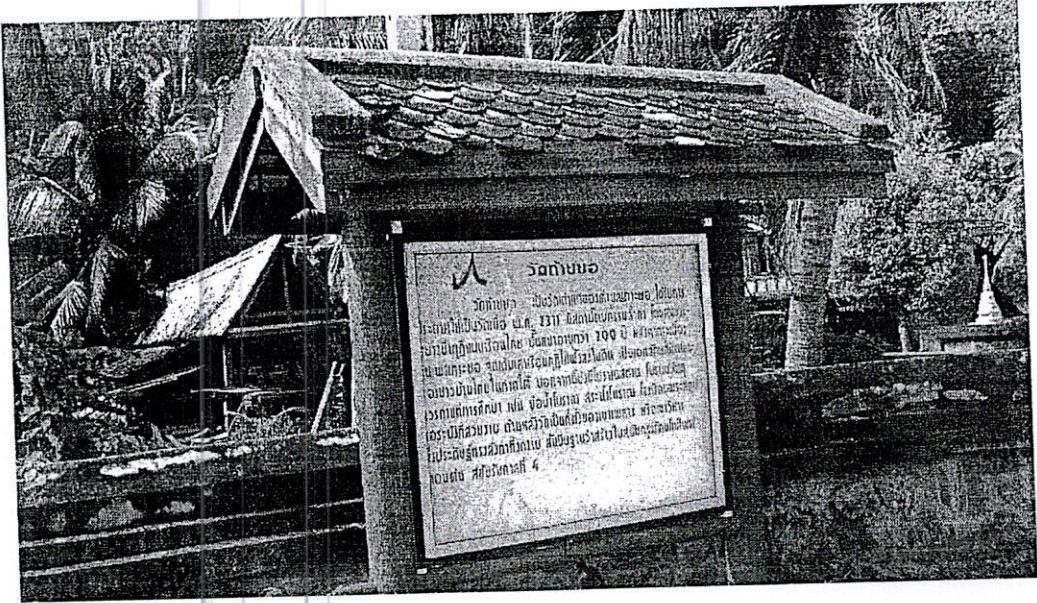
ภาพที่ 9 สวนสมรม



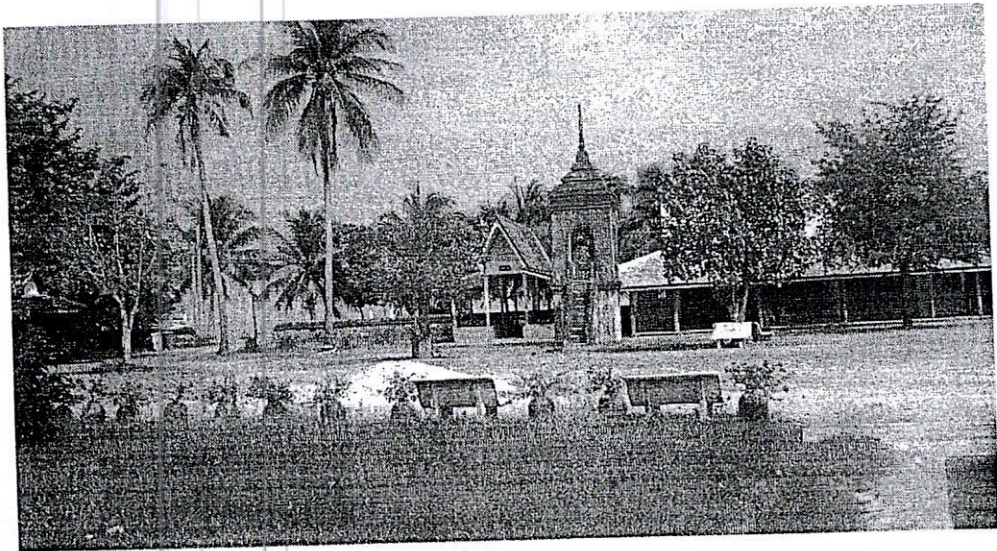
ภาพที่ 10 สวนสมรม



ภาพที่ 11 บริเวณภายในวัดท้ายยอด



ภาพที่ 12 บริเวณภายในวัดท้ายยอด



ภาพที่ 13 ประวัติความเป็นมาของเจดีย์วัดท้ายยอ

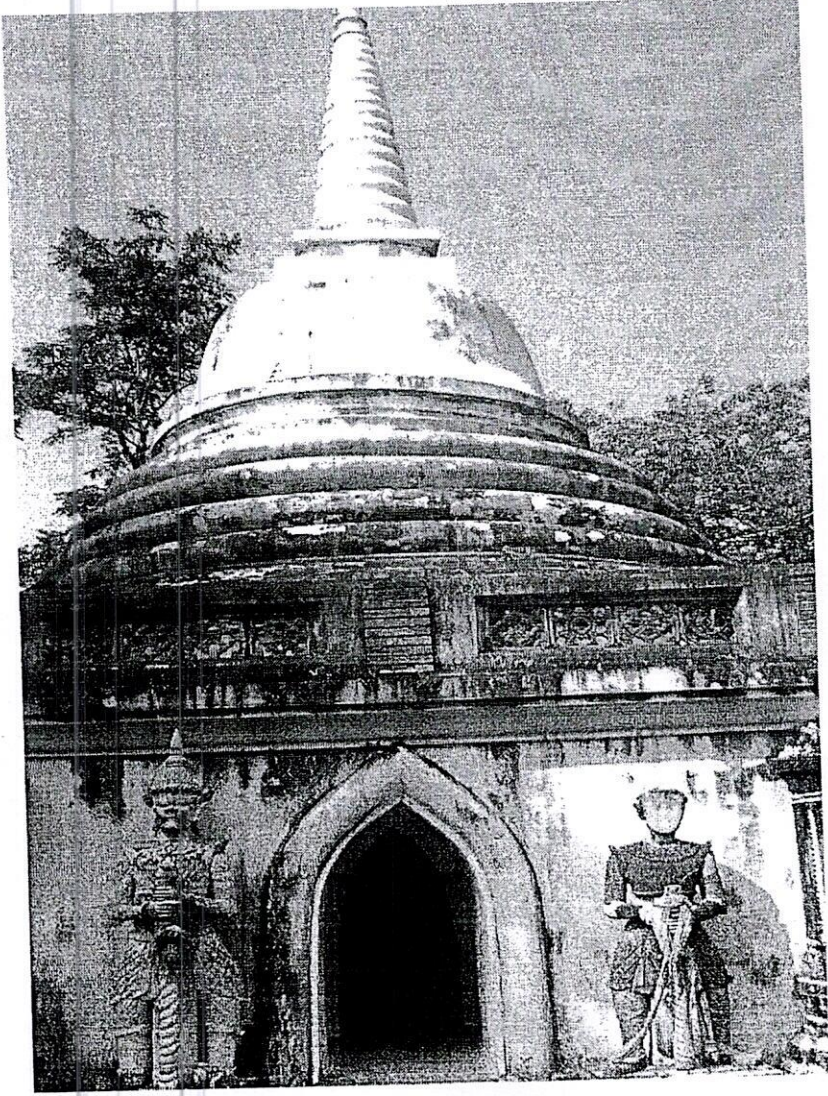
เจดีย์วัดท้ายยอ

เจดีย์วัดท้ายยอเป็นเจดีย์ที่สร้างขึ้นโดยคนในท้องถิ่นเพื่ออุทิศถวายแด่พระพุทธรูปที่ประดิษฐานอยู่ภายใน เจดีย์นี้สร้างขึ้นในรัชสมัยของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี โดยได้รับพระกรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชให้สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่พระอัยยิกาของพระองค์ท่าน ซึ่งก็คือสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

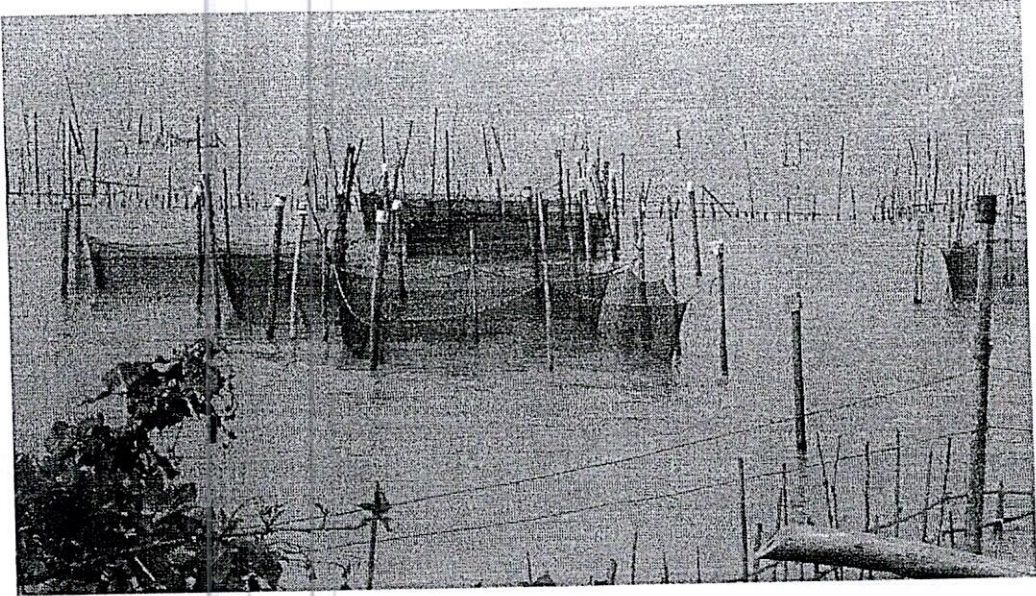
เจดีย์วัดท้ายยอเป็นเจดีย์ที่มีลักษณะเป็นรูปทรงกลม มีฐานกว้าง 25 เมตร สูง 15 เมตร มีบันไดขึ้นทางด้านทิศใต้ เจดีย์นี้สร้างขึ้นโดยช่างฝีมือของช่างพื้นบ้านในบริเวณนี้ ซึ่งเป็นช่างที่ชำนาญในการทำเจดีย์และสิ่งก่อสร้างทางศาสนา

เจดีย์วัดท้ายยอเป็นเจดีย์ที่สวยงามและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เป็นปูชนียสถานที่สำคัญของวัดท้ายยอ และเป็นปูชนียสถานที่สำคัญของตำบลท้ายยอ อำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา

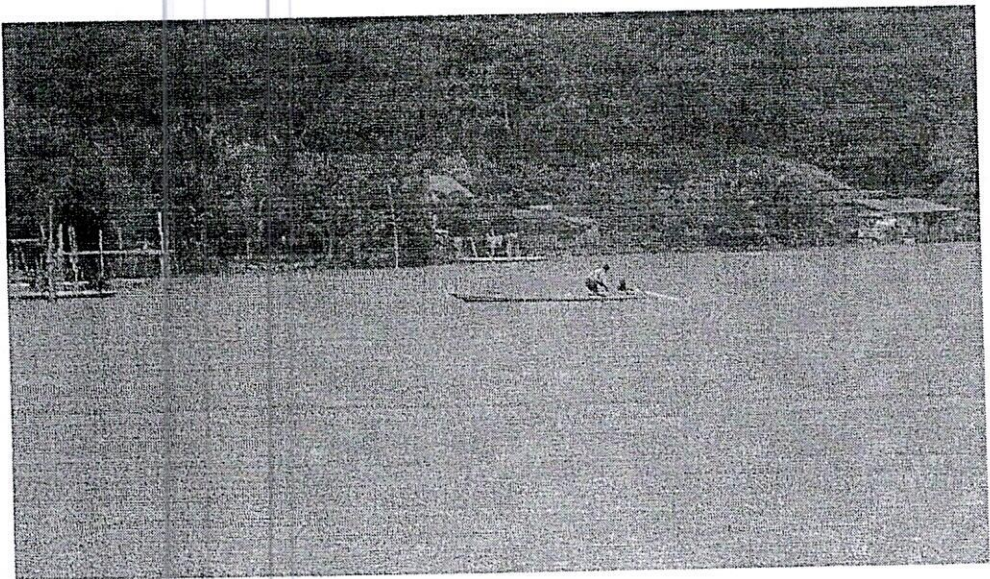
ภาพที่ 14 เจดีย์วัดท้ายยอ



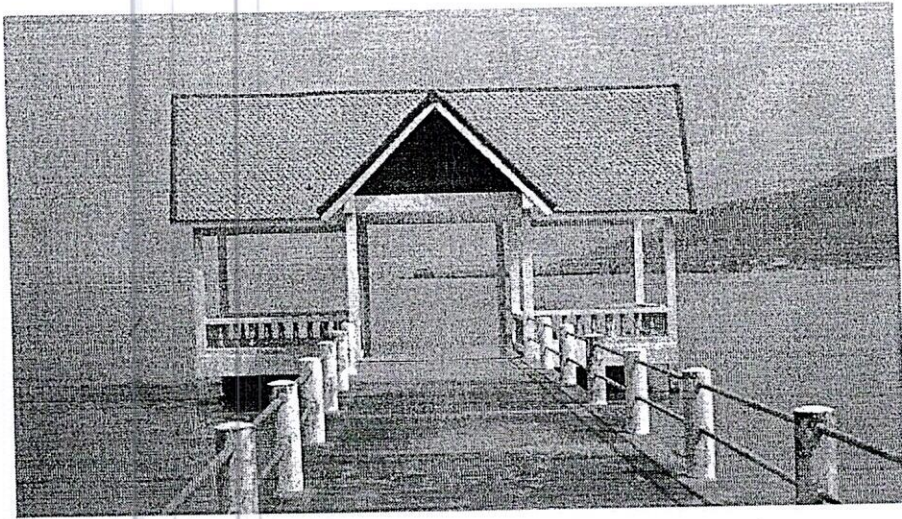
ภาพที่ 15 วิธีชีวิตประมงพื้นบ้าน



ภาพที่ 16 วิธีชีวิตประมงพื้นบ้าน



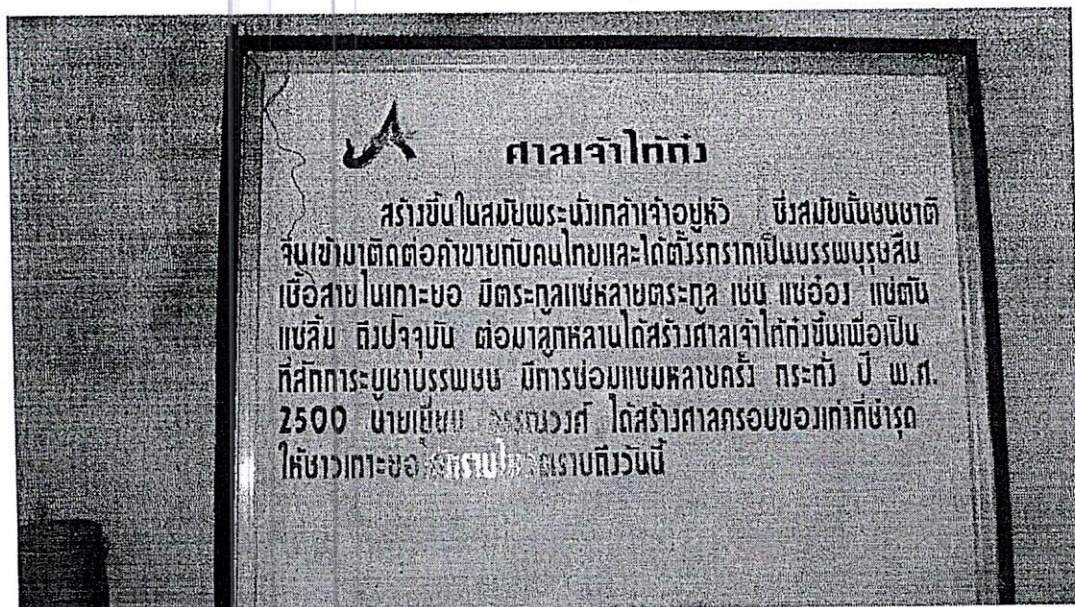
ภาพที่ 17 จุดชมวิว



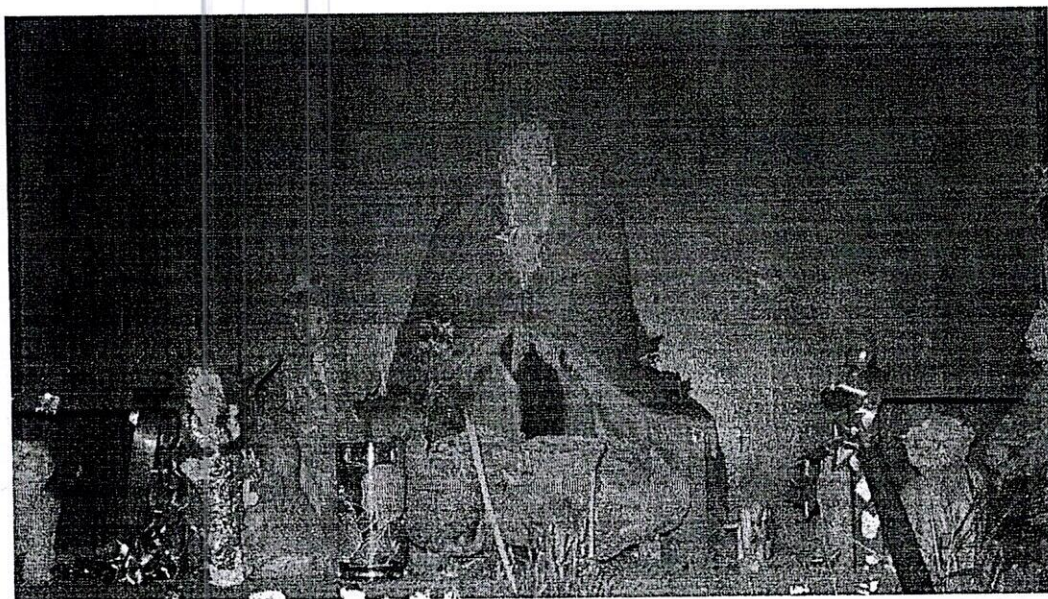
ภาพที่ 18 บ่อน้ำโบราณ/บ่อศักดิ์สิทธิ์



ภาพที่ 19 ประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าไต้ก๋ง



ภาพที่ 20 ศาลเจ้าไต้ก๋ง



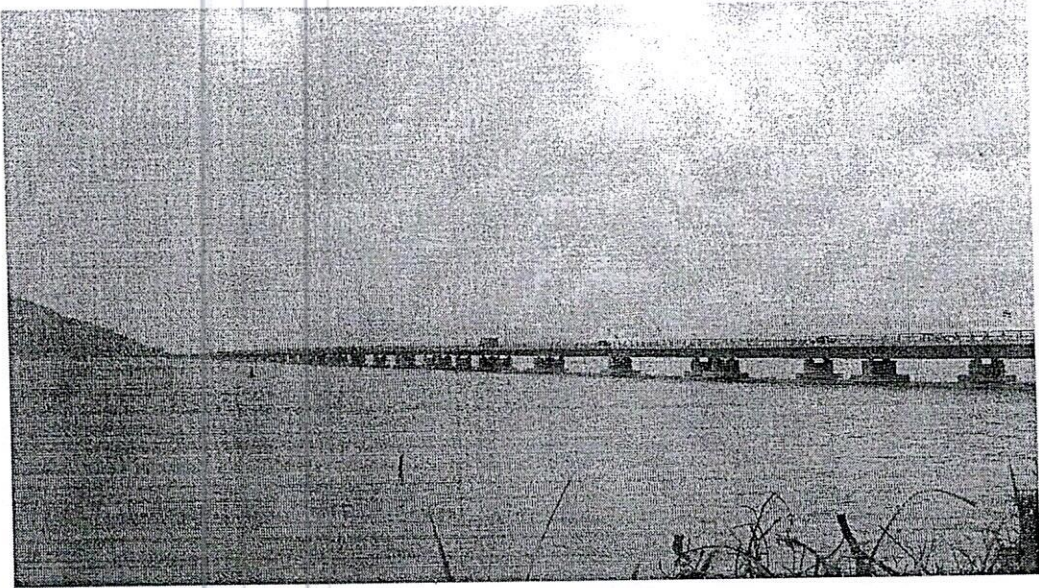
ภาพที่ 21 ร้านอาหารโกเข่งซีฟู้ด



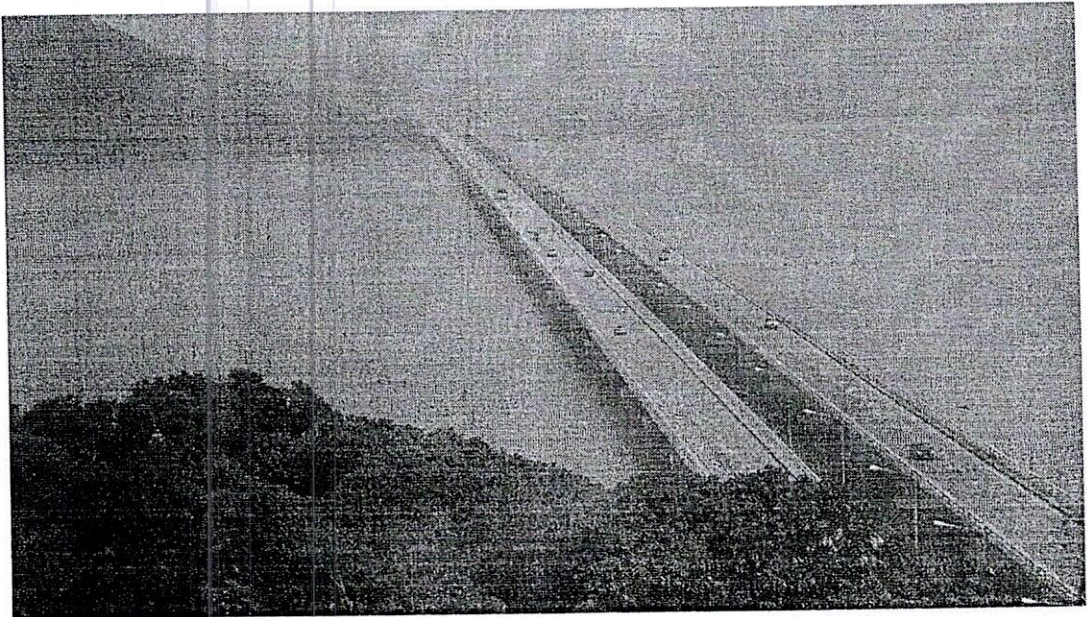
ภาพที่ 22 สวนอาหารเรณูซีฟู้ด



ภาพที่ 23 สะพานติณสูลานนท์



ภาพที่ 24 สะพานติณสูลานนท์



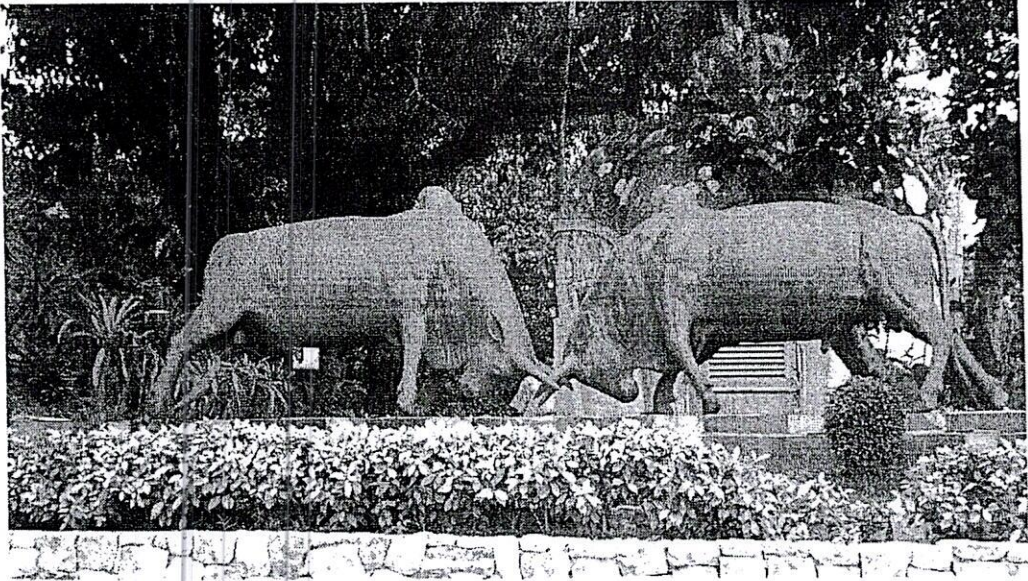
ภาพที่ 25 สถาบันทักษิณคดีศึกษา



ภาพที่ 26 สถาบันทักษิณคดีศึกษา



ภาพที่ 27 บริเวณภายในสถาบันทักษิณคดีศึกษา



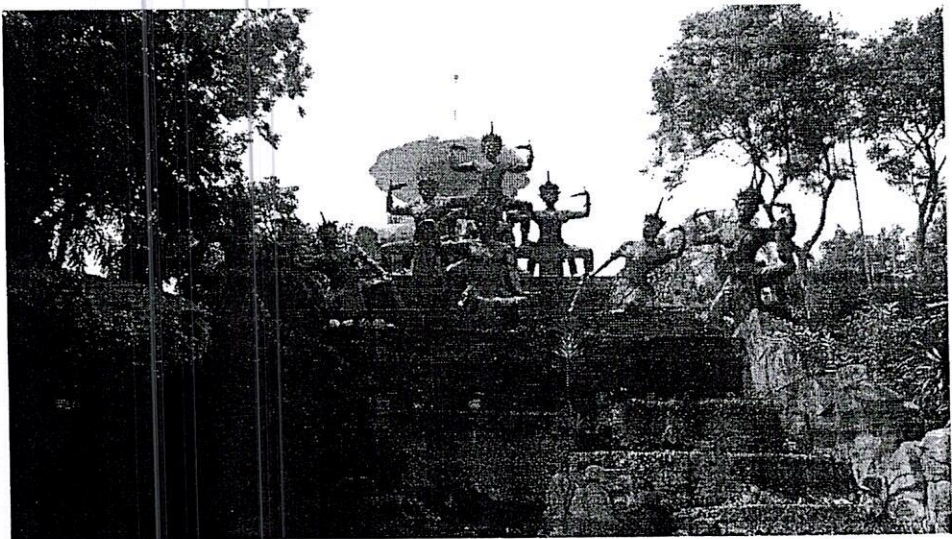
ภาพที่ 28 บริเวณภายในสถาบันทักษิณคดีศึกษา



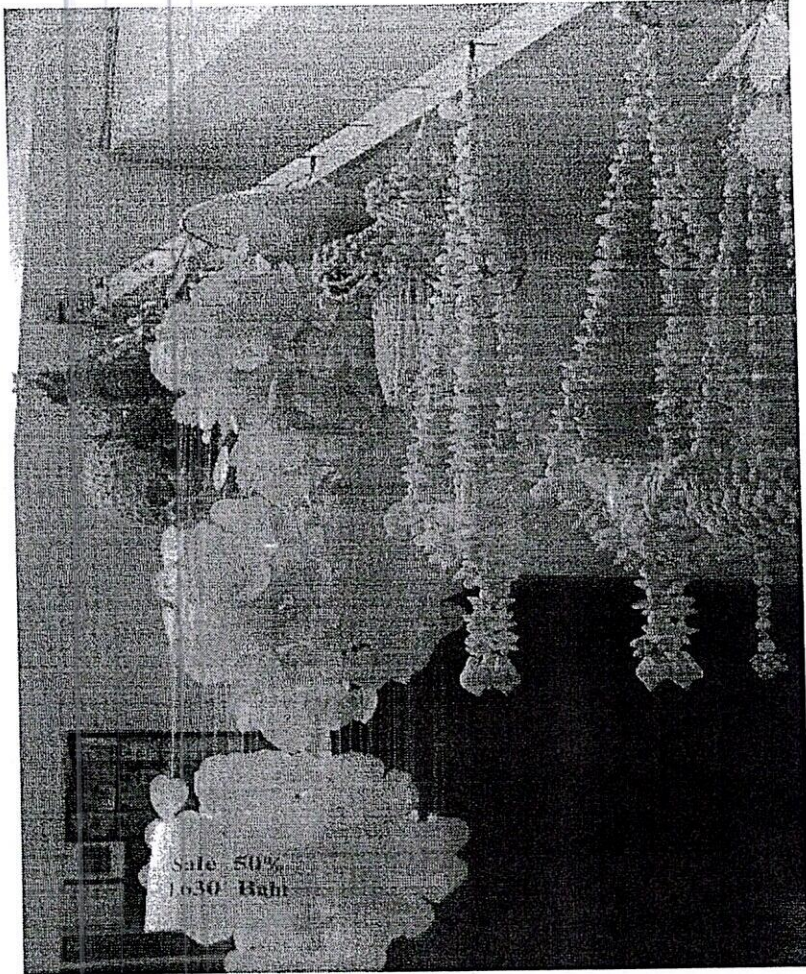
ภาพที่ 29 บริเวณภายในสถาบันทักษิณคดีศึกษา



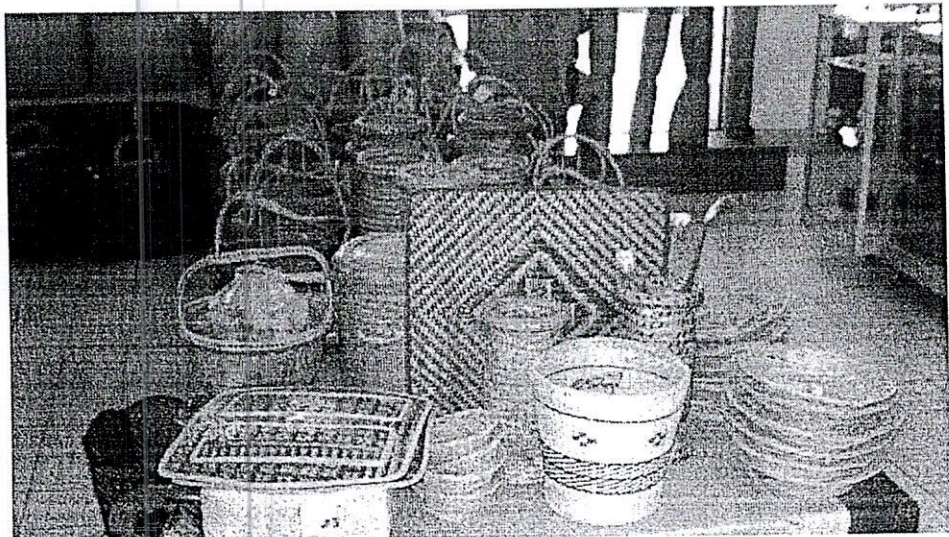
ภาพที่ 30 บริเวณภายในสถาบันทักษิณคดีศึกษา



ภาพที่ 31 สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก



ภาพที่ 32 สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก



ภาพที่ 33 ยาสำหรับผมนาง



ภาพที่ 34 ข้าวยา ร้านป่าหนู



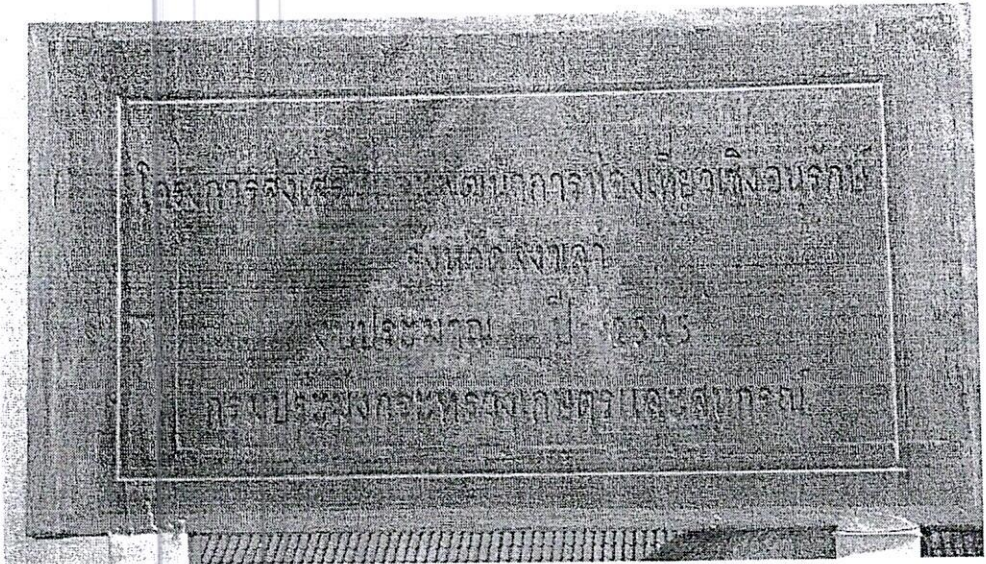
ภาพที่ 35 ป้ายต้อนรับสู่เกาะยอ



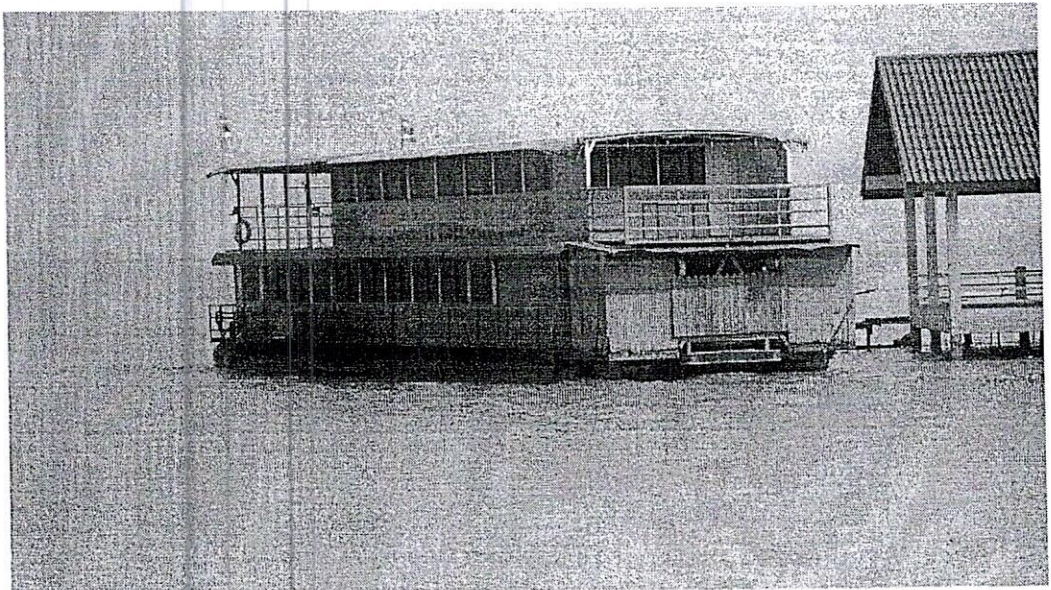
ภาพที่ 36 ป้ายแสดงแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 37 ป้ายโครงการส่งเสริมและพัฒนากองเรือเที่ยวเชิงอนุรักษ์



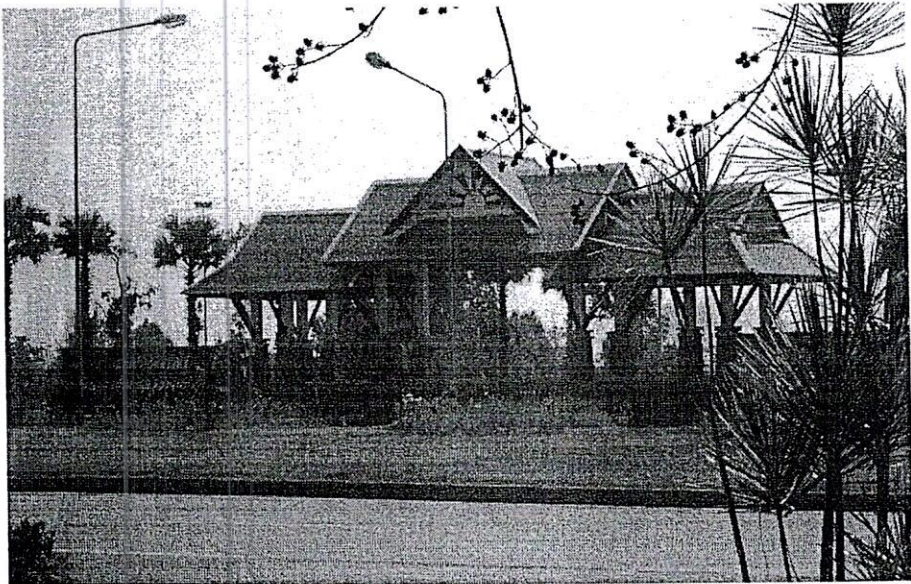
ภาพที่ 38 เรือนำเที่ยวชมบริเวณรอบ ๆ เกาะ



ภาพที่ 39 ป้ายสวนป่าเปรม

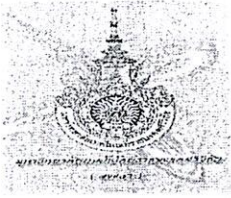


ภาพที่ 40 สวนประวัติศาสตร์



ภาคผนวก ข.

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ



แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ถูกต้อง เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลเกาะยอ ต่อไป ขอขอบพระคุณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 18 ปี

2. 18 - 29 ปี

3. 30 - 40 ปี

4. 41 - 50 ปี

5. 51 - 60 ปี

6. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา

2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

3. พนักงาน/ ลูกจ้าง

4. ธุรกิจส่วนตัว

5. อื่น ๆ ระบุ

5. ท่านพักอาศัยอยู่ที่อำเภอ..... จังหวัด

6. รายได้ต่อเดือนของท่าน (ประมาณ)

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,000 - 20,000 บาท

3. 20,001 - 30,000 บาท

4. 30,001 - 40,000 บาท

5. มากกว่า 40,000 บาท

7. ท่านรู้จัก หรือมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของตำบลเกาะยอ อะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1. สะพานหินสุทธานนท์ | 2. ผ้าทอเกาะยอ |
| 3. สถาบันทักษิณคดีศึกษา | 4. ร้านอาหาร |
| 5. บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ | 6. ผลไม้ |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว ตำบลเกาะยอ จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. วิทู | 2. โทรทัศน์ |
| 3. หนังสือพิมพ์/เอกสาร | 4. เพื่อน/คนรู้จัก |
| 5. อินเทอร์เน็ต | 6. บริษัทนำเที่ยว |
| 7. อื่น ๆ โปรดระบุ | |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ตำบลเกาะยอ ประมาณกี่ครั้ง (รวมครั้งนี้ด้วย)

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. 1-3 ครั้ง | 2. 4-5 ครั้ง |
| 3. มากกว่า 5 ครั้ง | |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	

10. ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยวที่ตำบลเกาะยอ จำนวน..... วัน

<input type="checkbox"/>

11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ ในครั้งนี้ เพราะเหตุใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน | 2. ติดต่อธุรกิจ/เดินทางมาราชการ |
| 3. เยี่ยมญาติ / เพื่อน | 4. เยี่ยมชมโบราณสถาน / โบราณวัตถุ |
| 5. โปรแกรมการท่องเที่ยวใช้เวลาเพียง 1 วัน | 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ตำบลเกาะยอ โดยพาหนะใด

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1. รถยนต์ส่วนตัว | 2. รถโดยสาร/ รถรับจ้าง |
| 3. อื่น ๆ โปรดระบุ | |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	

13. การท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านเดินทางมากับใคร

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| 1. เพื่อน/ญาติ | 2. ครอบครัว |
| 3. บริษัทนำเที่ยว | 4. ชมรม/สมาคม |
| 5. สถานศึกษา | 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. การเดินทางครั้งนี้ ท่านมา.....คน

- | | |
|------------------|------------|
| 1. คนเดียว | 2. 2-4 คน |
| 3. 5-7 คน | 4. 8-20 คน |
| 5. มากกว่า 20 คน | |

<input type="checkbox"/>

15. ท่านคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ ประมาณเท่าไร

- | | | |
|----------------------|----------------------|--------------------------|
| 1. ต่ำกว่า 1,000 บาท | 2. 1,001 - 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> |
| 3. 2,001 - 3,000 บาท | 4. 3,001 - 4,000 บาท | |
| 5. 4,001 - 5,000 บาท | 6. มากกว่า 5,000 บาท | |

16. ท่านคิดว่าจะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวครั้งนี้ จากการใช้จ่ายเรื่องใด

(โปรดกำหนดตัวเลขตามลำดับ)

- | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. ซื้อผลิตภัณฑ์/ของที่ระลึก | 2. รับประทานอาหาร | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. เดินทาง | 4. ค่าธรรมเนียม/ การบริการ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

17. ระหว่างการท่องเที่ยว ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมประเภทใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | 2. ซื้อสินค้า | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าเกาะยอ | 4. ล่องเรือชมทัศนียภาพเกาะยอ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ชมโบราณสถาน/วัตถุ | 6. ไหว้พระ ทำบุญ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. อื่น ๆ โปรดระบุ | | <input type="checkbox"/> | |

18. ท่านค้างคืนที่ตำบลเกาะยอ หรือบริเวณใกล้เคียง หรือไม่

- | | | |
|---------------|---|--------------------------|
| 1. ไม่ค้างคืน | 2. ค้างคืน โปรดระบุชื่อโรงแรม/ที่พัก..... | <input type="checkbox"/> |
|---------------|---|--------------------------|

19. นอกจากตำบลเกาะยอแล้ว ท่านได้ไปท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ที่ใดบ้าง

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. อ.หาดใหญ่ | 2. หาดสมิหลา อ.เมือง สงขลา | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. วัดพะโค๊ะ อ.สทิงพระ | 4. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. อื่น ๆ โปรดระบุ | | <input type="checkbox"/> | |

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์

แหล่งท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	สะพานติณสูลานนท์					
2.	ผ้าทอเกาะขอม					
3.	สถาบันทักษิณคดีศึกษา					
4.	วัดท้ายขอ					
5.	ศาลเจ้าไต่กิ่ง					
6.	สมเด็จพระเจ้าเกาะขอม					
7.	บ่อน้ำโบราณ					
8.	เขาวิหาร					
9.	สวนสมรม/ผลไม้					
10.	นั่งเรือชมเกาะและวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน					
11.	ของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง					
12.	ข้าวยาและขนมจีนป่าหนู					
13.	สาหร่ายผมนาง					
14.	ร้านอาหาร					

ภาคผนวก ค.

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ



แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1. กิจกรรมของท่านมีระยะเวลาในการดำเนินงานกี่ปี และมีลักษณะเป็นนิติบุคคลแบบใด

.....

2. ชื่อกลุ่ม/ กิจกรรมของท่าน และดำเนินกิจการเกี่ยวกับอะไร

.....

3. ประธานกลุ่มชื่อ นามสกุล อายุ และมีสมาชิกจำนวนกี่คน

.....

4. โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่ม มีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

5. สินค้า หรือบริการของท่าน มีลักษณะเด่นหรือลักษณะเฉพาะที่สามารถดึงดูดใจ
 นักท่องเที่ยวได้ เป็นอย่างไร

.....

6. สินค้าหรือบริการของท่าน มีจุดด้อยในเรื่องใดที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

.....

7. สถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในปัจจุบัน มีผลต่อการท่องเที่ยวตำบลเกาะยอหรือไม่
เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

8. ปัจจัยด้านการแข่งขัน การเมือง สังคม วัฒนธรรม เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวตำบล
เกาะยอ หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

9. ราคาสินค้าหรือบริการราคาเท่าไร ที่คิดว่าเหมาะสม เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

10. ท่านใช้ตัวแทนจำหน่าย หรือช่องทางใดที่จะอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อ
สินค้าและบริการ

.....

.....

.....

.....

11. ตำบลเกาะยอ ได้มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชน เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือ
ผลิตภัณฑ์ อย่างไรบ้าง โดยใช้วิธีการใด และสื่อประเภทใด

.....

.....

.....

.....

12. ท่านมีกลยุทธ์ หรือวิธีการอย่างไร ที่ใช้ในการดำเนินกิจการ สำหรับบุคลากรแข่งขัน
ปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

13. ในสถานการณ์ปัจจุบันท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ ควรมีการปรับปรุงพัฒนา
ด้านใดมากที่สุด และลำดับรองลงมา 2 ลำดับ

.....
.....
.....

14. ท่านมีความประสงค์ให้หน่วยงานใด สนับสนุนการท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ ให้มีการพัฒนา
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐด้านการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยว

.....
.....
.....

*****หมายเหตุ ข้อมูลที่ได้รับจากท่าน จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบล
เกาะยอเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณ**

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

วัน เดือน ปี.....เวลา.....

ภาคผนวก ง.
ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

1. หัวหน้าโครงการ : นางปรัชญา ชุมศรี ตำแหน่ง อาจารย์ ระดับ 7
 หน่วยงานสังกัด สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 ศรีวิชัย อ.เมือง จ.สงขลา โทรศัพท์ 086- 7483874 , 074- 315733
 โทรสาร 074-315733 E - mail address : chayamook@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2548
 การศึกษามหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา พ.ศ. 2535

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย : กลยุทธ์การตลาดแหล่งท่องเที่ยวตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

หัวหน้าโครงการวิจัย : ระบบการผลิตและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการผลิตและคุณภาพ
 ผลิตภัณฑ์อาหารจากตาลโตนด พื้นที่จังหวัดสงขลา

ผู้ร่วมโครงการวิจัย : การท่องเที่ยวตามเส้นทางและการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม
 กลุ่มจังหวัดสงขลาและสตูล

หัวหน้าโครงการ : การพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป พื้นที่ตำบลม่วงงาม
 อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

2. นักวิจัยร่วม : นางวีรารัตน์ มารังกูร ตำแหน่ง อาจารย์ ระดับ 7
 หน่วยงานสังกัด สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 ศรีวิชัย อ.เมือง จ.สงขลา โทรศัพท์ 089- 7330855 , 074- 317176
 โทรสาร 074-315733 E - mail address : wewiene1958@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2542
 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2532

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย : กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนอุตสาหกรรม จังหวัดสงขลา

หัวหน้าโครงการวิจัย : การตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
 หัตถกรรมจังหวัดสงขลา

ผู้อำนวยการโครงการวิจัย : การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากตาลโตนด พื้นที่จังหวัดสงขลา

หัวหน้าโครงการวิจัย : การท่องเที่ยวตามเส้นทางและการเลือกซื้อสินค้าตามหัตถกรรมกลุ่ม
 จังหวัดภาคใต้

นักวิจัยร่วม : การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใยตาลโตนด พื้นที่อำเภอสทิงพระ
 จังหวัดสงขลา

บรรณานุกรม

กรุงเทพมหานครวิทยาลัย. 2550. การตลาด. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.elcarning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm>.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. สรุปรายได้-รายจ่าย และดุลการท่องเที่ยวปี 2549.

(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก:

<http://www2.tat.or.th/stat/download/tex/22/Tourism%20Revenue%202006.doc>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bunditcenter.com/promote/ccitizen/view.php?systemmodulekey>.

เกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัย. 2550. นิตรรศการ “บนเส้นทางงานวิจัยมหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์ปี 2549” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

http://www.rdi.ku.ac.th/kasetfair49/Social/s_06/s_06.htm.

เกาะยอ : ท่องเที่ยวแบบมีคุณค่า. (2550). เกาะยอ. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.pop.co.th/travel/scoop/agro/kohyor.php>.

ข้อมูลเชิงวิชาการ- การท่องเที่ยว. 2550. ท่องเที่ยวเชิงเกษตร. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

http://www.mots.go.th/tour_description.htm.

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว : ตำบลเกาะยออำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. 2550. ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง

จังหวัดสงขลา. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaitambon.com/tombon/tprdslist.asp?ID = 900106>.

ท่องเที่ยว>สงขลา. (2550). สงขลา - สะพานหินสุสานนท์. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

http://www.Travel.sanook.com/south/songkha/songkha_03806.php.

บูรพาวิทยาลัย. (2550). ความหมายการท่องเที่ยว. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.nectec.or.th/courseware/siamculture/travel/knowkedge>.

เบญจมาศ อุทกศิริ. (2550). ความหมายการท่องเที่ยว. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakan>.

พิบูล ทีปะปาล. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรรการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2543). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:

ธนรัชการพิมพ์.

มธุรส ปรานไพรี. (2546). โสมสตร์กับการจัดการ.(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก:

<http://gold.rajabhat.edu/Acadcmic/documents/RIP/11-2/006.pdf>

สถาบันทักษิณคดีศึกษา. (2550). สถาบันทักษิณคดีศึกษา. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.doh.go.th/dohweb/hwyorg31100/tour6.htm>.

สะพานติณสูลานนท์ – วิกิพีเดีย. (2550). สะพานติณสูลานนท์. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.th.wikipedia.org/wiki>.

สุดาควง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ปรเกษพริก.

สุดาพร คุณชาลบุตร. (2549). หลักการตลาดสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิมล แม้นจริงและเกยูร ไยบัวกลิ่น. (2550). การส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :

ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.

นิยามของคำว่า “ การตลาด ” (Marketing). 2550. ความหมายของการตลาด.

(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <http://www.geocities.com/thmarket282>.

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ. (2550). เกาะยอ. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.kohyor.thaigov.net/center/center2.html>.

Kotler Philip. (2503). Marketing Management. Eleventh Edition. Pearson Education, Inc.

New Jersey.