บทที่ 4
สภาพปัญหาและแนวทางพัฒนาทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) สภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ ปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ ปัญหาอื่น ๆ และแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีรายละเอียด ดังนี้

สภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ

จากการศึกษาสวนเกษตรในเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้ โดยกระบวนการสัมภาษณ์ (Interview) จากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า มีจำนวน 3 สวน ประกอบด้วย

1. สวนสมรม ของ นายไพจิตร ปริศวงศ์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. สวนละมุด ของ นายวิสุทธิ์ สวัสดิ์มณี ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. สวนจำปาดะขนุน ของ นายเถ็กฉ้วน ศรีสุวรรณ ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

สภาพทั่วไปของสวนผลไม้ทั้ง 3 สวน จากการศึกษา พบว่า

1) สวนสมรม

สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ ด้านหน้าติดกับถนนสายหลักของหมู่บ้าน การคมนาคมสะดวก มีป้ายจุดท่องเที่ยวสวนสมรมอย่างชัดเจน มีเนื้อที่ 24 ไร่ เป็นสวนผลไม้แบบผสมผสานที่ทำมานานกว่า 50 ปี และได้รับการยอมรับให้เป็นสวนผลิตผลต้นแบบจากภูมิปัญญาดั้งเดิมในการดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียงของกลุ่มเกษตรกรชาวเกาะยอ ภายในสวนประกอบด้วยผลไม้นานาพันธุ์มากกว่า 20 ชนิด อาทิ มังคุด สะตอ กระท้อน ทุเรียน เงาะ ลองกอง จำปาดะ ขนุน

สละอินโด สละเนินวงศ์ ทับทิม เชอรี่ มะละกอ และกล้วย ในการเข้าชมสวนของนักท่องเที่ยวเมื่อก่อนมีการกำหนดอัตราค่าเข้าชม โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ การเข้าชมสวน นอกฤดูกาลผลไม้ คิดค่าบริการจากนักท่องเที่ยวคนละ 25 บาท บริการน้ำผลไม้ และการเข้าชมสวนในฤดูกาลผลไม้ เช่น ฤดูลองกอง คิดค่าบริการคนละ 100 บาท โดยเก็บผลให้รับประทานในสวน แล้วให้กลับคนละ 2 กิโลกรัม แต่ปัจจุบันไม่ได้คิดค่าเข้าชม เนื่องจากผลไม้ให้ผลผลิตไม่มากนัก และมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อผลไม้ถึงสวน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนเพื่อการศึกษาและเชิงวิชาการทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรีไม่คิดค่าบริการใด ๆ ด้านการติดต่อเข้าชมส่วนใหญ่เป็นการติดต่อจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเพื่อนำนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากหน่วยงานภาครัฐจากจังหวัดต่าง ๆ เพื่อศึกษาดูงาน และนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวหรือมีเบอร์โทรศัพท์ก็จะโทรศัพท์ติดต่อมาโดยตรง ถ้ามาเที่ยวในรูปแบบของทัวร์นำเที่ยว ส่วนใหญ่จะมาประมาณครั้งละไม่เกิน 10 คน โดยแต่ละครั้งใช้เวลาเที่ยวชมประมาณ 1-2 ชั่วโมง สวนสมรมได้รับการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เคย มาเที่ยว ไม่มีมัคคุเทศก์ในการแนะนำการท่องเที่ยวประจำสวนสมรม แต่เป็นการกระทำโดยเจ้าของสวนให้การต้อนรับบรรยายขั้นตอนการทำสวน และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ดังนั้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวชมซึ่งส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของบริษัทนำเที่ยว ก็จะมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นล่ามในการบรรยาย แนะนำและตอบข้อซักถาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถ ศาลาประกอบกิจกรรมและนั่งพักผ่อน ถนนคอนกรีตสำหรับการเดินชมสวน บ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวบ่อน้ำใช้ตลอดปี ก่อนการเข้าชมสวนสมรมทางสวนจะแจ้งข้อปฏิบัติหรือข้อห้ามคือไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเก็บผลไม้เอง เนื่องจากบางครั้งการเก็บผิดวิธีอาจทำให้กิ่งหักหรือกิ่งตาย และเจ้าของสวนจะเก็บผลไม้ให้ชิมเอง นอกจากนั้นก็อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้ตามอัธยาศัย (ณัฐรดา ปริศวงศ์, 2555)

2) สวนละมุด

สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ ด้านหน้าติดกับถนนสายหลักของหมู่บ้าน การคมนาคมสะดวก เป็นสวนที่เน้นการปลูกต้นละมุดพันธุ์ไข่ห่าน จำนวน 50 ต้น นอกจากนั้นมีการปลูกผลไม้อื่นเสริมบ้างสำหรับบริโภคในครัวเรือน ในการเข้าชมสวนของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรีไม่คิดค่าบริการใด ๆ แต่บางครั้งได้รับค่าตอบแทนจากนักท่องเที่ยว จากการนำชม การบรรยายขั้นตอนการทำสวน การสาธิตการเก็บเกี่ยวผล การล้างการบ่มผลละมุด ด้านการติดต่อเข้าชม ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเพื่อนำนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากหน่วยงานภาครัฐจากจังหวัดต่าง ๆ เพื่อศึกษาดูงาน และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มติดต่อผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ นอกจากนั้นก็มีนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาพบแล้ว

แวะซื้อของที่ระลึกที่มีจำหน่ายภายในบริเวณสวน ได้แก่ ผลละมุด กุ้งส้ม กะปิ น้ำข้าวยำ กุ้งแห้ง และได้ขออนุญาตเข้าไปเดินชม ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากด้านรสชาติและความหวานอร่อยของผลละมุด แล้วกลับมาซื้อซ้ำ เจ้าของสวนเป็นมัคคุเทศก์ในการแนะนำด้วยตนเอง รวมทั้งบรรยายขั้นตอน ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น แนะนำห้องน้ำ จุดพักผ่อน ศาลานั่งพัก และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ศาลาประกอบกิจกรรมและนั่งพักผ่อน ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนสถานที่จอดรถในสวนค่อนข้างคับแคบ ต้องจอดริมถนน มีบ่อน้ำใช้ตลอดปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นคณะและแจ้งกำหนดการเดินทางล่วงหน้า ทางสวนจะจัดเตรียมน้ำดื่มและผลละมุดไว้บริการโดยไม่คิดมูลค่า และอนุญาตให้นักท่องเที่ยวทดลองเก็บผลละมุดได้ โดยเจ้าของสวนเป็นผู้ดูแลและสอน ส่วนใหญ่อนุญาตให้เก็บ 1-2 ผล เพื่อสาธิตให้นักท่องเที่ยวด้วยกันดู (วิสุทธิ์ สวัสดิ์มณี, 2555)

3) สวนจำปาดะขนุน

สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ อยู่ห่างจากถนนสายหลักของหมู่บ้านประมาณ 50 เมตร มีป้ายจุดท่องเที่ยวสวนจำปาดะอย่างชัดเจน บริเวณสองข้างทางเข้าไปในสวนมีเต็มไปด้วยบรรยากาศที่ร่มรื่น มีพื้นที่ 11 ไร่ ปลูกยางพารา 7 ไร่ ปลูกจำปาดะขนุน 3 ไร่ ปลูกผลไม้อื่น ๆ เพื่อบริโภคในครัวเรือน 1 ไร่ เดิมมีต้นจำปาดะขนุนประมาณ 40 ต้น แต่ปัจจุบันต้นตายไปเหลือเพียง 25 ต้น จำปาดะขนุนเป็นผลไม้ที่ให้ผลผลิตทั้งปี แต่ทางสวนจะเก็บผลผลิตปีละ 2 ครั้ง โดยการปลิดผลที่ไม่สมบูรณ์ทิ้ง จะทำให้ได้ผลที่มีขนาดโตและสมบูรณ์ และยังเป็นการบำรุงรักษาต้นไปด้วย เมื่อออกผลทางสวนจะดูแลโดยการห่อด้วยโคระ (เป็นการสานใบมะพร้าวให้เป็นรูปทรงกระบอกใช้ห่อหรือสวมผลไม้จำพวกขนุนและจำปาดะ) เพื่อป้องกันไม่ให้แมลงหรือหนอนเข้าไปชอนไชผลจำปาดะขนุน ในการเข้าชมสวนของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรีไม่คิดค่าบริการใด ๆ ด้านการติดต่อเข้าชมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาด้านการเกษตร โดยการนำของหน่วยงานภาครัฐจากจังหวัดอื่นซึ่งประสานผ่านสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองสงขลา สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ และบางกลุ่มติดต่อผ่านมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตแต่จะเป็นการเผยแพร่ในเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เจ้าของสวนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวและเป็นมัคคุเทศก์บรรยายขั้นตอนการทำสวนจำปาดะขนุน การดูแลสวน การห่อผลเพื่อไม่ให้แมลงกัดกิน สำหรับสถานที่จอดรถไม่คับแคบมากนัก และมีบ่อน้ำใช้ตลอดปี (เถ็กฉ้วน ศรีสุวรรณ, 2555)

ปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ

จากการศึกษาปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้ของเกาะยอ จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว 7P's โดยศึกษาจากสวนผลไม้ในเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกระบวนการสัมภาษณ์ (Interview) พบว่า

1. สวนสมรม

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนสมรมที่มีชื่อเสียงของเกาะยอมานานกว่า 50 ปี มีขนาดพื้นที่ 24 ไร่ ปลูกพันธุ์ไม้ผลที่หลากหลายปะปนกันในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ให้ผลผลิตสลับกันตลอดปี สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาทำให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่น เหมาะที่จะให้เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านการเกษตร ด้านการทำสวนผลไม้พื้นเมืองและพันธุ์ไม้อื่น ๆ ได้เพิ่มความรู้ความเข้าใจด้านระบบนิเวศน์ของต้นไม้ที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ เจ้าของสวนเป็นตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพยี่ห้อพรีเมี่ยมกรีน และให้ผลผลิตทุกฤดูกาลตามแต่ประเภทของผลไม้ เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมบางครั้งทำให้นักท่องเที่ยวขาดความสนใจไปเพราะมาเที่ยวไม่ตรงกับฤดูกาลของผลไม้ และนอกจากการปลูกผลไม้พื้นเมืองแล้วการนำเอาผลไม้จากท้องถิ่นอื่นมาปลูกกระทำได้ยากเนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ด้านการจำหน่ายผลผลิตมีลูกค้ามารับซื้อถึงสวน และรับนักท่องเที่ยวเป็นคณะคราวละไม่เกิน 50 คน โดยคิดราคาแบบเหมาจ่าย คนละ 100 บาท

1.2 ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า จะเก็บค่าเข้าชมเฉพาะฤดูผลไม้

1.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าชมสามารถติดต่อเจ้าของสวนได้โดยตรง ติดต่อสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา และติดต่อสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองสงขลา

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต แต่ข้อมูลขาดความทันสมัยและขาดความต่อเนื่อง นอกจากนั้นก็เป็นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว

1.5 ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า มีความรู้และความถนัดในการบรรยายขั้นตอนการทำสวน การดูแลรักษาเป็นอย่างดี เนื่องจากปฏิบัติเป็นประจำ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว สาธิตการดูแลรักษาต้นไม้ ไม่มีมัคคุเทศก์ประจำสวน และเจ้าของสวนไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยว

1.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำที่สะอาด ศาลาประกอบกิจกรรม มีถนนคอนกรีตสำหรับการเดินเข้าไปในสวนและลำเลียงผลผลิตการคมนาคมสะดวก ภายในบริเวณสวนไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำสำหรับใช้ในฤดูแล้ง ยังคงต้องอาศัยน้ำจากธรรมชาติ ทำให้บางจุดของสวนเกิดความเสื่อมโทรม ได้รับผลผลิตที่ไม่สมบูรณ์ไม่สามารถนำมาบริการนักท่องเที่ยวได้

1.7 ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการชมสวนกระทำโดยเจ้าของสวน บรรยายกิจกรรมระหว่างชมอย่างคล่องแคล่วพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวหาประสบการณ์ได้ด้วยตัวเองเดินชมได้อย่างอิสระ แนะนำข้อปฏิบัติก่อนเข้าชม เช่น ผลไม้ต้นไหนเก็บได้ ห้ามเก็บลองกองด้วยการเด็ดแต่จะต้องใช้วิธีการตัด

2. สวนละมุด

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนผลไม้พื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของเกาะยอเน้นการปลูกละมุดเป็นหลัก โดยปลูกผลไม้อื่นเสริมเพียงเล็กน้อย ใช้พื้นที่อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ไม่มีพื้นที่ว่างเปล่า เป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสวนเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล มีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสวนอย่างเป็นระบบ ไม่ใช้สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลละมุดที่เน่าเสียและเปลือกผลไม้สำหรับไว้ใช้ในสวน นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าชมเพื่อศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ชิมละมุดสดจากในสวน มีจุดจำหน่ายบริเวณสวน ทำให้มีโอกาสกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นสวนที่ปลูกละมุดเป็นผลไม้หลัก ดังนั้นถ้าปีใดได้รับผลผลิตน้อย ก็จะส่งผลให้การสร้างรายได้ลดลง

2.2 ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า บางครั้งได้รับค่าตอบแทนจากการบรรยาย

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อเจ้าของสวนได้โดยตรง ติดต่อสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา อบต.เกาะยอ และการพูดแบบปากต่อปาก จุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วไปและเจ้าของสวนมีโอกาสได้พบปะทักทาย ทำให้ได้รู้จักสวนและเข้าไปเที่ยวชมได้ นักท่องเที่ยวทั่วไปไม่สนใจมาเที่ยวชมส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่หน่วยงานภาครัฐจัดมาเพื่อศึกษาดูงานและมาเป็นคณะ สำหรับการเข้าชมคราวละ 1-2 คน จะมีโอกาสน้อยกว่าเนื่องจากสวนเกษตรเป็นพื้นที่ส่วนตัวบุคคล

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยมากและไม่ต่อเนื่อง

2.5 ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า มีความรู้และความถนัดในการบรรยายขั้นตอนการทำสวน การดูแลรักษาเป็นอย่างดี เนื่องจากปฏิบัติเป็นประจำ มีประสบการณ์ด้านการทำสวนละมุดอย่างแท้จริง สามารถให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว สาธิตการดูแลรักษาต้นไม้

2.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนที่เน้นการปลูกละมุดเป็นหลัก มีป้ายแสดงเป็นจุดท่องเที่ยวสวนละมุดอย่างชัดเจน ใช้สอยพื้นที่อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ไม่มีพื้นที่ว่างเปล่า มีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสวนอย่างเป็นระบบไม่ใช้สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลละมุดที่เน่าเสียไว้ใช้เอง สวนโล่งเตียนเดินเข้าชมสะดวก จุดจำหน่ายผลไม้บริเวณสวน ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และยังมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อถึงสวน การคมนาคมสะดวก

2.7 ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า เจ้าของสวนนำชมสวนด้วยตัวเอง พร้อมทั้งบรรยายและตอบข้อซักถาม ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวหาประสบการณ์ได้ด้วยตัวเอง เดินชมได้อย่างอิสระ สาธิตการเก็บผลละมุด การล้างผลละมุด พร้อมทั้งให้นักท่องเที่ยวทดลองเก็บ

3. สวนจำปาดะ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนผลไม้พื้นเมืองที่มีชื่อเสียงและเป็นสวนจำปาดะขนุนที่ใหญ่ที่สุดในเกาะยอ ที่สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล นอกจากปลูกจำปาดะขนุนเป็นพืชหลักแล้ว ยังปลูกพืชเสริมอีกหลายชนิด ทั้งผลไม้ พืชสวนครัว รักษาระบบนิเวศน์ในสวนได้เป็นอย่างดี มีความหลากหลายของพืชนานาพันธุ์ เป็นการปลูกต้นไม้แบบพึ่งพาอาศัย จำปาดะขนุนเป็นผลไม้ที่ออกผลทั้งปีไม่ต้องรอฤดูกาล สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสวนเป็นอย่างดี การห่อหุ้มผลจำปาดะด้วยโคระทางมะพร้าวเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งวิธีการสานโคระซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน แต่ปัจจุบันการห่อหุ้มผลจำปาดะขนุนด้วยโคระกระทำเพียงบางส่วนเท่านั้น และบางส่วนห่อหุ้มด้วยถุงปูนซีเมนต์หรือกระสอบปุ๋ยแทน เนื่องจากสะดวกและรวดเร็วกว่า ไม่ใช้สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลไม้ที่เน่าเสียไว้ใช้เอง ความมีชื่อเสียงทางด้านรสชาติทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ และมีโอกาสได้ชิมจำปาดะขนุนสด ๆ จากสวน การจำหน่ายผลผลิตจะมีพ่อค้ามารับซื้อในสวน และบางส่วนนำออกไปจำหน่ายบริเวณตลาดเกาะยอ

3.2 ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า เข้าชมฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

3.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อได้หลายทาง ทั้งจากเจ้าของสวน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และกลุ่มอาชีพในตำบลเกาะยอ

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า แม้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต แต่ข้อมูลยังขาดความทันสมัยและขาดความต่อเนื่อง นอกจากนั้นมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับที่จัดทำโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนวางไว้ประจำสวน และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว

3.5 ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการสานโคระทางมะพร้าวเพื่อใช้ห่อหุ้มผลจำปาดะไม่ให้แมลงวันทองเข้าไปวางไข่ เป็นการป้องกันไม่ให้ผลไม้เน่าเสีย ประสบการณ์ในการทำสวนที่สะสมมาเป็นเวลานาน ทำให้มีความรู้และความชำนาญแนะนำวิธีการปลูก การดูแลผลจำปาดะ การตกแต่งผลไม่ให้แน่นเกินไปจะทำให้ได้รับผลผลิตที่ผลโต แนะนำการห่อผล การเก็บเกี่ยว ด้านอัธยาศัยให้การต้อนรับเป็นอย่างดียิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

3.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความเป็นธรรมชาติ มีความหลากหลายของพันธุ์พืชนานาชนิด เป็นการปลูกต้นไม้แบบพึ่งพาอาศัย มีหญ้าคลุมหน้าดินเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ของสวน เป็นผลไม้ที่ออกผลทั้งปีไม่ต้องรอฤดูกาล ไม่ใช้สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลไม้ที่เน่าเสียไว้ใช้เอง มีป้ายจุดท่องเที่ยวสวนละมุดให้เห็นอย่างชัดเจน สถานที่จอดรถสะดวกสบายสามารถจอดรถได้หลายคัน ไม่มีแหล่งน้ำสำหรับกักเก็บน้ำยามหน้าแล้ง มีเพียงน้ำบ่อสำหรับครัวเรือน การทำสวนยังคงพึ่งพาน้ำจากธรรมชาติ

3.7 ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเอาใจใส่ สาธิตการห่อผลจำปาดะ ถ้านักท่องเที่ยวสนใจซื้อผลไม้ในสวน ก็จะเป็นคนเก็บให้เอง

4. ปัญหาอื่น ๆ

จากการศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ ตามแนวทางทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P’s นอกจากนี้ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอยังมีด้านระบบโครงการพื้นฐานที่ยังไม่พัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะด้วยรถนำเที่ยวขนาดใหญ่ บางจุดรถไม่สามารถผ่านได้เนื่องจากมีสายไฟที่ชาวบ้านดึงขยายออกจากบ้านพักเพื่อนำไปใช้กับโฮมสเตย์ในทะเลหรือขนำเฝ้าปลากะพงในทะเล สายไฟห้อยต่ำรถโดยสารขนาดใหญ่ไม่สามารถผ่านได้

ชัยยุทธ เสาวคนธ์ (2555) ได้กล่าวถึงปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานของเกาะยอได้ดังนี้

"รถทัวร์เข้ามาบ่อย แต่รถไม่เข้าไปหรอกเพราะกลับรถยาก และสายไฟของชาวบ้านบางจุดรถทัวร์ผ่านไม่ได้ เขาดึงสายไฟไปใช้กับขนำฝ้าปลา สายไฟห้อยต่ำ ถ้ารถทัวร์มาส่วนมากก็จอดที่ตลาดแล้วต้องนั่งรถสองแถวเข้ามาอีกทอด"

ด้านสภาพพื้นที่สวนเกษตร จากการศึกษาพบว่า ไม่มีจุดบริการร้านอาหารและที่พัก ดังนั้น การเข้ามาท่องเที่ยวเกาะยอของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวสวนเกษตรแล้ว มักนิยมรับประทานอาหารทะเลและพักค้างคืนในเกาะยอ เพื่อการพักผ่อนและเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีความบันเทิง ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในเกาะยอได้เพิ่มการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความบันเทิง ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของเกาะยอ

นอกจากนี้ นิพนธ์ แซ่ตัน (2555) ได้กล่าวถึงผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวในเกาะยอไว้ดังนี้

"เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น ชาวบ้านก็หันไปสร้างโฮมสเตย์ในทะเลกันมากขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวชอบ ทำให้ทะเลไม่สวยเหมือนเมื่อก่อน เดี๋ยวนี้น้ำทะเลไม่สะอาด ขยะจากถุงพลาสติก ถ่ายของเสียลงทะเล ระบบนิเวศน์ถูกทำลาย ปลากะพงที่เลี้ยงในกระชังตาย ขาดทุนกันไปหลายราย บางรายถึงกับเลิกไปเลย"

และ คำรพ เสาวคนธ์ (2555) ยังได้กล่าวถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเกาะยอ ไว้ดังนี้

"ที่เกาะยอไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องอาชญากรรมนักหรอก นักท่องเที่ยวมาเที่ยว ชาวบ้านก็จะช่วยเป็นหูเป็นตา เคยมีบ้างเหมือนกันแต่ไม่ใช่คนเกาะยอเป็นคนทำ มาจากที่อื่นแต่มากระทำที่เกาะยอ"

แนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะยอ

นอกจากนี้ การศึกษาแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว 7P's โดยศึกษาจากสวนผลไม้ในเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกระบวนการสัมภาษณ์ (Interview) พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนเกษตรมีไม่หลากหลายนัก สามารถเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้อีก เช่น กิจกรรมการขยายพันธุ์พืช การสานโคระทางมะพร้าว การผลิตน้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า การเข้าชมกิจกรรมในสวนเกษตรสามารถกำหนดราคาได้จากรูปแบบกิจกรรม

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าเที่ยวชมสวนเกษตรสามารถติดต่อได้จากเจ้าของสวนโดยตรง ติดต่อผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด และกลุ่มอาชีพในตำบลเกาะยอ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่งเสริมให้มีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านการบริการนำเที่ยวต่อเยาวชนและชาวบ้านที่มีความสนใจ สามารถนำไปสู่การฝึกอบรมและส่งเสริมมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น รวมทั้งการเพิ่มทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า การจัดภูมิทัศน์ภายในสวนเกษตร จัดให้มีจุดจำหน่ายต้นกล้า จุดแปรรูปสินค้าทางการเกษตร จุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จุดพักผ่อนเพื่อสุขภาพ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสวนเกษตร

7) ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงสามารถส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ซึ่งกันและกัน

8) ด้านอื่น ๆ จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาด้านระบบโครงการพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา และเครือข่ายโทรคมนาคม (อินเตอร์เน็ต)