

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และเพื่อหาแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ คือ 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขอม 3) ตัวแทนของหมู่บ้านในตำบลเกาะขอม 4) นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การจดบันทึก การถอดเทป มาตรวจสอบความถูกต้อง จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

สรุปผล

จากการศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยศึกษาสภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม ศึกษาปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม ปัญหาอื่น ๆ และแนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้ พบว่า มีจำนวน 3 สวน ประกอบด้วย

1. สวนสมรม ของ นายไพจิตร ปรีศวงศ์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

2. สวนละมุด ของ นายวิสุทธิ์ สวัสดิ์มณี ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลเกาะขย อำเภอมือง จังหวัดสงขลา

3. สวนจำปาตะขุน ของ นายเถ็กฉ้วน ศรีสุวรรณ ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเกาะขย อำเภอมือง จังหวัดสงขลา

สภาพทั่วไปของสวนผลไม้ทั้ง 3 สวน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) สวนสมรม เป็นสวนผลไม้ที่ปลูกผสมผสานกัน บนเนื้อที่ 24 ไร่ ได้รับการยอมรับให้เป็นสวนผลิตผลต้นแบบจากภูมิปัญญาดั้งเดิมในการดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียงของกลุ่มเกษตรกรชาวเกาะขย ภายในสวนประกอบด้วยผลไม้ นานาพันธุ์มากกว่า 20 ชนิด ในการเข้าชมสวนของนักท่องเที่ยว เมื่อก่อนคิดอัตราค่าบริการ โดยแบ่งเป็น ค่าบริการนอกฤดูกาลผลไม้ เก็บคนละ 25 บาท มีบริการน้ำผลไม้ และค่าบริการในฤดูกาลผลไม้ เก็บคนละ 100 บาท แล้วให้ผลไม้กลับไปบางส่วน แต่ปัจจุบันไม่คิดค่าเข้าชมเนื่องจากผลไม้ให้ผลผลิตไม่มากนัก และมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อผลไม้ถึงสวน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนเพื่อการศึกษาและเชิงวิชาการทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรี ไม่คิดค่าบริการใด ๆ การติดต่อเพื่อเที่ยวชมสวนส่วนใหญ่เป็นการประสานงานระหว่างภาครัฐด้วยกัน ในลักษณะของการนำกลุ่มอาชีพเพื่อศึกษาดูงาน นอกจากนั้น จะมีนักท่องเที่ยวบางส่วนติดต่อขอเข้าชมโดยตรง โดยแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวชมประมาณ 1-2 ชั่วโมง มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แต่ไม่มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ส่วนจึงเป็นแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว ไม่มีมีคฤเทศก์ในการแนะนำการท่องเที่ยว เจ้าของสวนให้การต้อนรับด้วยตนเองพร้อมทั้งบรรยายขั้นตอนการทำสวน และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ดังนั้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวชมซึ่งส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของบริษัทนำเที่ยว ก็จะมีมีคฤเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นล่ามในการบรรยาย แนะนำและตอบข้อซักถาม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถ ศาลาประกอบกิจกรรมและนั่งพักผ่อน ถนนคอนกรีตสำหรับการเดินชมสวน บ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว บ่อน้ำใช้ตลอดปี ก่อนการเข้าชมสวนสมรมทางสวนจะแจ้งข้อปฏิบัติหรือข้อห้าม คือ ให้อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเก็บผลไม้เองเนื่องจากบางครั้งการเก็บผิดวิธีอาจทำให้กิ่งหักหรือกิ่งตาย และเจ้าของสวนจะเก็บผลไม้ให้ชิมเอง นอกจากนั้นก็อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้ตามอัธยาศัย

2) สวนละมุด สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ ด้านหน้าติดกับถนนสายหลักของหมู่บ้าน การคมนาคมสะดวก เป็นสวนที่เน้นการปลูกต้นละมุดพันธุ์ไข่ห่าน มีจำนวน 50 ต้น และปลูกผลไม้เสริมบ้างสำหรับบริโภคในครัวเรือนทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรีไม่คิดค่าบริการใด ๆ แต่บางครั้งได้รับคำตอบแทนจากนักท่องเที่ยว จากการนำชม การบรรยายขั้นตอนการทำสวน

การสาธิตการเก็บเกี่ยวผล การล้าง การบ่มผลละมุด การเข้าสู่สวนละมุดของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อประสานระหว่างภาครัฐด้วยกันในลักษณะของการศึกษาดูงาน นอกจากนั้นก็ยังมีนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาพบแล้วแวะซื้อของที่ระลึกที่มีจำหน่ายภายในบริเวณสวน และขออนุญาตเข้าไปเดินชม ด้านการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากด้านรสชาติและความหวานอร่อยของผลละมุด แล้วกลับมาซื้อซ้ำ เจ้าของสวนเป็นมัคคุเทศก์ในการแนะนำด้วยตนเอง รวมทั้งบรรยายขั้นตอนการทำสวน ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสวน ได้แก่ ศาลาประกอบกิจกรรมและนั่งพักผ่อน ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนสถานที่จอดรถในสวนค่อนข้างคับแคบต้องจอดริมถนน มีบ่อน้ำใช้ตลอดปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นคณะและแจ้งกำหนดการเดินทางล่วงหน้า ทางสวนจะจัดเตรียมน้ำดื่มและผลละมุดไว้บริการโดยไม่คิดมูลค่า และอนุญาตให้นักท่องเที่ยวทดลองเก็บผลละมุดได้ โดยเจ้าของสวนเป็นผู้ดูแลและสอน

3) สวนจำปาอะขุน สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ อยู่ห่างจากถนนสายหลักของหมู่บ้านประมาณ 50 เมตร มีป้ายจุดท่องเที่ยวสวนจำปาอะขุนอย่างชัดเจน บริเวณสองข้างทางเข้าไปในสวนที่เต็มไปด้วยบรรยากาศที่ร่มรื่น พื้นที่ปลูกจำปาอะขุนจำนวน 3 ไร่ เดิมมีต้นจำปาอะขุนประมาณ 40 ต้น แต่ปัจจุบันต้นตายไปเหลือเพียง 25 ต้น เป็นผลไม้ที่ให้ผลผลิตทั้งปี เมื่อออกผลดูแลโดยการห่อด้วยโคระ (เป็นการสานใบมะพร้าวให้เป็นรูปทรงกระบอกใช้ห่อหรือสวมผลไม้จำพวกขุนและจำปาอะ) เพื่อป้องกันไม่ให้แมลงหรือหนอนเข้าไปชอนไชผลจำปาอะขุน ในการเข้าชมสวนของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งทางสวนอนุญาตให้เข้าชมฟรีไม่คิดค่าบริการใด ๆ ด้านการติดต่อเข้าชมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาด้านการเกษตร โดยการนำของหน่วยงานภาครัฐจากจังหวัดอื่น ซึ่งประสานผ่านสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองสงขลา สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะข่อ และบางกลุ่มติดต่อผ่านมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตแต่จะเป็นการเผยแพร่ในเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม เจ้าของสวนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวและเป็นมัคคุเทศก์บรรยายขั้นตอนการทำสวนจำปาอะขุน การดูแลสวน การห่อผลเพื่อไม่ให้แมลงกัดกิน

ปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะข่อ

ด้านปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้ของเกาะข่อ โดยศึกษาจากสวนผลไม้ในเกาะข่อ ตำบลเกาะข่อ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 3 สวน ตามทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ 7P's สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สวนสมรม

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนสมรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา มีขนาดพื้นที่ 24 ไร่ ปลูกพันธุ์ไม้ผลที่หลากหลายปะปนกันในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ให้ผลผลิตสลับกันตลอดปี สภาพพื้นที่ตั้งอยู่บนเนินเขา ทำให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่น เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านผลไม้พื้นเมืองและพันธุ์ไม้อื่น ๆ ได้เข้าใจระบบนิเวศของต้นไม้ที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เพิ่มความรู้และประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าของสวนเป็นตัวแทนจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพยี่ห้อพรีเมียมกรีน

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า จะเก็บค่าเข้าชมเฉพาะฤดูผลไม้

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าชมสามารถติดต่อเจ้าของสวนได้โดยตรง ติดต่อสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา และติดต่อสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองสงขลา

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า มีความรู้และความถนัดในการบรรยายขั้นตอนการทำสวน การดูแลรักษาเป็นอย่างดี เนื่องจากปฏิบัติเป็นประจำ มีทัศนคติดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว และสาธิตการดูแลรักษาต้นไม้

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำที่สะอาด ศาลาประกอบกิจกรรม มีถนนคอนกรีตสำหรับการเดินเข้าไปในสวนและลำเลียงผลผลิต และการคมนาคมสะดวก

7) กระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการชมสวนกระทำโดยเจ้าของสวนบรรยายกิจกรรมระหว่างชมอย่างคล่องแคล่วพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวหาประสบการณ์ได้ด้วยตัวเอง เดินชมได้อย่างอิสระ แนะนำข้อปฏิบัติก่อนเข้าชม เช่น ผลไม้ดินไหนเก็บได้ ห้ามเก็บลองกองด้วยการเด็ดแต่จะต้องใช้วิธีการตัด

ปัญหาทางการตลาดการท่องเที่ยวของสวนสมรม พบว่า

1) สวนสมรมให้ผลผลิตแต่ละประเภทตามฤดูกาล เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมจึงทำให้นักท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจ และนอกจากผลไม้พื้นเมืองแล้ว การนำเอาผลไม้จากท้องถิ่นอื่นมาปลูกกระทำไ้ยากเนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

- 2) ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตไม่ได้ปรับปรุงให้ทันสมัย และขาดความต่อเนื่อง
- 3) ไม่มีมีคฤเทศก์ประจำสวน และเจ้าของสวนไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวได้
- 4) ภายในบริเวณสวนไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำสำหรับใช้ในฤดูแล้ง ยังคงต้องอาศัยน้ำจากธรรมชาติ ทำให้บางจุดของสวนเกิดความเสื่อมโทรม ได้รับผลผลิตที่ไม่สมบูรณ์ไม่สามารถจำหน่ายได้

สวนละมุด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนผลไม้พื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของเกาะขอนแก่นการปลูกละมุดเป็นหลัก โดยปลูกผลไม้เสริมเพียงเล็กน้อย ใช้พื้นที่อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ไม่มีพื้นที่ว่างเปล่า เป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสวนเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล มีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสวนอย่างเป็นระบบ ไม่ใช่สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลละมุดที่เน่าเสียและเปลือกผลไม้สำหรับไว้ใช้ในสวน นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เข้าชมเพื่อศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ชิมละมุดสดจากในสวน มีจุดจำหน่ายบริเวณสวนทำให้มีโอกาสกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว
- 2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า บางครั้งได้รับค่าตอบแทนจากการบรรยาย
- 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อเจ้าของสวนได้โดยตรง ติดต่อสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขอย และการพูดแบบปากต่อปาก จุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วไปและเจ้าของสวนมีโอกาสได้พบปะ ทักทาย ทำให้ได้รู้จักสวนและเข้าไปเที่ยวชมได้
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว
- 5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า มีความรู้และความถนัดในการบรรยายขั้นตอนการทำสวน การดูแลรักษาเป็นอย่างดี เนื่องจากปฏิบัติเป็นประจำ มีประสบการณ์ด้านการทำสวนละมุดอย่างแท้จริง สามารถให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว และสาธิตการดูแลรักษาต้นไม้
- 6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนที่เน้นการปลูกละมุดเป็นหลัก มีป้ายแสดงเป็นจุดท่องเที่ยวสวนละมุดอย่างชัดเจน ใช้สอยพื้นที่อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ไม่มีพื้นที่ว่างเปล่า มีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสวนอย่างเป็นระบบ ไม่ใช่สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลละมุดที่เน่าเสียไว้ใช้เอง สวนโล่งเตียนดินเข้าชมสะดวก จุดจำหน่าย

ผลไม้บริเวณสวน ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และยังมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อถึงสวน และการคมนาคมสะดวก

7) กระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า เจ้าของสวนนำชมสวนด้วยตัวเอง พร้อมทั้งบรรยายและตอบข้อซักถาม ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวหาประสบการณ์ได้ด้วยตัวเอง เดินชมได้อย่างอิสระ สาธิตการเก็บผลละมุด การล้างผลละมุด พร้อมทั้งให้นักท่องเที่ยวทดลองเก็บ

ปัญหาทางการตลาดการท่องเที่ยวของสวนละมุด พบว่า

1) เนื่องจากเป็นสวนที่ปลูกละมุดเป็นผลไม้หลัก ดังนั้นถ้าปีใดได้รับผลผลิตน้อยก็จะส่งผลให้การสร้างรายได้ลดลง

2) นักท่องเที่ยวทั่วไปไม่สนใจมาเที่ยวชม ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่หน่วยงานภาครัฐ จัดมาเพื่อศึกษาดูงานและมาเป็นคณะ

3) การเข้าชมคราวละ 1-2 คน จะมีโอกาสน้อยกว่าเนื่องจากสวนเกษตรเป็นพื้นที่ส่วนตัว บุคคล

4) ด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยมากและไม่ต่อเนื่อง

5) ปัญหาจากแมลงวันทองเข้าไปเจาะไชผลผลิต และสัตว์กัดกินผลไม้ ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายได้

สวนจำปาอะ

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนผลไม้พื้นเมืองที่มีชื่อเสียงและเป็นสวนจำปาอะขนาดที่ใหญ่ที่สุดในเกาะยอ ที่สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล นอกจากปลูกจำปาอะขนาดเป็นพืชหลักแล้ว ยังปลูกพืชเสริมอีกหลายชนิด ทั้งผลไม้ พืชสวนครัว รักษาระบบนิเวศน์ในสวนได้เป็นอย่างดี มีความหลากหลายของพืชนานาพันธุ์ เป็นการปลูกต้นไม้แบบพึ่งพาอาศัย จำปาอะขนาดเป็นผลไม้ที่ออกผลทั้งปีไม่ต้องรอฤดูกาล สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสวนเป็นอย่างดี การท่องเที่ยวชมสวนด้วยโครงการมะพร้าวเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งวิธีการสานโคระซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ไม่ใช่สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลไม้ที่เน่าเสียไว้ใช้เอง ความมีชื่อเสียงทางด้านรสชาติทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ และมีโอกาสได้ชิมจำปาอะขนาด ๆ จากสวน

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า เข้าชมฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อได้หลายทางทั้งจากเจ้าของสวน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และกลุ่มอาชีพในตำบลเกาะยอ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับที่จัดทำโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนวางไว้ประจำสวน และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านในการสานโคระทางมะพร้าวเพื่อใช้ห่อหุ้มผลจำปาจะไม่ให้แมลงวันทองเข้าไปวางไข่ เป็นการป้องกันไม่ให้ผลไม้เน่าเสีย ประสบการณ์ในการทำสวนที่สะสมมาเป็นเวลานาน ทำให้มีความรู้และความชำนาญ แนะนำวิธีการปลูก การดูแลผลจำปาตะ เช่น ต้นไหนที่ออกลูกแน่นไปก็จะปลิดทิ้ง เป็นการตกแต่งผลให้โต การห่อผล การเก็บผล อธิษาศัยดี ยืมเข็มแจ่มใส

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า เป็นสวนที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความเป็นธรรมชาติ มีความหลากหลายของพันธุ์พืชนานาชนิด เป็นการปลูกต้นไม้แบบพึ่งพาอาศัย ปลูกไม้ผลอื่น ๆ และพืชอื่น ๆ ที่อยู่ด้วยกันได้ มีหญ้าคลุมหน้าดินเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ของสวน เป็นผลไม้ที่ออกผลทั้งปีไม่ต้องรอฤดูกาล ไม่ใช่สารเคมี ผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลไม้ที่เน่าเสียไว้ใช้เอง มีป้ายจุดท่องเที่ยวสวนละมุดให้เห็นอย่างชัดเจน สถานที่จอดรถสะดวกสบายสามารถจอดรถได้หลายคัน มีน้ำบ่อใช้ตลอดปี

7) กระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเอาใจใส่ สาธิตการห่อผลจำปาตะ ถ้านักท่องเที่ยวสนใจซื้อผลไม้ในสวนก็จะเป็นคนเก็บให้เอง

ปัญหาทางการตลาดการท่องเที่ยวของสวนจำปาตะขุ่น พบว่า

1) ปัจจุบันการห่อหุ้มผลจำปาตะขุ่นด้วยโคระกระทำเพียงบางส่วนเท่านั้น และบางส่วนห่อหุ้มด้วยถุงปูนซีเมนต์หรือกระสอบปุ๋ยแทน เนื่องจากสะดวกและรวดเร็วกว่า ประกอบกับทางมะพร้าวสำหรับใช้สานโคระมีราคาแพงขึ้น และหายาก

2) แม้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แต่ข้อมูลยังขาดความทันสมัย และขาดความต่อเนื่อง

3) ไม่มีแหล่งน้ำสำหรับกักเก็บน้ำยามหน้าแล้ง การทำสวนยังคงพึ่งพาน้ำจากธรรมชาติ

4) ปัญหาจากแมลงวันทองเข้าไปเจาะไชผลผลิต ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายได้

ปัญหาอื่น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอยยังมีปัญหาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่พัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา และเครือข่ายโทรคมนาคม ด้านการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะขอยด้วยรถนำเที่ยวขนาดใหญ่ บางจุดมีสายไฟห้อยต่ำรดโดยสารขนาดใหญ่ไม่สามารถผ่านได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน รับประทานอาหาร

อาหารทะเล พักค้างคืนในเกาะขอม ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในเกาะขอมได้เพิ่มการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมบันเทิง ทำให้มีเสียงดังรบกวนชาวบ้าน เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสภาพแวดล้อม มีขยะมากขึ้น การถ่ายของเสียลงทะเลโดยปราศจากการบำบัดของโฮมสเตย์กลางทะเล ส่งผลให้ระบบนิเวศน์ถูกทำลาย ปลาเกะพงที่เลี้ยงในกระชังตาย แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมไม่ค่อยมีปัญหาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เนื่องจากชาวบ้านในเกาะขอมจะช่วยกันสอดส่องดูแล

แนวทางพัฒนาทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอม เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม ที่ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งจากเจ้าของสวนเกษตร หน่วยงานภาครัฐ ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจการท่องเที่ยว ต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดบริการ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมอย่างเหมาะสม ซึ่งปรากฏรายละเอียด ดังนี้

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนเกษตรมีไม่หลากหลายนัก สามารถเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้อีก เช่น กิจกรรมการขยายพันธุ์พืช การสานโคระทางมะพร้าว การผลิตน้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น
- 2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า การเข้าชมกิจกรรมในสวนเกษตรสามารถกำหนดราคาได้จากรูปแบบกิจกรรม
- 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าเที่ยวชมสวนเกษตรสามารถติดต่อได้จากเจ้าของสวน โดยตรง ติดต่อผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขอม เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด และกลุ่มอาชีพในตำบลเกาะขอม
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่งเสริมให้มีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- 5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านการบริการนำเที่ยวต่อเยาวชนและชาวบ้านที่มีความสนใจ สามารถนำไปสู่การฝึกอบรมและส่งเสริมทัศนคติในท้องถิ่น 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 (อินเทอร์เน็ต)

เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า สามารถเพิ่มกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ความรู้ด้านการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้อีก เช่น การทำสวนสมุนไพรในสวนผลไม้ เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมในสวนเกษตรสามารถกำหนดราคาได้จากรูปแบบตามความเหมาะสม การเก็บเงินค่าเข้าชมพร้อมทั้งให้บริการผลไม้หรือเครื่องดื่ม

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อได้จากเจ้าของสวนโดยตรง ติดต่อผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด และกลุ่มอาชีพในตำบลเกาะยอ กลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ ในเกาะยอ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยทำเป็นเอกสารที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ เพื่อให้เกิดการบอกต่อหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านการบริการนำเที่ยวต่อเยาวชนและชาวบ้านที่มีความสนใจ สามารถนำไปสู่การฝึกอบรมและส่งเสริมภาคีในพื้นที่

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความจำเป็นในตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าปกติเมื่อเดินทางท่องเที่ยว การบริการอาหารในแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับธรรมชาติ เป็นการสร้างรายได้ให้กับเจ้าของสวนอีกทางหนึ่ง

7) ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น สามารถส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ซึ่งกันและกัน

8) ด้านอื่น ๆ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยพื้นฐานในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะทำให้เกิดความสะดวก

ในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสุขความเพลิดเพลินในการพักผ่อน เพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นด้วย

ตัวแทนของหมู่บ้านในตำบลเกาะขย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อเกิดจิตสำนึกร่วมกัน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้วสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่น ๆ ได้จนสามารถกลายเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า การเข้าชมกิจกรรมในสวนเกษตรสามารถกำหนดราคาได้จากรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าเที่ยวชมสวนเกษตรสามารถติดต่อได้หลายทาง ทั้งจากประชาชนในท้องถิ่น ผู้แทนของหมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขย หน่วยงานภาครัฐในเกาะขย

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และจัดทำป้ายนิเทศบอกให้มีปริมาณมากขึ้น ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นการส่งเสริมการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านตลาดบริการต่อเยาวชนและชาวบ้านที่มีความสนใจ ส่งเสริมให้มีมีคฤศก์ท้องถิ่น เพิ่มทักษะการเรียนรู้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า การจัดฐานกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสวน ได้แก่ การปลูก การให้น้ำปุ๋ยต้นไม้ การเก็บผล การแปรรูป เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของสวน

7) ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงบูรณาการ เป็นการท่องเที่ยวที่ร่วมกันพัฒนาพื้นที่เกษตร อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและให้ความสนุกสนานจากการท่องเที่ยว โดยให้สวนเกษตรเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขย

8) ด้านอื่น ๆ จากการศึกษาพบว่า การสร้างและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค

ด้านนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนเกษตรมีความพร้อมในแต่ละด้านสำหรับบริการนักท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์นัก มีสิ่งดึงดูดใจให้เกิดความเพลิดเพลินบ้าง สามารถเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้อีก เช่น การผลิตปุ๋ยชีวภาพ กิจกรรมการขยายพันธุ์พืช การแปรรูปผลไม้ เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า การเพิ่มกิจกรรมในสวนเกษตรสามารถกำหนดอัตราค่าเข้าชมสวนได้ตามความเหมาะสม

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า การเข้าเที่ยวชมสวนเกษตรสามารถติดต่อได้หลายทาง ทั้งการติดต่อเจ้าของสวน องค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะขอย สำนักงานเกษตรจังหวัด ผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ในเกาะขอย

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมให้มีกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ เช่น การประกวดคำขวัญการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอย การประกวดภาพถ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอย เป็นต้น เป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอยเพิ่มขึ้น

5) ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านตลาดบริการต่อเยาวชนและชาวบ้านที่สนใจ ส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) จากการศึกษาพบว่า การเพิ่มกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้กับสวนเกษตร สามารถกระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งในรูปของร้านอาหารที่ให้บริการอาหารในท้องถิ่น ที่พักภายในสวนเกษตรที่มีบรรยากาศได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด

7) ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีรูปแบบกิจกรรมคล้ายกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ซึ่งกันและกัน

8) ด้านอื่น ๆ จากการศึกษาพบว่า ควรสร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม เกิดจากนโยบายของรัฐบาลที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านการเกษตรและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงของปีการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999) ซึ่งได้สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ และลดปัญหาการว่างงานอันเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของเกษตรกรในชนบท คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2543 ในการจัดตั้งโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภายใต้โครงการไทยเที่ยวไทย และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายใต้มาตรการส่งเสริมการพัฒนาชนบทและชุมชน (มพช.) อันเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น (ญาณิกรณ์ ธรรม โสคติ, 2549: 76-77) ทั้งยังเป็น การชักชวนให้คนต่างประเทศมาเที่ยวเมืองไทย ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหลายจังหวัดได้ให้ความสนใจในการกำหนดรูปแบบทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะขอมเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาได้ขยายตัวไปยังภูมิภาคใกล้เคียง กอปรกับความมีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลาด้านธุรกิจการค้าแหล่งสำคัญของภาคใต้ และด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นเกาะมีความอุดมสมบูรณ์ ธรรมชาติสวยงาม ความสะดวกด้านคมนาคม เพราะมีถนนสายหลักผ่าน ทำให้เกิดความน่าสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ผนวกกับสภาพวิถีการดำรงชีวิตในปัจจุบันและปัจจัยความดึงดูดทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการหาช่วงระยะเวลาหนึ่งสำหรับการพักผ่อนหรือหนีความวุ่นวายมาทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เน้นความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

ในอดีตเกาะขอมเป็นเมืองปิดการคมนาคมทำได้เฉพาะทางน้ำเท่านั้น ต่อมาเมื่อมีการสร้างสะพานติณสูลานนท์เพื่อเชื่อมถนนระหว่างอำเภอสิงหนครกับอำเภอเมืองสงขลา ทำให้ได้รับความสะดวกด้านการคมนาคม มีถนนสายหลักผ่านตลาดเกาะขอมซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก ทำให้มีลูกค้าจำนวนมากทั้งชายส่งและขายปลีก ประกอบกับมีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านอาหารทะเล จึงทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมมาเที่ยวชมแวะซื้อของฝากและสินค้าพื้นเมือง ทำให้ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จึงมีเพียงชาวบ้านบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้ที่มีย่านเรือนอยู่ริมถนน แต่ชาวบ้านหรือเกษตรกรผู้ผลิตได้รับประโยชน์ไม่มากนัก ดังนั้นเมื่อเกาะขอมได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเปิดโอกาสให้

ได้สัมผัสทรัพยากรธรรมชาติท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้เกาะขอมเป็นที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในเกาะขอมได้เพิ่มการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความบันเทิง ส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรถูกทำลาย

จากการศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสวนผลไม้เกาะขอมอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Products)

สวนผลไม้ทั้ง 3 สวน เน้นการปลูกผลไม้เศรษฐกิจของเกาะขอม สร้างรายได้หลักให้กับเจ้าของสวน ใช้ประโยชน์จากพื้นที่อย่างมีความคุ้มค่าสูงสุด เป็นการปลูกพืชตามระบบนิเวศที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสวนเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ แต่ยังคงขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในสวนได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวชมเชิงศึกษาดูงาน แล้วย่นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปปฏิบัติต่อเนื่องในภูมิสำเนาของตน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ทุกฤดูกาล เนื่องจากกิจกรรมในสวนจะหมุนเปลี่ยนไปตามฤดูกาลของผลไม้ เช่น การบำรุงรักษาต้น การตัดแต่ง การดูแลวัชพืช การปรับภูมิทัศน์ภายในสวนให้ดูสวยงามตามความเหมาะสม การสาน โคระเก็บถ่วงหน้าเพื่อเป็นการเตรียมห่อผลไม้ กระบวนการผลิตน้ำหมักชีวภาพจากผลไม้ที่เน่าเสีย และยังสามารเพิ่มเติมกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การแปรรูปผลไม้ การเพาะชำกล้าไม้เพื่อจำหน่าย การผลิตปุ๋ยชีวภาพ เป็นต้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตวงรัตน์ ชูวงศ์ (2553: 89) ศึกษาพบว่า ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชนคอเขา มีจุดเด่นที่หลากหลาย แต่ไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงให้มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งนี้ สวนเกษตรในเกาะขอม ควรต้องได้รับการปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมทางการเกษตรให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว เช่น การปรับภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม ให้เป็นที่น่าสนใจ สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อธิบายว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้น ๆ

จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการชมและสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ดีที่สุด เพื่อให้ได้ความรู้ ประสบการณ์ และความผ่อนคลาย ดังนั้นการสร้างผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุดจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีและกลับมาให้ความนิยมซ้ำ

2. ด้านราคา (Price)

สวนผลไม้ในเกาะชอง ไม่เน้นการเรียกเก็บค่าบริการจากการเข้าชมกิจกรรมในสวน แต่จะคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายช่วงฤดูกาลผลไม้ จะเห็นได้ว่าการตั้งราคาที่เหมาะสมกับการบริการ เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและจูงใจให้นักท่องเที่ยวหันมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การกำหนดราคาให้คุ้มกับการบริการที่ได้รับเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีในการไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว อีกทั้งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาดยา พรหมนะ (2550: 73) ศึกษาพบว่า ราคาที่น่าพอใจเป็น ราคาที่เปรียบเทียบได้ระหว่างคุณภาพและประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิตติกา ทางชั้น (2550: 136) ศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่ไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อนำรายได้ไปใช้ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม การตั้งราคาที่เหมาะสมถือเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อกำหนดราคาแล้วผู้ประกอบการต้องหาคำตอบให้ได้ว่าราคาใดที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเป็นสร้างภาพพจน์และคุณค่าต่อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นราคาจึงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

ธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น เนื่องจากผู้ผลิตไม่ต้องเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ ไปให้กับผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคต้องเข้ามาหาผลิตภัณฑ์หรือเข้ามาใช้บริการสวนผลไม้ เป็นการเลือกช่องทางเพื่อนำเสนอบริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้มีจำนวนมากที่สุด ทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบริการการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก เข้าถึงสวนผลไม้ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย จะเห็นได้ว่าการเดินทางเข้าสู่สวนผลไม้ มีการเลือกช่องทางการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่เหมือน ๆ กัน คือ การติดต่อเจ้าของสวนโดยตรง ติดต่อสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา ติดต่อสำนักงานเกษตรอำเภอ เมืองสงขลา และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะชอง อาจเป็นเพราะสวนเกษตรอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเดียวกัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและต้องการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะนำเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะชอง สามารถแจ้งความประสงค์ได้ ซึ่งการรับบริการแต่ละครั้งจะมีข้อจำกัด เช่น ต้องมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม และต้องแจ้งความประสงค์ล่วงหน้าหนึ่งสัปดาห์ เพื่อการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับตามลำดับที่แจ้งไว้ (คำรพ เสาวคนธ์, 2555)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35-36) กล่าวว่าช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้สินค้าหรือบริการตามต้องการเป็น กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการออกสู่ตลาดกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าสูงสุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา กิจกรรมขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านการสื่อสาร ผู้ประกอบการที่ต้องการให้สินค้ามีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงและประสบความสำเร็จ จะต้องมีการสื่อสารการตลาดที่ดี เข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นชักชวนผู้บริโภคให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการเร็วขึ้น การสื่อสารการตลาดของสินค้าบริการโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่าบริการมีประโยชน์อย่างไรบ้าง เมื่อไรถึงควรจะใช้ จะหาได้ที่ไหนและจะต้องทำอะไรบ้างในการมารับบริการนั้น ๆ จากการศึกษางานวิจัยของ ญาณิกรณ์ ธรรม โชติ (2549: 91-92) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมขาดการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังข้อมูลขาดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและไม่ทันสมัย องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขอมเป็นหน่วยงานราชการที่มีความใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมมากที่สุด ต้องให้ความร่วมมืออบรมคนในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม จัดทำแผ่นพับหรือเอกสารของแหล่งท่องเที่ยวในเกาะขอม พร้อมข้อมูลการเดินทาง ลักษณะทางกายภาพ จุดเด่นที่น่าสนใจและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือโรงแรมที่พัก แสดงแหล่งท่องเที่ยวไว้ในแผนที่จังหวัดสงขลา เว็บไซต์การท่องเที่ยว โดยนำเสนอเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นอกจากนั้นป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามถนนทางหลวงก็ถือเป็นวิธีการหนึ่งที่เป็นการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเกาะขอม

จะเห็นได้ว่ารูปแบบหรือวิธีการที่จะส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมนั้น สามารถทำได้โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิธีหลากหลายรูปแบบ เช่น เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องและทันสมัย ทำปฏิทินการท่องเที่ยว โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา รายการวิทยุและรายการทีวีของกรมประชาสัมพันธ์ จัดเทศกาลประจำปี และการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการบอกต่อ คือ การผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ คิรราคาให้เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป จะทำให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวประทับใจ และเกิดการพูดแบบปากต่อปาก ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมได้รับการประชาสัมพันธ์ไปในตัวอีกด้วย

5. ด้านบุคลากร (People)

กิจกรรมการนำเที่ยวในสวนผลไม้ กระทำโดยเจ้าของสวนที่เป็นมัคคุเทศก์เองมีความรู้และความถนัดในการบรรยายขั้นตอนการทำสวน การดูแลรักษาเป็นอย่างดี เนื่องจากปฏิบัติเป็นประจำ อธิษาศัยดีเยี่ยมเข้มแข็งมีไหวพริบดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว สาธิตการดูแลรักษาต้นไม้

การผสมระหว่างเกษตรกรผู้และเกษตรกรเมียของผลไม้บางประเภท การเก็บเกี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิตติกา ทางชั้น (2550: 139) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเชิงบูรณาการ พบว่า มัคคุเทศก์นำเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี มีสามารภให้ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีจำนวนมากเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความสามารถในการนำเที่ยวและให้คำแนะนำด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่ามัคคุเทศก์เป็นบุคคลที่มีความสำคัญที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคมวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ต่อนักท่องเที่ยว เป็นผู้ชี้แนะอธิบายสิ่งต่าง ๆ สร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ตอบคำถามทุกอย่างที่นักท่องเที่ยวสงสัยอยากรู้ตลอดจนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และป้องกันดูแลแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลุล่วงด้วยดี การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมมีปัญหาในด้านมัคคุเทศก์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวและมักประสบปัญหาด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากการศึกษางานวิจัยของ ญาณีกรณั ธรรมโชติ (2549: 138) พบว่า มัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมมีจำนวนน้อยและไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ต้องอาศัยมัคคุเทศก์ที่มากับกลุ่มนักท่องเที่ยวสื่อสารให้

อย่างไรก็ตามเกาะขอมจำเป็นต้องจัดให้มีมัคคุเทศก์ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับบริการนักท่องเที่ยวและต้องเป็นบุคคลที่มีใจรักด้านงานบริการ มีความสร้างแรงบันดาลใจและผูกมิตรกับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลอื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีบุคลิกภาพดี มีความรู้ดี มีวาทีศิลป์พร้อมที่จะเอาใจใส่ดูแลและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเสมอญาติ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกรอบอุ้ม ปลอดภัย และประทับใจในการท่องเที่ยว มีความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สอดคล้องกับ ฉิมานันท์ เอี่ยมเพชร (2555) กล่าวว่า ในปี 2558 ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ภาคธุรกิจทุกแขนงต้องตื่นตัวและเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรมตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น ภาครัฐควรให้ความร่วมมือในการจัดให้มีมัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเกาะขอมจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้านหนึ่ง โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขอมที่เป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและชุมชน (กนกอร มาไสว, 2555)

ยุพารรณ วรณวณิชช์ (2548: 29) กล่าวว่า บุคลากรในธุรกิจบริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตการบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ในการขายการบริการไปพร้อม ๆ กันอีกด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการจึงต้องทำการคัดเลือก อบรมและจูงใจพนักงานผู้ให้บริการให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เพื่อสร้างความแตกต่างให้อยู่เหนือคู่แข่ง

มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าแต่ละราย และมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทั้งนี้การบอกกันปากต่อปากระหว่างลูกค้าเกี่ยวกับผู้ให้บริการล้วนมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการท่องเที่ยวในสวนเกษตร

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

สวนผลไม้ทั้ง 3 สวน ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสม การคมนาคมสะดวก มีพื้นที่เพียงพอในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีห้องน้ำที่สะอาด ศาลาประกอบกิจกรรมทางเดินสำหรับเข้าไปในสวนและลำเลียงผลผลิต การคมนาคมสะดวก มีบ่อน้ำใช้ตลอดปี ไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำสำหรับใช้ในฤดูแล้ง จากผลการวิจัยของ ดวงรัตน์ ชูวงศ์ (2553: 90) ศึกษาพบว่า การบริการท่องเที่ยวของเกาะคอเขายังประสบกับปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจะต้องร่วมกันพัฒนาด้านระบบอำนวยความสะดวก ระบบไฟฟ้า ระบบประปา การจัดการถึงขยะ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ห้องน้ำ ให้มีเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่าปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณาก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและการบริการอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวหรือโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว

ในแต่ละปีการซื้อขายที่ดินและการเปลี่ยนการถือครองที่ดินในเกาะยอมีในอัตราสูง เนื่องจากเกาะยอมีสภาพภูมิประเทศที่โดดเด่นด้านธรรมชาติติดทะเล ทำให้ประชาชนจำนวนมากที่มีกำลังซื้อได้กว้านซื้อที่ดินเพื่อสร้างบ้านพักอาศัย และทำธุรกิจบ้านจัดสรรและธุรกิจอื่น ๆ ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลายไปจำนวนมาก เมื่อพื้นที่ธรรมชาติลดลงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาชื่นชมธรรมชาติลดลงไปด้วย (อัจฉิมา เพชรศรี, 2555)

7. ด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญที่สุด ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบหลายขั้นตอน (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 76) กิจกรรมการชมสวนผลไม้ทั้ง 3 สวน กระทำโดยเจ้าของสวน ตั้งแต่การต้อนรับนักท่องเที่ยว การนำเที่ยวพร้อมบรรยายกิจกรรมระหว่างการเดินทางชมอย่างคล่องแคล่ว พร้อมทั้งตอบข้อซักถามให้นักท่องเที่ยวสามารถทดลองเก็บได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ข้อปฏิบัติ เช่น ผลไม้ต้นไหน เก็บได้ ห้ามเก็บผลไม้วัยการเด็ดแต่ละจะต้องใช้วิธีการตัด สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจซื้อผลผลิต ทางสวนจะบริการเก็บให้ ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวด้านการรักษาความปลอดภัย อนุญาตให้นักท่องเที่ยวหาประสบการณ์ได้ด้วยตัวเองเดินชมได้ตามอรัญญา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาดยา พรหมนะ (2550: 68) ศึกษาพบว่า กระบวนการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอที่ต้องปรับปรุงให้มากที่สุด คือ การจัดการ

ด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว และควรจัดสรรงบประมาณการสนับสนุนจากภาครัฐให้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานมากขึ้น

ปัญหาอื่น ๆ

การเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว นั้น การคมนาคมและการขนส่งถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นอีกช่องทางที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2548: 28) กล่าวว่า ในแหล่งท่องเที่ยวนอกจากจะต้องมีทรัพยากรที่ดึงดูดใจแล้วต้องมีเส้นทางขนส่งหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งได้อย่างสะดวกและปลอดภัย และทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและประทับใจ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวจึงต้องปรับปรุงระบบ โครงสร้างพื้นฐานหลักที่สำคัญ ได้แก่ ระบบโครงสร้างถนน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบเครือข่ายโทรคมนาคม ให้มีความพร้อมในการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบให้ตระหนักถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ลดการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรท่องเที่ยว และควรเพิ่มการพัฒนา ด้านภูมิทัศน์ให้เป็นระเบียบและสวยงามอยู่เสมอ จะเห็นได้ว่าการบริการทางการท่องเที่ยวเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นจึงต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของบริการได้

จากการศึกษางานวิจัย เรื่อง แนวทางพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา นำผลการวิจัยมาสรุปปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Products) พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ด้านการเกษตร ด้านกระบวนการทำสวนผลไม้ และไม่มีสิ่งดึงดูดใจเพื่อสร้างความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไปมากนัก ไม่มีกิจกรรมจำหน่ายสินค้าด้านการเกษตร ต้นกล้าไม้ภายในบริเวณสวนเกษตร

2) ปัญหาด้านราคา (Price) พบว่า ไม่เน้นการเรียกเก็บค่าบริการจากการเข้าชมกิจกรรมในสวน แต่จะคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายช่วงฤดูกาลผลไม้ เป็นวิธีการจำหน่ายผลผลิตในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เจ้าของสวนลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งผลผลิต

3) ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) พบว่า การเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสวนเกษตรส่วนใหญ่เดินทางมาที่รถโดยสารของบริษัทนำเที่ยว ซึ่งหน่วยงานภาครัฐจัดให้มีขึ้นในรูปแบบของ

การศึกษาดูงาน เป็นการติดต่อระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกัน เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา ติดต่อผ่านสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา ต่อจากนั้น สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา ติดต่อมายังสวนเกษตรอีกที ซึ่งทำให้การเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวง่ายขึ้น และไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวทั่วไปมาเที่ยว เนื่องจากสวนเกษตรทั้ง 3 สวน ตั้งอยู่ในอาณาบริเวณพื้นที่ส่วนบุคคล การเข้าออกต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของสวนเท่านั้น

4) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม ไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน

5) ปัญหาด้านบุคลากร (People) พบว่า เจ้าของสวนเป็นมักคุเทศก์เอง มีอหยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอย่างมีไมตรี บรรยายขั้นตอนการทำสวนได้เป็นอย่างดี เป็นความเชี่ยวชาญที่เกิดจากประสบการณ์ แต่ไม่สามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เช่น รับการจองเข้าชมสวนทางอินเทอร์เน็ตล่วงหน้า และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

6) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) พบว่า สภาพทำเลที่ตั้งของสวนตั้งอยู่บนเนินเขาและที่ราบ การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำไว้ใช้ในฤดูแล้ง

7) ปัญหาด้านกระบวนการ (Process) พบว่า กิจกรรมการพาเที่ยวชมสวน เจ้าของสวนให้การต้อนรับด้วยตัวเอง เตรียมความพร้อมในการต้อนรับตลอดเวลา อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้ตามอหยาศัย แต่ต้องอยู่ภายใต้ข้อปฏิบัติของสวน

จากการนำผลการวิจัยมาสรุปสภาพและปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถนำผลสรุปการวิจัยมากำหนดแนวทางพัฒนาทางตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) ควรเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรที่นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติจริงร่วมกับเกษตรกร เช่น กิจกรรมการขยายพันธุ์พืช การสาน โคระทางมะพร้าว การผลิตน้ำหมักชีวภาพ และกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบของกิจกรรม

2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นการเชิญชวนนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และเป็นการตอกย้ำนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมให้เกิดการเที่ยวซ้ำ

3) ด้านบุคลากร (People) ควรมีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นให้กับเยาวชนในเกาะขอม ให้มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดบริการ เพิ่มทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นการกระจายรายได้สู่เยาวชนและชาวบ้านในท้องถิ่น

- 4) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ควรมีการจัดภูมิทัศน์ภายในสวนเกษตร จัดให้มีจุดจำหน่ายต้นกล้า จุดแปรรูปสินค้าทางการเกษตร จุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จุดพักผ่อนเพื่อสุขภาพ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสวนเกษตร
- 5) ด้านกระบวนการ (Process) ควรมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเป็นการกระจายรายได้ซึ่งกันและกัน
- 6) ด้านอื่น ๆ ควรเพิ่มการพัฒนาด้านระบบโครงการพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา และเครือข่ายโทรคมนาคม (อินเทอร์เน็ต) สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มความประทับใจและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 ควรเพิ่มกิจกรรมจุดเรียนรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการสาน โคระทางมะพร้าว เป็นการเพิ่มกิจกรรมในสวนเกษตรให้หลากหลายขึ้น และคงความเป็นเอกลักษณ์ของสวนเกษตรในเกาะยอ สามารถเพิ่มจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวได้
- 1.2 องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่มีความใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอมากที่สุด ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ประจำสวนเกษตรที่มีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้การแนะนำนักท่องเที่ยวด้านการทำสวนเกษตรได้ และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวได้
- 1.3 การเพิ่มกิจกรรมในสวนเกษตร ส่งเสริมให้เพิ่มกิจกรรมขยายพันธุ์พืช เช่น การทาบกิ่ง การตอนกิ่ง จำหน่ายในสวนเกษตร การแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสวนเกษตร
- 1.4 การจัดภูมิทัศน์ภายในสวนเกษตร ตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงาม ส่งเสริมพื้นที่ให้มีความปลอดภัย จัดให้มีจุดจำหน่ายต้นกล้า จุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จุดพักผ่อนเพื่อสุขภาพ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสวนเกษตร

2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 2.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยวิธีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยประชาสัมพันธ์ทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้อัดแผนท่องเที่ยวลงใน โปรแกรมการท่องเที่ยวของแต่ละบริษัท

2.2 ควรสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงบูรณาการ และสร้างความพร้อม
ในด้านการบริการและจัดระบบการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเครือข่ายตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสงขลาเพื่อเป็น
แนวทางกระตุ้นเศรษฐกิจในตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

3.2 ควรมีการศึกษาความร่วมมือและความต้องการเป็นมัลติเทคส์ของเยาวชนที่มีต่อ
การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ และ
สร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

