



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์

Developing Identity and Value Added of Samui Coconut
for Creative Tourism

โดย

ดร.นนทิภัก เพียรโรจน์ และคณะ

ตุลาคม 2560

สัญญาเลขที่ RDG5950033

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์

Developing Identity and Value Added of Samui Coconut
for Creative Tourism

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ดร. นนทิภักดิ์ เพียรโรจน์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ดร. สิริภัทร์ โชติช่วง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

อาจารย์กนกวรรณ ศรีขวัญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ชุดโครงการ “กลยุทธ์การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างมะพร้าวสมุย
กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แผนงานวิจัย กลยุทธ์การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างมะพร้าวสมุยกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเกิดจากการให้การสนับสนุนหลายๆ ฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี โครงการวิจัย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษาที่ได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัย รวมไปถึงขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช รองผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมมุ่งเป้า และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรธิกา พังงา ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้คำแนะนำและคอยประสานงานให้ทีมวิจัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในสำนักประสานงานโครงการวิจัย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่ประสานงาน คอยให้ข้อชี้แนะและให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ท้ายสุดนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี หน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัยที่อนุญาตให้คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูล รวมทั้งหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย ที่ให้ความอนุเคราะห์คณะผู้วิจัยเข้าสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้เป็นอย่างยิ่ง คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะมีประโยชน์สำหรับหน่วยงานองค์กรและชุมชนในพื้นที่ต่อไป

คณะผู้วิจัย
ตุลาคม 2560

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการ	การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ผู้วิจัย	ดร.นนทิภัก เพียรโรจน์ ดร.สิริภัทร์ โชติช่วง อาจารย์กนกวรรณ ศรีขวัญ
หน่วยงาน	คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

มะพร้าวเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุยจนได้รับการขนานนามว่า “มะพร้าวสมุย” (จิรา ปานทอง, 2553) และได้บัญญัติคำอยู่ในคำขวัญของอำเภอสมุย ในปี พ.ศ. 2554 ที่ว่า “พระใหญ่เกาะพาน อุทยานกลางทะเล เจดีย์ล้ำค่า ตายายเป็นหิน ดินแดนมะพร้าว ก้าวสู่สากล” (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2554) ซึ่งย้ำถึงอัตลักษณ์ของ “มะพร้าวสมุย” โดยการเปรียบเทียบเกาะสมุยให้เป็น “ดินแดนมะพร้าว” และนอกจากนี้คำขวัญใหม่ของอำเภอสมุยในปี พ.ศ.2558 (อำเภอสมุย, 2558) ที่เน้นอัตลักษณ์สำคัญด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุยไว้ดังนี้ “ปะการังงาม น้ำทะเลใส หาดทรายขาว มะพร้าวเยอะ” ซึ่งคำขวัญดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ นนทิภัก เพียรโรจน์ และคณะ (2558) ซึ่งพบว่า สิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเกาะสมุย คือ ต้นมะพร้าว ส่วนเอกลักษณ์ของเกาะสมุยในมุมมองของนักท่องเที่ยว คือ ความอุดมสมบูรณ์ห้อมล้อมด้วยมะพร้าว ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงมะพร้าวที่ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของเกาะสมุยเช่นกัน

ปัจจุบันธุรกิจภาคการท่องเที่ยวบนเกาะสมุยมีการขยายตัวมาก รวมทั้งการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเพิ่มขึ้น จึงมีการก่อสร้างอาคาร โรงแรมและสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการตัดต้นมะพร้าวเพื่อปรับพื้นที่ทำการก่อสร้าง ยิ่งทำให้พื้นที่ของสวนมะพร้าวลดน้อยลงไป และจากการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุย ทำให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยมีความตระหนักและมีความกังวลถึงมะพร้าวที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่กำลังหายไป ซึ่งที่ผ่านมาทางหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยได้ช่วยกันรณรงค์ปลูกมะพร้าวให้สมุยอย่างต่อเนื่องในช่วงวันสำคัญและเทศกาลต่างๆ และในปี 2553 เกาะสมุยได้เป็นเจ้าภาพการประชุมวิชาการมะพร้าวนานาชาติของสมาคมมะพร้าวแห่งเอเชียแปซิฟิก ครั้งที่ 44 ทางเทศบาลนครเกาะสมุยได้จัดงานวันมะพร้าวชาวสมุยขึ้น โดยคาดหวังว่าการจัดงานดังกล่าวจะสร้างจิตสำนึกให้กับชาวเกาะสมุยในการรักษาสวนมะพร้าว ต้นมะพร้าว และผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้คงอยู่กับเกาะสมุยตลอดไป ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวยังสามารถก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น ได้แก่ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มะพร้าว และอุตสาหกรรม

น้ำมันมะพร้าว (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556) และการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และวิถีชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวในการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุย แม้ว่าทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาสวนมะพร้าวของคนในท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการให้มะพร้าวสมุยเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะสมุย อย่างไรก็ตามการดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ยังขาดความต่อเนื่องและการจัดกิจกรรมที่เน้นการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวซึ่งมีไม่มากนัก อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยงกิจกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวที่สะท้อนอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เกาะสมุยเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน ยังก่ออัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์มะพร้าวสมุยให้อยู่คู่กับเกาะสมุยตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย
- 2) เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย
- 4) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจากการสำรวจพื้นที่อำเภอเกาะสมุย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ตำบลแม่น้ำ ตำบลอ่างทอง และตำบลลิงงาม เป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากพื้นที่ทั้ง 3 โซน มีสวนมะพร้าว กิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย จำนวน 72 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 518 ตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 129 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 389 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเกาะสมุย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์มะพร้าวสมุย การสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย ทักษะและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย รวมทั้งการรับรู้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ มิถุนายน 2559 – พฤษภาคม 2560

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะการวิจัย 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการจัดประชุมกลุ่มย่อย กับหน่วยงานภาครัฐ เจ้าของสวนมะพร้าวผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในประเด็นเกี่ยวกับทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในประเด็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ทัศนคติและความคิดเห็นต่อการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยสามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ คือ 1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของมะพร้าวสมุย ได้แก่คือ มีลักษณะลำต้นใหญ่ เนื้อไม้ของลำต้นมีการเรียงตัวของเสี้ยนมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง ส่วนผลมีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแน่นหนา มีความมันสูง เหมาะกับการนำมาแปรรูปเป็นอาหาร และ 2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยกับมะพร้าวสมุย

ทัศนคติและความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มะพร้าวในเกาะสมุยจะเน้นขายผลสดเพื่อส่งไปขายนอกพื้นที่เกาะสมุย ส่วนการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุยมีหลากหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่ชาวเกาะสมุยจะนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น และนำมะพร้าวมาเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นอาหารคาว หวาน ต่างๆ เช่น ขนมขึ้นชื่อในเกาะสมุยอย่างกาละแม ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก มี

ส่วนผสมของน้ำกะทิที่ให้ความหอมมันกลมกล่อม นอกจากนั้นยังมีการนำมาทำเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ของ ตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ โดยวัตถุดิบ คือ มะพร้าวที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มิใช่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เนื่องจากผลิตมะพร้าวสมุยลดลง
2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยให้เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัด
3. ขาดผู้นำที่เข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ
4. การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยยังไม่มีรูปธรรมที่ชัดเจน
5. การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยยังขาดความต่อเนื่อง

ความพร้อมและการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ต่างมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของกิจกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. เจ้าของสวนมะพร้าว

สวนมะพร้าวส่วนใหญ่ในเกาะสมุยไม่มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย เนื่องจากสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ในเกาะสมุยอยู่ในพื้นที่บนภูเขาสูง มีความยากลำบากในการเดินทางเข้าสวน ไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนมะพร้าวได้

2. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

- 2.1) การปลูกต้นมะพร้าวเพื่อเป็นภูมิทัศน์ภายในหน่วยงาน
- 2.2) การนำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของเกาะสมุยมาใช้ภายในหน่วยงาน
- 2.3) นำส่วนต่างๆ ของมะพร้าวมาแปรรูปเป็นของใช้ ของตกแต่งหรือของฝากให้เป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเกาะสมุยและได้แวะเวียนมาซื้อเพื่อเป็นของฝาก
- 2.4) ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการสาธิตขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดการเรียนรู้วิธีการทำให้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้ชม

3. หน่วยงานภาครัฐ

การมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยในด้านต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคเอกชนเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย เช่น กิจกรรมปลูกต้นมะพร้าว การรณรงค์ให้คนเกาะสมุยและนักท่องเที่ยวร่วมกันปลูกมะพร้าวเพื่อเพิ่มต้นมะพร้าวให้เกาะสมุย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลานาน 2) เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย และ 3) ชาวเกาะสมุยมีอาชีพดั้งเดิมคืออาชีพทำสวนมะพร้าว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย 2) บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน และ 3) เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ 2) การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัตถุประสงค์ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย และ 3) มัคคุเทศก์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) วิทยาการในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม 2) เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ และ 3) เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก โดยเดินทางด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัตถุประสงค์ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมสถานที่ และปัจจัยในการส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์กალละแม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อกალละแมจากสมุยเนื่องจากมีคุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ โดยเดินทางช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด

จากการท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวคือการเยี่ยมชมสถานที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวคือศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล และในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลจะทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย และ 3) เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวสมุย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย 2) ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว และ 3) มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย สามารถสรุปกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและมีร่วมได้ โดยตามพื้นที่วิจัยและพื้นที่จัดกิจกรรม ดังนี้

พื้นที่ตำบลแม่น้ำ

- 1) ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ณ จุดเรียนรู้ศิลปะการวาดภาพหัตถกรรมของนายประมวล ภูไพบูลย์
- 2) ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำไม้กวาดก้านมะพร้าวของนายปกรณ์ สุพันธ์
- 3) เรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ได้แก่ วิธีการปอกมะพร้าว การสอยมะพร้าว และการเผามะพร้าว ณ จุดรับซื้อมะพร้าวของนางสมพร แสนจิ๋ว

พื้นที่ตำบลอ่างทอง

- 1) เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าว ชมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน และของเล่นต่างๆที่ทำมาจากมะพร้าว ชมการสาธิตการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำขนมขี้มัน
- 2) เยี่ยมชมบรรยากาศในสวนผักและสวนผลไม้พื้นเมืองของเกาะสมุย และรับประทานอาหารกลางวันท้องถิ่นที่มีส่วนประกอบหลักของมะพร้าวโดยเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ

- 3) ชมและเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและต่อมะพร้าว
- 4) เรียนรู้วิถีชีวิตมะพร้าวสมุย ตั้งแต่พันธุ์มะพร้าวของเกาะสมุย วิธีการเพาะปลูก การคัดเลือกมะพร้าวเพื่อการขยายพันธุ์ วิธีการดูแลรักษา วิธีการเก็บเกี่ยวมะพร้าว รวมไปถึงให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำเครื่องจักสานโดยทำจากใบมะพร้าวของชาวบ้านที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

พื้นที่ตำบลลี้งาม

- 1) ปันจักรยานจากบ้านบางเก่าผ่านสวนมะพร้าวและผ่านทะเลตอไม้ของเกาะสมุย
- 2) รับประทานอาหารกลางวันท้องถิ่นที่มีส่วนประกอบของมะพร้าว
- 3) ชมและเรียนรู้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลาและต่อมะพร้าว
- 4) ชมและเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับมะพร้าว เช่น วิธีการปอกมะพร้าวโดยใช้เสียม วิธีการเผาถ่านกะลามะพร้าว และให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายด้วยการนวดจากชาวบ้าน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

1. สร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการสร้างการรับรู้สามารถทำได้ 2 รูปแบบ ดังนี้
 - 1) สร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย
 - 2) สร้างการรับรู้ผ่านสื่อ โดยปัจจุบันสื่อมีหลายรูปแบบ ประกอบด้วย 1) สื่อองค์กร เช่น ธุรกิจ โรงแรม สปา บริษัททัวร์ สายการบิน ร้านอาหาร 2) สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อ การแนะนำจากคนอื่น/คนในชุมชน 3) สื่อออนไลน์ เช่น Website, Fan Page ท่องเที่ยว และ 4) ป้ายสื่อความหมายแต่ละกิจกรรม
2. สร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ดังนี้
 - 1) สวนมะพร้าว จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย และจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสวนมะพร้าว
 - 2) วัตถุประสงค์ เนื่องจากมะพร้าวสมุยเป็นวัตถุประสงค์หลักในการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย การอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวสมุย โดยการมีสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อปลูกพันธุ์มะพร้าว สมุย และขยายพันธุ์ให้กับสวนมะพร้าวในสมุยให้ครอบคลุมทุกสวน
 - 3) กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตได้ เช่น ขนมหาลละแม ที่ยืดอายุขนมให้อยู่ได้นานมากขึ้น และผลิตภัณฑ์อื่นๆ สามารถชมและเรียนรู้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้
 - 4) บรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย

5) การให้บริการ โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับโรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ ในการนำผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยไปจำหน่าย

6) การสร้างแบรนด์มะพร้าวสมุย ประกอบด้วยการออกแบบตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารแบรนด์

ข้อเสนอแนะทั่วไปในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยควรร่วมมือกันในการรักษาอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย และทำหน้าที่นำเสนออัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ในฐานะเจ้าของพื้นที่ เพื่อสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้อย่างมากขึ้น และจะทำให้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยคงอยู่กับเกาะสมุยต่อไป

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ควรเลือกสื่อที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย นำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะสมุย

4) ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ นำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยไปให้บริการนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลแผนการตลาดใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ

5) โรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย
- 2) การศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยในตำบลอื่นๆ
- 3) การพัฒนาป้ายสื่อความหมายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย
- 4) การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อองค์กร สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ และป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ทุกภาคส่วนเข้าใจและเผยแพร่อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ในทิศทางเดียวกัน

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่า

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยแต่ละจุดของพื้นที่การวิจัย สามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ และนำไปสู่การจัดทำแผนการตลาดที่สามารถสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ด้านพาณิชย์

บริษัท เดอะกลอรี่เวิลด์ไวด์ทราเวล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัททัวร์ในอำเภอเกาะสมุย โดยจากผลการวิจัย ได้จัดทำโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และบริษัททัวร์ได้นำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยจากโมเดลกิจกรรมมาให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสถึงภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย

ด้านสังคมและชุมชน

บ้านสวนกลางสาต เป็นสวนพืชผักผลไม้ทั่วไปที่มีหลากหลายชนิด ซึ่งทางทีมงานวิจัยร่วมกับเจ้าของบ้านสวนกลางสาตได้คิดค้นและพัฒนากิจกรรมขึ้นภายในสวน ทำให้ผู้ประกอบการ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

บทคัดย่อ

ชื่อวิจัย	การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ผู้วิจัย	ดร.นนทิภัก เพียรโรจน์ ดร.สิริภัทร์ โชติช่วง อาจารย์กนกวรรณ ศรีขวัญ
หน่วยงาน	คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) สำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว สมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 4) จัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการจัดประชุมกลุ่มย่อย เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่าเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เห็นด้วยกับการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพราะจะทำให้มะพร้าวสมุยมีคุณค่ามากขึ้น และในปัจจุบันมีการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยโดยการนำมะพร้าวไปแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น และนำมะพร้าวมาเป็นส่วนประกอบแปรรูปเป็นอาหารคาว หวาน ต่างๆ เช่น ขนมขึ้นชื่อในเกาะสมุยอย่างกาละแม สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย เช่น ผลผลิตมะพร้าวที่ไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการขาดความรู้และขาดผู้นำที่เข้มแข็งในการพัฒนามะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เป็นต้น ส่วนผลการศึกษารับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยที่เหมือนกัน คือ เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย และการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเหมือนกันคือ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อพักผ่อน ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวคือ การเยี่ยมชมสถานที่

ผลผลิตที่ได้จากผลการวิจัย ได้แก่ จัดทำโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยและจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของเกาะสมุยและนำข้อมูลแผนการตลาดใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสม

Abstract

Research Title Developing Identity and Value Added of Samui Coconut for Creative Tourism

Researcher Nontipak Pianroj
Siripat Chodchuang
Kanokwan Srikhwan

University 1) Faculty of Liberal Arts and Management Sciences
Prince of Songkla University, Suratthani Campus
2) International School of Tourism Suratthani Rajabhat University

This paper aims to (1) study attitudes and factors affecting identity and value added of Samui coconut for creative tourism of coconut plantation owners, government agencies, entrepreneurs, and communities involved in coconut and its products and activities (2) explore tourists' perception and behavior related to Samui coconut and creative tourism (3) develop creative tourism activities reflecting identity and value added of Samui coconut (4) organize a marketing plan to create identity and value added of Samui coconut for creative tourism. The research methodology is as follows: (1) qualitative research through exploring the area, conducting structured interviews, arranging focus group meetings and collecting data from coconut plantation owners, government agencies, entrepreneurs, communities involved in the coconut together with its products and activities (2) quantitative research by using the questionnaire to collect data from both Thai and foreign tourists.

The findings reveal that the coconut plantation owners, government agencies, entrepreneurs and communities simultaneously agree with the identity creation of Samui coconut because it enables to heighten its value. Nowadays, the value is added by converting coconut into coconut oil, both hot and cold extraction; acting as a processing component of savory food and dessert such as Kalamae (sweet coconut paste); etc. Factors affecting the identity and value added include insufficient amount of coconut yield, entrepreneurs' insufficient knowledge and lack of strong leadership in the development of Samui coconut and its products. Moreover, the results on tourists' perception and behavior show that both Thais and foreigners similarly acknowledge that Samui Island has the highest number of coconut in Thailand. They express their

perception on creative tourism that there are various tourist attractions on the island such as historical, archeological, cultural, traditional places as well as beliefs. Other similarities in terms of behavior include getting tourism information from the Internet, visiting Samui Island for relaxing while their most demanding holiday experience is the islanders' way of life and the most demanding activity is visiting different tourist attractions.

The outputs of this study are (1) organizing a model of creative tourism activities that reflect Samui identity and value added (2) developing a marketing plan in creating Samui identity and value added for creative tourism. The related agencies can gain benefits from these outputs by using the creative tourism activities to promote an island tourism market whereas the marketing information can become a significant guideline for the future arrangements.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ฅ
ABSTRACT	ฐ
สารบัญ	ฒ
สารบัญตาราง	ด
สารบัญภาพ	ต
สารบัญแผนภูมิ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 กอบข่ายงานการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	5
1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผล	6
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	27
3.1 ระเบียบวิธีการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	27
3.2 ระเบียบวิธีการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	32
3.3 ระเบียบวิธีการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	35
3.4 ระเบียบวิธีการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 4	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	36
4.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	36
4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	48
4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	71
4.4 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4	81

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	85
5.1 สรุปผลการวิจัย	85
5.2 อภิปรายผล	91
5.3 ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	100

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	แสดงพื้นที่การปลูกมะพร้าวอำเภอเกาะสมุย	2
ตารางที่ 3.1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	28
ตารางที่ 3.2	แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	29
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย	52
ตารางที่ 4.2	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	53
ตารางที่ 4.3	ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	54
ตารางที่ 4.4	ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย	59
ตารางที่ 4.5	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	63
ตารางที่ 4.6	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	64
ตารางที่ 4.7	ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	65
ตารางที่ 4.8	ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	71
ตารางที่ 4.9	กิจกรรมแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	83

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1	แสดงกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	26

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเพศ 49
แผนภูมิที่ 4.2	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอายุ 4
แผนภูมิที่ 4.3	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานภาพ 50
แผนภูมิที่ 4.4	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการศึกษา 50
แผนภูมิที่ 4.5	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอาชีพ 51
แผนภูมิที่ 4.6	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านรายได้ 51
แผนภูมิที่ 4.7	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านเพศ 60
แผนภูมิที่ 4.8	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านอายุ 60
แผนภูมิที่ 4.9	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านสถานภาพ 61
แผนภูมิที่ 4.10	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านการศึกษา 61
แผนภูมิที่ 4.11	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านอาชีพ 62
แผนภูมิที่ 4.12	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านรายได้ 62
แผนภูมิที่ 4.13	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านภูมิลำเนา 63

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

มะพร้าวเป็นพืชยืนต้นชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับเกาะสมุย เนื่องจากเกาะสมุยในอดีตมีชื่อเสียงในด้านการเพาะปลูกมะพร้าวมาก เป็นเกาะที่มีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย สามารถผลิตผลมะพร้าว น้ำมันมะพร้าวให้คนไทยได้ใช้กว่า 100 ปี และถือได้ว่ามะพร้าวเป็นสัญลักษณ์คู่กับเกาะสมุยมาช้านาน (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย, 2555) ทั้งนี้มะพร้าวยังเป็นพืชที่มีคุณประโยชน์ที่หลากหลาย สามารถนำทุกส่วนของมะพร้าวมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น เปลือกมะพร้าวแก่นำมาใช้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ ต้นและกลามมะพร้าวใช้ทำเป็นงานหัตถกรรมต่างๆ นำมาใช้ทำฝาบ้าน ผลอ่อนใช้รับประทานน้ำและเนื้อ ผลแก่นำมาชูดคั้นน้ำกะทิ เปลือกมะพร้าวอ่อนนำมาแกงกิน ผลผลิตจากมะพร้าวจึงเป็นสิ่งที่ทำรายได้เลี้ยงคนบนเกาะสมุยมาอย่างต่อเนื่อง

มะพร้าวเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุยจนได้รับการขนานนามว่า “มะพร้าวสมุย” (จิราพานทอง, 2553) และได้บัญญัติคำอยู่ในคำขวัญของอำเภอสมุย ในปี พ.ศ. 2554 ที่ว่า “พระใหญ่เกาะพาน อุทยานกลางทะเล เจดีย์ล้ำค่า ตายายเป็นหิน ดินแดนมะพร้าว ก้าวสู่สากล” (สำนักงานจังหวัด สุราษฎร์ธานี, 2554) ซึ่งย้ำถึงอัตลักษณ์ของ “มะพร้าวสมุย” โดยการเปรียบเทียบ เกาะสมุยให้เป็น “ดินแดนมะพร้าว” และนอกจากนี้ คำขวัญใหม่ของอำเภอสมุยในปี พ.ศ. 2558 (อำเภอสมุย, 2558) ที่เน้นอัตลักษณ์สำคัญด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุยไว้ดังนี้ “ปะการังงาม น้ำทะเลใส หาดทรายขาว มะพร้าวเยอะ” ซึ่งคำขวัญดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ นนทิกัด เพียรโรจน์ และคณะ (2558) ซึ่งพบว่า สิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเกาะสมุย นอกจากชายหาดและน้ำทะเลสวยแล้ว คือต้นมะพร้าว ส่วนเอกลักษณ์ของเกาะสมุยในมุมมองของนักท่องเที่ยว นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือความอุดมสมบูรณ์หอมล้อมด้วยมะพร้าว ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงมะพร้าวที่ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของเกาะสมุยเช่นกัน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยยังคงนึกถึงมะพร้าวสมุย และเห็นว่ามะพร้าวสมุยยังเป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดเด่นของเกาะสมุย โดยจากโครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก ของบริษัท ดิอินเตอร์ แอคทีฟ รีเสิร์ช จำกัด (2552) ผลการวิจัยในพื้นที่เกาะสมุย พบว่า มะพร้าวเป็นจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันดับที่ 3

ปัจจุบันธุรกิจภาคการท่องเที่ยวบนเกาะสมุยมีการขยายตัวมาก รวมทั้งการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเพิ่มขึ้น จึงมีการก่อสร้างอาคาร โรงแรมและสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เพิ่มขึ้น มีการตัดต้นมะพร้าวเพื่อปรับพื้นที่ทำการก่อสร้าง ส่งผลให้พื้นที่มะพร้าวลดน้อยลงไป นอกจากนี้ชาวสวนมะพร้าวประสบกับปัญหาศัตรูพืช เช่น ดั้วแรด ดั้วงวง แมลงดำหนาม

และหนอนหัวดำ ทำให้มะพร้าวบนเกาะสมุยมีใบแห้งเฉา มียอดที่ไม่เขียวขจีแทรก มะพร้าวบางสวนก็ตายลงจนเหลือเป็นมะพร้าวยอดด้วน อีกทั้งที่ดินในเกาะสมุยมีราคาสูง ชาวสวนมะพร้าวหรือเกษตรกรจึงขายสวนมะพร้าวให้กลุ่มนักลงทุนเพื่อที่จะนำไปทำธุรกิจอื่นแทน ซึ่งคุ่มค่ากว่าการปลูกมะพร้าว ทำให้พื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุยลดน้อยลงและมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงพื้นที่การปลูกมะพร้าวอำเภอเกาะสมุย

พื้นที่ / ปี	2556	2557	2558
พื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้ว (ไร่)	70,928	66,170	66,136
พื้นที่ที่ยังไม่ให้ผลผลิต (ไร่)	375	214	162
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด (ไร่)	71,303	66,384	66,298

ที่มา: สำนักงานเกษตรอำเภอเกาะสมุย (26 กุมภาพันธ์ 2558)

จากการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุย ทำให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยมีความตระหนักและมีความกังวลถึงมะพร้าวที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่กำลังหายไป ซึ่งที่ผ่านมาทางหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยได้ช่วยกันรณรงค์ปลูกมะพร้าวให้สมุยอย่างต่อเนื่องในช่วงวันสำคัญและเทศกาลต่างๆ โดยในปี 2552 ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกาะสมุยร่วมกับเทศบาลนครเกาะสมุย สมาคมโรงแรมภาคใต้ฝั่งตะวันออก สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้จัดกิจกรรมคาราวานคืนมะพร้าวให้เกาะสมุย และในปี 2553 เกาะสมุยได้เป็นเจ้าภาพการประชุมวิชาการมะพร้าวนานาชาติของสมาคมมะพร้าวแห่งเอเชียแปซิฟิก ครั้งที่ 44 โดยทางเทศบาลนครเกาะสมุยได้จัดงาน วันมะพร้าวสมุยขึ้น ในฐานะเจ้าของพื้นที่ มีการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าว การจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวทั้งหมด รวมทั้งการแข่งขันกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมะพร้าว ซึ่งทางเทศบาลนครเกาะสมุย มีเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกให้กับคนเกาะสมุยในการรักษาสวนมะพร้าว ต้นมะพร้าว และผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้คงอยู่กับเกาะสมุยตลอดไป ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวยังสามารถก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น ได้แก่ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มะพร้าว และอุตสาหกรรมน้ำมันมะพร้าว (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556) และการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และวิถีชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวในการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในพื้นที่เกาะสมุยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมาย เช่น การดูลิงเก็บลูกมะพร้าว วิธีปลูกมะพร้าว รวมทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย และถือว่าเป็นกิจกรรมเหล่านี้เป็นวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ของเกาะสมุย และเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่งที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม

นี้ได้โดยตรง และยิ่งก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่อีกด้วย แต่กิจกรรมดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นเพียงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม ส่วนกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วยกันยังมีน้อย และปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว (ภักมณี แก้วสง่า และ นิศาชล จำนงศรี, 2555)

จากข้อมูลการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุย แม้ว่าทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาสวนมะพร้าวของคนในท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการให้มะพร้าวสมุยเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะสมุย อย่างไรก็ตามการดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ยังขาดความต่อเนื่องและการจัดกิจกรรมที่เน้นการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวซึ่งมีไม่มากนัก อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยงกิจกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวที่สะท้อนอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Developing Identity and Value Added of Samui Coconut for Creative Tourism) เพื่อให้เกาะสมุยเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน ยังคงอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์มะพร้าวสมุยให้อยู่คู่กับเกาะสมุยตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

1.2.2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

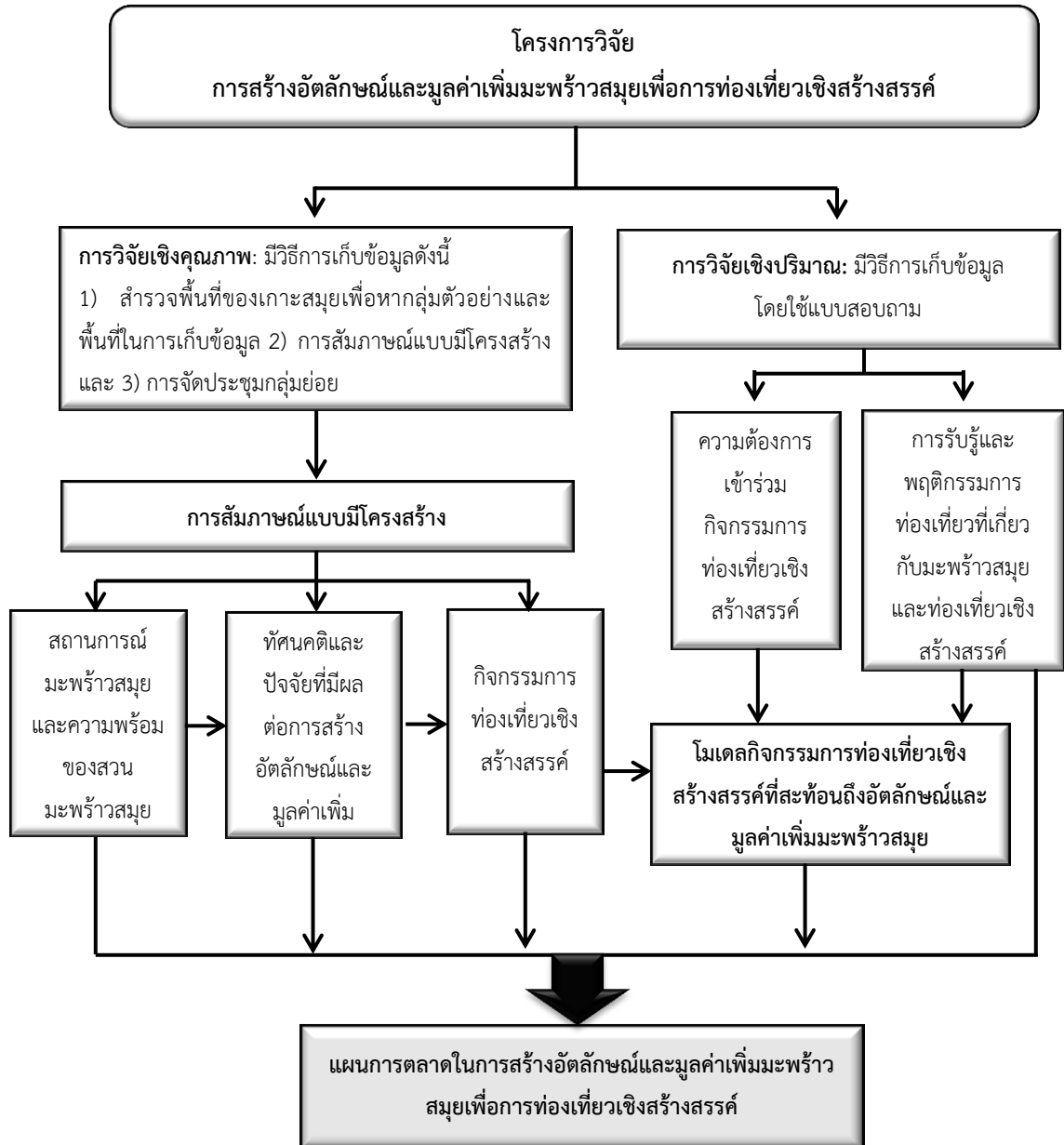
1.2.3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

1.2.4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะการวิจัย 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการจัดประชุมกลุ่มย่อย กับหน่วยงานภาครัฐ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในประเด็นเกี่ยวกับทัศนคติและ

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในประเด็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากข้อมูลข้างต้นสามารถกำหนดกรอบการวิจัยได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

มะพร้าวสมุย หมายถึง มะพร้าวที่ปลูกในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะสมุย ทั้งสามารถนำมาแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมาย สร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจและสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันของมะพร้าวสมุยกับมะพร้าวพื้นที่อื่นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น มะพร้าวสมุยมีผลขนาดใหญ่และเนื้อหนากว่ามะพร้าวพื้นที่อื่นๆ

มูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือการพัฒนาการแปรรูปมะพร้าวสมุยเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ให้มีคุณค่าในสายตานักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชาวเกาะสมุย

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจากการสำรวจพื้นที่อำเภอเกาะสมุย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ตำบลแม่น้ำ ตำบลอ่างทอง และตำบลดิ่งงาม เป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากพื้นที่ทั้ง 3 โซน มีสวนมะพร้าว กิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย จำนวน 72 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 518 ตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 129 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 389 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเกาะสมุย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์มะพร้าวสมุย การสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย รวมทั้งการรับรู้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ โดยข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการด้วยการ

สัมภาษณ์ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยข้อมูลมะพร้าวสมุย หรือแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของเกาะสมุย

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ มิถุนายน 2559 – พฤษภาคม 2560

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สามารถอธิบายตามรูปแบบการวิจัยได้ดังนี้

1.6.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการเรียบเรียงสรุปผลโดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive) ให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

1.6.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากแบบสอบถามที่ใช้สำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์และสรุป โดยแบบสอบถามส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และส่วนความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย มีเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง การรับรู้/ความต้องการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง การรับรู้/ความต้องการมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง การรับรู้/ความต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง การรับรู้/ความต้องการน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง การรับรู้/ความต้องการน้อยที่สุด

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.7.1 ทราบข้อมูลทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และการจัดทำแผนการตลาด

1.7.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย เป็นประโยชน์ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย ใช้ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของเกาะสมุย และผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว

1.7.3 แผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ นำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 4) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าว
- 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์
- 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่ม
- 5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 6) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 7) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าว

มะพร้าว (Coconut) มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Cocos nucifera* Linn. เป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจพืชหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากคนไทยรู้จักใช้เนื้อมะพร้าวในการบริโภคเป็นอาหารทั้งคาวและหวานในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมมะพร้าวใหญ่ๆ ได้ 2 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

1. ผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อการบริโภค เช่น อุตสาหกรรมมะพร้าวแห้ง อุตสาหกรรมน้ำมันมะพร้าว อุตสาหกรรมกะทิเข้มข้น อุตสาหกรรมมะพร้าวชูดแห้ง และอุตสาหกรรมน้ำตาลมะพร้าว เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรมและอุปโภค เช่น อุตสาหกรรมเส้นใยมะพร้าว อุตสาหกรรมแท่งเพาะชำ อุตสาหกรรมเผาถ่านจากกะลามะพร้าว อุตสาหกรรมแปรรูปมะพร้าว

มะพร้าว 1 ต้น สามารถแปรรูปได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สำหรับการแปรรูปมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

1. กะลามะพร้าว วัสดุเหลือใช้จากผลมะพร้าว สามารถนำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้มากมาย เช่น ทำถ่านหุงต้ม เครื่องตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ ตะเกียงเจ้าพายุ ฯลฯ เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย สุภาพสตรี ได้แก่ กระเป๋าถือ เข็มขัด เข็มกลัด ปิ่นปักผม สร้อย ฯลฯ และอุปกรณ์งานครัว ได้แก่ จาน ช้อน แก้ว ครก ฯลฯ แต่ส่วนใหญ่คนจะมองไม่เห็นคุณค่าของกะลามะพร้าว ทั้งที่กะลามะพร้าวมีคุณค่าและประโยชน์มากมาย นอกจากนี้ อาณะ โคทะเล (2556) ได้ศึกษาคุณค่าของกะลามะพร้าว โดยนำเสนอผ่านเรื่องราว 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) การแสดงภาพของกะลามะพร้าวเพื่อสื่อให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ต่างๆ ของกะลามะพร้าว 2) การแสดงภาพของลวดลายกะลามะพร้าวเพื่อสื่อให้เห็นถึงความหลากหลายและความแตกต่างของลวดลายกะลามะพร้าว และ 3) การนำเอากะลามะพร้าวมาแปะติดโดยเน้นสีจากกะลามะพร้าวเพื่อสื่อให้เห็นถึงความสวยงามและคุณค่าต่างๆ ของกะลามะพร้าว นอกจากนี้ ชูศักดิ์ จรุง สวัสดิ์ (2548) ได้ศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากกะลามะพร้าว จำนวน 3 กลุ่มอาชีพ ในจังหวัดพัทลุง พบว่าผลิตภัณฑ์มีตั้งแต่เครื่องประดับ ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัว ส่วนใหญ่จะคล้ายๆ กับของต่างประเทศ วัตถุดิบเป็นกะลาเกือบทั้งหมด เวลาผลิตตั้งแต่ 2-3 นาที ถึง 15 วัน ส่วนใหญ่ประธานกลุ่มเป็นผู้ออกแบบ งานจะถูกกระจาย ให้สมาชิกและจ่ายค่าแรงเป็นรายชิ้น และหักเงินจากการขายสินค้าเข้ากลุ่มในอัตราที่แตกต่างกันไป

2. มะพร้าวผลอ่อน นอกจากจะนิยมบริโภคผลสดแล้ว ยังนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้ อีก เช่น มะพร้าวเผา วุ้นมะพร้าว และเป็นส่วนประกอบของอาหารคาวหวานอีกมากมาย

3. มะพร้าวผลแก่ เนื้อมะพร้าวนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมาย ได้แก่ คั้นเป็นกะทิ สดและกะทิกล่อง มะพร้าวอบน้ำผึ้ง น้ำมันมะพร้าว น้ำมันไบโอดีเซล เป็นต้น ซึ่งการทำน้ำมันมะพร้าวในปัจจุบันทำให้ผลประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนมีความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการสร้างงาน สร้างอาชีพในจังหวัดเพื่อชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์สินค้าแปรรูปน้ำมันมะพร้าวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้ (วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง, 2554)

4. น้ำมันมะพร้าว ในน้ำมันมะพร้าวมีฮอร์โมนโปรเจสเทอโรน ซึ่งเป็นฮอร์โมนที่จำเป็นสำหรับผู้หญิง จึงเหมาะในการบริโภคโดยเฉพาะผู้หญิงวัยหมดประจำเดือน หรือหญิงที่ต้องการฮอร์โมนเพื่อปรับสมดุลของร่างกาย นอกจากนี้ น้ำมันมะพร้าวยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ อีกมากมาย ได้แก่ วุ้นน้ำมะพร้าว น้ำส้มสายชู และเครื่องดื่ม แต่ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ค้นพบความอัศจรรย์และประโยชน์ของน้ำมันมะพร้าว จึงส่งผลให้น้ำมันมะพร้าวกลายเป็นเครื่องดื่มธรรมชาติที่ได้รับความนิยมทั้งในประเทศและแพร่กระจายไปทั่วโลก จนถูกขนานนามให้เป็นเครื่องดื่มให้พลังงานธรรมชาติ ขนานแท้ (Mother Nature's sports drink) เนื่องจากเป็นเครื่องดื่มเกลือแร่ (Isotonic) ธรรมชาติที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย (ณัฐธัญย์ สุนทรกิตติพงศ์, 2556)

5. จันมะพร้าว อุดมด้วยน้ำตาลฟรุตโทส อันเป็นแหล่งอาหารของผึ้งและแมลงต่างๆ ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการนำน้ำหวานจากจันมะพร้าวมาทำน้ำตาล ไว้ปรุงอาหารคาวหวาน และทำน้ำตาลสดไว้เป็น เครื่องดื่มที่ให้พลังงานได้อย่างดี

6. ยอดมะพร้าว ปัจจุบันเกษตรกรหันมาปลูกมะพร้าวตัดยอดกันมากขึ้น เนื่องจากได้ผลผลิต เร็ว และเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ซึ่งยอดมะพร้าวสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลายเมนู เช่น แกงส้ม แกงคั่ว ยำ ส้มตำ ผัด เป็นต้น

7. ใบมะพร้าว เป็นวัสดุที่คนทุกยุคทุกสมัย ได้นำมาทำสิ่งของเครื่องใช้มากมาย ได้แก่ ไม้กวาด กระเช้า กระจาด ตะกร้า

8. เปลือกมะพร้าว เป็นเศษวัสดุที่มีมูลค่าไม่น้อยเช่นกัน เพราะสามารถนำมาแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ ทำที่นอน ที่เช็ดเท้า ไม้กวาด และด้วยคุณสมบัติของเปลือกมะพร้าวที่มีการเก็บ ความชื้นได้ดี จึงนำมาใช้ประโยชน์ในการเป็นวัสดุเพาะกล้วยไม้ และเป็นส่วนผสมของดินปลูกต้นไม้ อีกด้วย

9. รกมะพร้าว อาจเป็นสิ่งที่คนทั่วไปมองข้าม ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ แต่ยังมีบางคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ นำรกมะพร้าวมาประดิษฐ์ตกแต่งในงานศิลปะมากมาย เช่น การ์ด ส.ค.ส. ของชำร่วย กล้อง สมุดโน้ต ฯลฯ

10. ลำต้น เมื่อมะพร้าวหมดอายุหรือถูกโค่นทิ้งแล้ว ลำต้นมะพร้าวยังนำมาใช้ประโยชน์ได้อีก เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ โต๊ะ เก้าอี้ ทำฝาผนังอาคารบ้านเรือน ทำรั้ว กระจ่างต้นไม้ และตกแต่งจัดสวน เป็นต้น

11. น้ำมันมะพร้าว เมื่อมะพร้าวสามารถสกัดน้ำมันออกมาได้ สามารถใช้เครื่องสำอาง บำรุง ผิวหน้าแต่งตึง ดูแลเส้นผมเงางามเส้นต่อเส้น แทนครีมโกนขนลดสเประคายเคือง จิบลดความอ้วน ที่สำคัญสามารถแก้โรคไข้เรื้อรังเปียกในสุนัขได้ โดยการผสมน้ำมันมะพร้าว ขมิ้นและกำมะถันรวมกัน

การแปรรูปมะพร้าวต่างประเทศ

ในต่างประเทศที่มีการนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. ประเทศสาธารณรัฐเช็ก เป็นประเทศที่ไม่มีผลผลิตมะพร้าว แต่นำเข้ามะพร้าวจากประเทศ อื่นเพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศตนเอง ซึ่งปกติแล้วชาวสาธารณรัฐเช็ก นิยมบริโภคน้ำ มะพร้าวสดเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีมีการนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เช่นกัน ได้แก่ เครื่องดื่มมะพร้าว โดยในตลาดสาธารณรัฐเช็กมีทั้งแบบสดและกระป๋อง น้ำมันมะพร้าวสดจำหน่ายเฉพาะร้านที่จำหน่ายสินค้า จำพวก Healthy food เช่น Dalhart หรือ Marks & Spencer ส่วนในรูปกระป๋องนั้นสามารถหาซื้อได้ ตามร้านค้าปลีกทั่วไปหรือไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีทั้งแบบน้ำมันมะพร้าวกระป๋องบริสุทธิ์ และน้ำมันมะพร้าวผสม น้ำตาล หรือน้ำมันมะพร้าวผสมกับน้ำผลไม้เพื่อพัฒนารสชาติให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ประเทศ สาธารณรัฐเช็ก มีน้ำมันมะพร้าวสำหรับผิว ครีมมะพร้าวดูแลผิว ยาสระผม สบู่ ครีมอาบน้ำ ซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์ความสวยความงามที่มีมะพร้าวเป็นส่วนประกอบมีหลากหลายยี่ห้อและสามารถหาได้ในร้านค้า ขยายปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำมาจากมะพร้าว เช่น ไอศกรีม รสมะพร้าว กะทิ ขนมอบต่างๆ ที่มีมะพร้าวเป็นส่วนประกอบ (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558)

2. ประเทศฟิลิปปินส์

ต้นมะพร้าวเป็น ต้นไม้แห่งชีวิตของฟิลิปปินส์ เนื่องจาก 1 ใน 3 ของประชากรฟิลิปปินส์มีรายได้จากการขายผลผลิตมะพร้าวและ มะพร้าวของประเทศฟิลิปปินส์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความต้องการทั้งการบริโภคในประเทศและการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวแปรรูป ได้แก่ 1) น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ 2) น้ำมันมะพร้าว โดยประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ส่งออกน้ำมันมะพร้าวสูงที่สุดในโลก โดยตลาดส่งออกหลักของน้ำมันมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ คือประเทศสหรัฐอเมริกา 3) กะทิ หัวกะทิ ผงกะทิ ชาวฟิลิปปินส์มักนิยมใช้ผงกะทิแห้งมากกว่าการใช้น้ำกะทิ เนื่องจากเก็บได้นานและมักใช้ในปริมาณน้อย และ 4) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวอื่นๆ เช่นการนำมาแปรรูปเป็นของหวาน เครื่องดื่ม และอาหาร ที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ อาทิ พายมะพร้าว ไอศกรีมมะพร้าว วุ้นมะพร้าวเชื่อม เครื่องดื่มมะพร้าวผสมเยลลี่ไบเตย และน้ำมะพร้าว เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการค้า, 2558)

สำหรับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทุกคนจะมองถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และจะนึกถึงโรงแรมที่พัก การเดินทาง และอาหาร ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า มากกว่า 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร ด้วยเหตุนี้ทำให้หลายๆ ประเทศให้ความสนใจในเรื่องของการทำอาหาร มาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการใช้วัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่มาแปรรูปหรือเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) ทั้งนี้มะพร้าวถือว่าเป็นวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงในหลายประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียน และประเทศที่ผลิตมะพร้าวสูงสุด คือประเทศอินโดนีเซีย รองลงมาคือฟิลิปปินส์ และทุกประเทศในอาเซียนล้วนมีวัฒนธรรมการกินที่มีมะพร้าวเป็นส่วนผสม ซึ่งจะปรุงแต่งได้ทั้งอาหารคาวและหวาน ทำให้มะพร้าวเป็นส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมการกินของคนอาเซียน จนมะพร้าวได้รับขนานนามเป็น “ราชาแห่งกับข้าวอาเซียน” (สถาพรบุ๊คส์, 2560) ส่วนเกาะสมุยได้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับมะพร้าวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการจัดงาน Samui Coconut Festival ซึ่งเป็นงานมหกรรมมะพร้าวชาวสมุย เป็นหนึ่งในงานเทศกาลอาหารที่มีขึ้น เพื่อสนับสนุน ‘มะพร้าว’ สินค้าพื้นเมืองของเกาะสมุย เนื่องจากเกาะสมุย มีชื่อเสียงเรื่องมะพร้าว และยังมีผลผลิตเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย ภายในงานจะมีกิจกรรมมากมาย อาทิ นิทรรศการมะพร้าวกับวิถีชีวิตชุมชน การแสดงผลผลิตมะพร้าวเพื่อการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ และความงามจากผลิตภัณฑ์มะพร้าว Beach Fashion Show การแสดง ดนตรี Latin and Jazz โดยงานนี้จะจัดขึ้นทุกปี

งานวิจัยนี้ได้ศึกษามะพร้าวที่ปลูกในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมะพร้าวในอำเภอเกาะสมุยเป็นลักษณะของมะพร้าวแก่ที่เหมาะสมกับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ คั้นเป็นกะทิ แปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าว และนำมาทำเป็นอาหารและขนม เป็นต้น ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับการสร้างอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มูทริกา พุกษาพงษ์ (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะและวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (2555) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนและปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาใช้เป็นกลไกการชักนำนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน

Binkhorst (2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง จากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้รับความรู้และประสบการณ์แตกต่างกันไป

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจและสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ธนรัตน์ ทับทิมไทย (2557) ได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ ดังนี้

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สถาปัตยกรรม แบ่งเป็นกลุ่มย่อย คือ 1) กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาล งานประเพณีต่างๆ และ 2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ 1) งานศิลปะ (Visual arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น และ 2) ศิลปะการแสดง (Performing arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

3. ประเภทวิถีชีวิต (Lifestyles) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิตหรือวิถีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่า น่าน ย่านเมืองเก่าแปดริ้ว ย่านถนนนางงามสงขลา เป็นต้น และ 2) วิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านข้างตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขา จังหวัดสงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

4. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) งานสื่อสิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Publishing and Printed Media) เช่น คู่มือท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยวหรือสิ่งพิมพ์อื่นๆที่มีส่วนสร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและสามารถสื่อในสิ่งที่มีคุณค่าให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น และ 2) งานโสตทัศน (Audiovisual) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการเป็นมาของต้นแบบ (Originality) ความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ เป็นต้น

คุณลักษณะต่างๆ ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง
9. จดจำประทับใจ, เข้าใจ
10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

ทั้งนี้ลักษณะการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของแต่ละพื้นที่ก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทของพื้นที่นั้นๆ อย่างเช่นการศึกษาลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่ามีลักษณะสำคัญ ดังนี้ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (วิยะดา เสรวิชัยสวัสดิ์, 2554) ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวก็มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน แต่หากต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์เหมาะกับพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดย Raymond (2007) ได้เสนอหลักการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไว้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบเชิงพาณิชย์ ซึ่งเหมาะสำหรับกิจการทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่แล้ว และต้องการพัฒนาให้เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางดังนี้

- 1) ผู้พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวต้องมองว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนสินค้าท่องเที่ยวชนิดหนึ่ง

2) ควรมีคู่ค้าหรือผู้ร่วมดำเนินการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร หรือให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณี หรือการเฉลิมฉลองต่างๆ

3) จะต้องเลือกชนิดของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะจัดขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

4) ควรระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีอย่างเพียงพอ

5) ควรมองนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นเสมือนลูกค้า ไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่เป็นการทำรายได้

2. รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน ซึ่งเหมาะกับชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาภาพลักษณ์ความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน โดยมีแนวทางดังนี้

1) เชิญชวนให้วิทยากรที่มีความสามารถเข้ามาร่วมกับเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเข้าร่วมโครงการและร่วมกันคิดที่จะนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว

2) ส่งเสริมให้มีการตั้งกลุ่มของวิทยากรที่นำไปสู่การสร้างเครือข่ายและการจัดทำเว็บไซต์ที่ดี

3) จัดตั้งเครือข่ายที่ไม่แสวงหากำไรของชุมชนสร้างสรรค์

4) ควรใช้คำว่าส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากกว่าการท่องเที่ยว เนื่องจากคนทั่วไปจะมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการแสวงหากำไร

5) ควรกำหนดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการหรือนักท่องเที่ยวผู้นั้นเป็นลูกค้าของวิทยากร และวิทยากรเป็นลูกค้าของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่ถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะเป็นเครื่องมือสำคัญในโลกร่วมสมัย ที่จะช่วยเน้นย้ำยืนยันในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชน ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยมีความสมดุลของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555) ทั้งนี้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีกิจกรรมต่างๆ อีกมากมายเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว และจากการศึกษาของสงกรานต์ เชื้ออนธนะ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในกิจกรรมที่สามารถพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยที่กิจกรรมนั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของคนไทยที่มีความผูกพันกับธรรมชาติ โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเป็นอยู่ที่แท้จริง เพื่อให้ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฟังตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากหลักการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ข้างต้น (Raymond, 2007) งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 2 รูปแบบเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่

สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มของมะพร้าวสมุย โดยการมีส่วนร่วมของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย คือ รูปแบบเชิงพาณิชย์ และรูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน เนื่องจากเกาะสมุยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมทั้งในส่วนของชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ที่จะนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์

Pike (2002) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นภาพของการสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล (Self-Image or Desired Image) เพื่อป้องกันตนเองแตกต่างจากบุคคลอื่นอย่างไร โดยที่อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ และพัฒนาผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม

Peter L. and Thomas (1987) ได้อธิบายอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคมเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่ ปรับเปลี่ยนหรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก และอัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและความรับรู้ โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์

พัฒนา กิตติอาษา (2546) ได้ให้ความหมายคำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง จิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่าตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นกลุ่มอื่นหรือสังคมอื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก

ดังนั้น อัตลักษณ์ หมายถึง ความเหมือนหรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันของบุคคลหรือสิ่งของที่ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ส่วนอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่ต่างกันของมะพร้าวสมุยกับมะพร้าวพื้นที่อื่นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น มะพร้าวสมุยมีผลขนาดใหญ่และเนื้อหนากว่ามะพร้าวพื้นที่อื่นๆ

อัตลักษณ์ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สามารถทำให้พื้นที่การท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และส่วนใหญ่ทางการท่องเที่ยวจะนำอัตลักษณ์ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาใช้สื่อสารทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างเช่นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีที่มีการนำอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ แหล่งมรดกโลกและอุทยานประวัติศาสตร์ วัดป่าที่ได้รับความศรัทธาจากคนไทย สินค้าหัตถกรรมที่มาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ อาหารขึ้นชื่อที่ได้รับนิยมจากคนจำนวนมาก การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ การเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและการลงทุน และการเป็นจังหวัดที่มีเขยฝรั่งหรือเขยชาวต่างชาติมากที่สุดในประเทศไทย โดยอัตลักษณ์เหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายของการใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี (เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง, 2554)

ประเภทอัตลักษณ์

นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทและอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2546)

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไป

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) คือ สิ่งที่แสดงออกถึงผลของการขัดเกลาทางสังคม กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และระบบการศึกษา ทั้งนี้สิ่งที่แสดงออกมาจะปรากฏในรูปวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ และแบบแผนพฤติกรรม ส่วนการแสดงออกผ่านสัญลักษณ์อะไรบางอย่างที่มีความหมายเป็นที่เข้าใจร่วมกันและการแสดงออกผ่าน พิธีกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ตำนาน เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์

ส่วน ธงชัย สมบูรณ์ (2549) ได้แบ่งอัตลักษณ์ไว้ 5 ประเภทดังนี้

1. อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล คือ บุคคลหนึ่งๆ จะมีอัตลักษณ์ก็คือการมองตนเองในแง่มุมต่างๆ ในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งในสังคม โดยจะมองตนเองในหลายๆ แง่มุม

2. อัตลักษณ์ร่วม หมายถึง กระบวนการสร้างจิตสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคมอันจะทำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม

3. อัตลักษณ์องค์กร เป็นการแสดงในทางพฤติกรรมและการสื่อสารขององค์กร และสามารถวัดผลการรับรู้ของกลุ่มคนระหว่างภายในและภายนอกได้

4. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบที่บอกว่าเราเป็นใครและแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร

5. อัตลักษณ์ทางสังคม ซึ่งจะควบคู่ไปกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กันไปในลักษณะที่ว่าอัตลักษณ์ทางสังคมนั้น เป็นผลผลิตที่สั่งสมมาจากการใช้วาจากรรมหรือรูปแบบของความคิด กรอบความคิดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

อัตลักษณ์ของมะพร้าว นั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของพื้นที่ ขึ้นอยู่กับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น และจากประเภทอัตลักษณ์ข้างต้นสามารถจำแนกประเภทอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยได้ 2 ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม โดยสามารถดูได้จากการที่มะพร้าวสมุยอยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลายาวนาน จนได้รับการขนานนามว่า มะพร้าวสมุย และด้วยอัตลักษณ์ของมะพร้าวสมุยส่วนนี้จึงทำให้มีการเปรียบเทียบเกาะสมุยให้เป็น ดินแดนมะพร้าว และในปัจจุบันมีการเปลี่ยนบทบาทมะพร้าวสมุยไปสู่การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ในรูปแบบการเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมกอลาแม ผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว รวมทั้งอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มะพร้าว และอุตสาหกรรมน้ำมันมะพร้าว ซึ่งถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของมะพร้าวสมุยเช่นกัน

โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยและการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ว่ามีจุดเด่นหรือลักษณะเฉพาะอย่างไร ซึ่งเป็นการศึกษาจากมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ เจ้าของสวนมะพร้าว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่ม

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ให้คำจำกัดความของการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า เป็นการนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือฟ่วงผลประโยชน์เข้าไปเพื่อเอาชนะใจลูกค้าให้ได้

दनัย จันทรฉาย (2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อหา ครอบครองและใช้ประโยชน์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) กล่าวว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึงความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาลูกค้ามากขึ้น

ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือการพัฒนา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ส่วนการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย หมายถึง การนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือการพัฒนา การแปรรูปมะพร้าวสมุยเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ให้มีคุณค่าในสายตานักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชาวเกาะสมุย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการได้ 2 ลักษณะ ดังนี้ (ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมณเลิศ, 2556)

1. ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการสูงกว่าความเป็นจริง คือสินค้ามีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ หรือเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้าอื่นในราคาเดียวกัน

2. ความต้องการคุณค่าหรือคุณภาพของสินค้าเป็นที่ต้องการของลูกค้า หรือคุณค่ามากพอที่จะให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถทำให้อธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อองค์กรและการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547)

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเข้าไป

2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากลูกค้าที่ดีที่สุด เพราะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้อธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้อธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีดังนี้

1. การเพิ่มคุณค่า จะต้องพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยต้องทำความเข้าใจว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ ก่อนจะพิจารณาโอกาสต่างๆ ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม

2. การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น

3. การพิจารณาวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่นและเป็นคุณค่า

4. การพิจารณาวิธีการกระบวนการผลิต หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

5. การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจจะสร้าง มูลค่าเพิ่ม ในเรื่องของความสะอาด การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม

6. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับ บริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการ ข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น

7. การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นๆ ในภาพรวม เป็นการนำมูลค่าเพิ่มมาแปลงเป็นคุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้

8. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะอาด

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อมั่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและมีคุณภาพให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (จุไรพร กุลวิเศษ, 2550) และจากการศึกษาเกี่ยวกับน้ำมันมะพร้าว พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปในศักยภาพการและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทำให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มน้ำมันมะพร้าว ทำให้ผลประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการสร้างงาน สร้างอาชีพในจังหวัดเพื่อชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์สินค้าแปรรูปน้ำมันมะพร้าวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้ (วีรวลัย ปิ่นชุมพลแสง, 2554) งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยทั้งในส่วนของมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Mun (1971) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถาบัน สถานการณ์ และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน

วิภาดา คุปตานนท์ (2551) กล่าวว่า ทัศนคติคือความรู้สึกภายในของบุคคลที่ใช้ประเมินหรือตัดสินสิ่งต่างๆ ความรู้สึกดังกล่าวเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบ ต่อคน วัตถุสิ่งของ เหตุการณ์ และสถานการณ์ต่างๆ เมื่อบุคคลชอบสิ่งหนึ่งสิ่งใดถือว่าบุคคลมีทัศนคติเป็นบวกต่อสิ่งนั้น ในทางตรงข้ามเมื่อบุคคลไม่ชอบสิ่งหนึ่งสิ่งใดถือว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติเป็นลบต่อสิ่งนั้นๆ

ดังนั้น ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น และแนวโน้มที่จะแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล ในการตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ได้แก่บุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคติดังกล่าวอาจเป็นไปในทางบวกหรือทางก็ได้

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณชัย (2547) แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นการเรียนรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของ บุคคล เหตุการณ์ กล่าวคือการทำที่บุคคลสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมิน หากรู้ในทางที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี หากไม่รู้เลยก็ไม่มีทัศนคติ ข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรู้สึกคือ การพิจารณาของบุคคลในส่วนนี้จะมิมีลักษณะปลอดจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ที่สอดคล้องกับความคิด เช่น บรรดาความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย คิดว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งหมายถึงความพร้อมที่จะทำหรือมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม (Action Tendency) อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความคิด และความรู้สึกซึ่งออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ

ประเภททัศนคติ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ทัศนคติที่บุคคลแสดงออก สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ ดังนี้

1) ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจจะมีส่วนร่วมทำให้คนหรือกลุ่มคนตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

2) ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจอันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบภายในองค์กร หรือสังคม

3) ทักษะคิดนิ่งเฉย (Passive Attitude) ผู้ที่มีทักษะคิดนิ่งเฉยอาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ ดังนั้นจึงไม่มีความรู้สึกใด ๆ เกิดขึ้นกับบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่าง ๆ นั้น งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาทักษะคิดที่มีต่อมะพร้าวสมุย ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นทักษะคิดหรือมุมมองของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มีต่อมะพร้าวสมุยในด้านต่างๆ โดยทักษะคิดหรือมุมมองของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มีต่อมะพร้าวสมุยอาจมีทั้งทางบวกและทางลบ

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

Schiffman & Kanuk (1994) อธิบายว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลมองเห็นโลกรอบๆ ตัวพวกเขา การรับรู้ไม่จำเป็นต้องรับรู้โลกแห่งความเป็นจริงเสมอไป บางครั้งการรับรู้ทำให้จิตใจของคุณคนนั้นก่อรูปเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่งขึ้นโดยที่บุคคลนั้นไม่มีประสบการณ์หรือไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นมาก่อน เพียงแต่ใช้การสังเกตโลกรอบตัวเองก่อเป็นรูปเป็นร่างสิ่งที่ได้รับรู้ขึ้นมา การรับรู้มีทั้งด้านบวกและด้านลบ

Fill (1995) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่แต่ละคนมองและทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมรอบๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การรวบรวม และตีความสิ่งเร้าต่างๆ โดยบุคคลแต่ละคน ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นความเข้าใจที่แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล

ดังนั้น การรับรู้ หมายถึง การตีความบางสิ่งบางอย่าง หรือเหตุการณ์ ผ่านอวัยวะรับความรู้สึกของคุณ ซึ่งจะมีความหมายในการตีความที่แตกต่างกันออกไป โดยการรับรู้จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อการรับรู้ในสิ่งนั้น ๆ

องค์ประกอบของการรับรู้

กระบวนการรับรู้มีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้ (สมร ทองดี, 2532)

1) สิ่งเร้าที่จะรับรู้ คือ สิ่งทีกระตุ้นให้คุณแสดงปฏิกิริยาตอบสนองหรือแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) สิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งเร้าที่อยู่ในร่างกาย เช่น อวัยวะต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึก ความคิด ความคาดหวัง เป็นต้น และ 2) สิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ สิ่งที่อยู่รอบ ๆ บุคคล เช่น วัตถุ สิ่งของ คลื่นเสียง คลื่นแสง ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม เหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

2) อวัยวะรับสัมผัสและประสาทสัมผัส อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ที่ช่วยให้มนุษย์สามารถติดต่อกับสิ่งแวดล้อมภายนอกด้วยการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส และการสัมผัสทางผิวหนัง ส่วนประสาทสัมผัสหมายถึงอาการรู้สึกที่เกิดขึ้นเนื่องจากปลายประสาทสัมผัสรับความรู้สึกจากการที่มีสิ่งเร้ามากระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส จึงสามารถมองเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รู้รส และสัมผัสทางผิวหนัง

3) ประสบการณ์เดิม คือสิ่งที่แต่ละบุคคลสั่งสมไว้ซึ่งมีผลต่อการแปลความหมายของสารที่ได้รับ ทำให้แต่ละคนมีความเข้าใจสารต่างกัน บุคคลจะมีการรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการคือ ความเชื่อ แรงกระตุ้นหรือสิ่งล่อใจ และทัศนคติ

มะพร้าวถือว่าเป็นทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวอย่างหนึ่งของเกาะสมุย ดังนั้นการรับรู้
อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้หลายวิธี โดยการรับรู้จะเพิ่มขึ้นเมื่อได้รับสารสนเทศจากสื่อต่างๆ
เช่น วรรณกรรม วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น
สารสนเทศและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่บุคคลรับรู้ผ่านสื่อจากแหล่งสารต่างๆ (Robertson,
2005) นอกจากนี้ ระดับการรับรู้สามารถจัดกลุ่มสิ่งดึงดูดใจได้ 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สิ่ง
ดึงดูดใจที่เป็นเหตุการณ์ (การโฆษณาประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว) สิ่งดึงดูดใจทาง
ธรรมชาติ (ความหลากหลายทางธรรมชาติ) สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต ประเพณี อารยธรรม
ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัด พิพิธภัณฑสถาน อัยาศัยของคนท้องถิ่น อาหาร สินค้า ของที่ระลึก) และสิ่ง
ดึงดูดใจที่สร้างเสริมบรรยากาศ (ความปลอดภัย ที่พัก สภาพแวดล้อม ความสะอาด) และการรับรู้สิ่งดึงดูดใจ
ที่ให้ความบันเทิง (แหล่งบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี) (วนิดา ตรีสวัสดิ์, 2553)

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Schiffman and Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรม
ซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่า
จะสนองความต้องการของเขา

ทัศนวรรณ วิบุรุษขมานนท์ (2545) กล่าวว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นการศึกษาหลักเกณฑ์
การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้บริโภคอันเป็นผลมาจาก ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม ลักษณะส่วนบุคคล
เพื่อนำไปปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ
แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

รุจยา คำพรรณ (2546) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือ
กิริยาใดๆ ของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับ
ความพึงพอใจในระดับหนึ่ง โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ

ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการกระทำหรือ กิริยาต่างๆ ของนักท่องเที่ยว
ที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง รวมทั้ง
กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน
การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึงปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้
บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการ
ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยว

ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก คมนาคม ความปลอดภัย

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยมีสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความต้องการ 2 ประเภทได้แก่ สิ่งกระตุ้นภายในซึ่งเกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น ความหิว ความเหนื่อย ความเบื่อ สิ่งกระตุ้นภายนอกคือ สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากบุคคลภายนอกหรือสภาพแวดล้อมรอบข้าง เช่น โฆษณาจากสื่อต่างๆ การได้ข่าวสารจากที่เพื่อนไปเที่ยวมา

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) การตัดสินใจท่องเที่ยวมีสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เลือกสรรอย่างมากมาย เพราะการตัดสินใจท่องเที่ยว นับเป็นเหตุการณ์สำคัญในชีวิตของคนหลายคน สำหรับบางคนอาจจะต้องรอเป็นเวลานานนับปีกว่าจะได้ท่องเที่ยวสักครั้ง โดยทั่วไปการตัดสินใจท่องเที่ยว นับเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญ หากตัดสินใจพลาดก็จะเสียเงินไปในสิ่งที่ไม่ประทับใจ

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยัน การเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนถึงที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆเพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

8. ประสบการณ์การท่องเที่ยว การเปรียบเทียบความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ หากการเปรียบเทียบออกมาเป็นลบแปลว่าไม่พึงพอใจ หรือหมายถึงความคาดหวังมีมากกว่าสิ่งที่ได้รับ ในการท่องเที่ยวความคาดหวังมักเกิดขึ้นก่อนการท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับคือประสบการณ์

ท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว

9. ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะที่คล้ายกัน อย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปตลาดน้ำดอนหวาย เพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว โดยเดินทางพร้อมกับครอบครัว และญาติ ส่วนพาหนะที่ใช้เดินทางคือรถส่วนตัว และกิจกรรมที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวคือการซื้อของฝาก และของที่ระลึก (ชลธิชา แสงประดับ, 2556) เช่นเดียวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด และนิยมเดินทางกับครอบครัว โดยมีกิจกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกและของเล่น (วิสาสินี จุสปาโล และคณะ, 2552) สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเกาะสมุย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ในช่วงเวลาการลาพักร้อนจากการทำงาน และเดินทางกับเพื่อน (นนทิภัก เพียรโรจน์ และคณะ, 2558) การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจท่องเที่ยวทั้ง 9 ขั้นตอน และประยุกต์บางขั้นตอนให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับมะพร้าวสมุย

2.1.2 เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูศักดิ์ จรุงสวัสดิ์ (2548) ได้ศึกษาการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงกรรมวิธีการประดิษฐ์ตกแต่ง 2) เพื่อศึกษาชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่าย และ 3) เพื่อศึกษาวิธีการจัดจำหน่ายเพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพจากจังหวัดพัทลุง จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์มีตั้งแต่เครื่องประดับ ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัว ส่วนใหญ่จะคล้าย ๆ กับของต่างประเทศ วัตถุดิบเป็นกะลาเกือบทั้งหมดเวลาผลิตตั้งแต่ 2-3 นาที ถึง 15 วัน ส่วนใหญ่ประธานกลุ่มเป็นผู้ออกแบบ งานจะถูกกระจายให้สมาชิกและจ่ายค่าแรงเป็นรายชิ้น และหักเงินจากการขายสินค้าเข้ากลุ่มในอัตราที่แตกต่างกันไป

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ (2554) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 องค์ประกอบ คือ 1) คนในชุมชนหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น 3) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน 4) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ 5) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ลักษณะ คือ 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ 3) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก 4) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มีประสบการณ์ และ 5) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. การดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูล 3) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน

สงกรานต์ เชื้อนธนะ (2556) ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน และ 2) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของการเป็นอุทยานแห่งชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และอุทยานแห่งชาติในจังหวัดน่านส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและที่พักแรมให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในพื้นที่นิเวศธรรมชาติเป็นอย่างมาก ด้านกิจกรรมก็สามารถพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ เพื่อให้ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พึงตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้ง ที่ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีความรับผิดชอบในการร่วมรักษา

เบญจวรรณ สุพันธ์ (2554) ศึกษาการใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ แหล่งมรดกโลกและอุทยานประวัติศาสตร์ วัดป่าที่ได้รับความศรัทธาจากคนไทย สินค้าหัตถกรรมที่มาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ อาหารขึ้นชื่อที่ได้รับความนิยมจากคนจำนวนมาก การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ การเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและการลงทุน และการเป็นจังหวัดที่มีเขยฝรั่งหรือเขยชาวต่างชาติ มากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายของการใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยแบ่งออกเป็น 4 อิม คือ 1) อีสานมหัศจรรย์ ใช้ประชาสัมพันธ์ในเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2) สัมผัสวัฒนธรรมโขง-ชี-มูล ใช้ประชาสัมพันธ์ในเดือนมกราคม-มีนาคม 3) พาถูกไปเรียนรู้อยู่อารยธรรมอีสาน ใช้ประชาสัมพันธ์ในเดือนเมษายน-มิถุนายน และ 4) เทียวหน้าฝน ылธรรมะและธรรมชาติที่อีสาน ใช้ประชาสัมพันธ์ในเดือนกรกฎาคม-กันยายน ส่วนการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ มี 5 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ ทั้งนี้การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมหรือโครงการนั้นๆ

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับน้ำมันมะพร้าว...พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มจากน้ำมันมะพร้าวในฐานะการแปรรูปจากพืชเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มจากน้ำมันมะพร้าว ทำให้ผลประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเป็นไปได้ในการ

ประกอบกิจการสร้างงาน สร้างอาชีพในจังหวัดเพื่อชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์สินค้าแปรรูปน้ำมันมะพร้าวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้

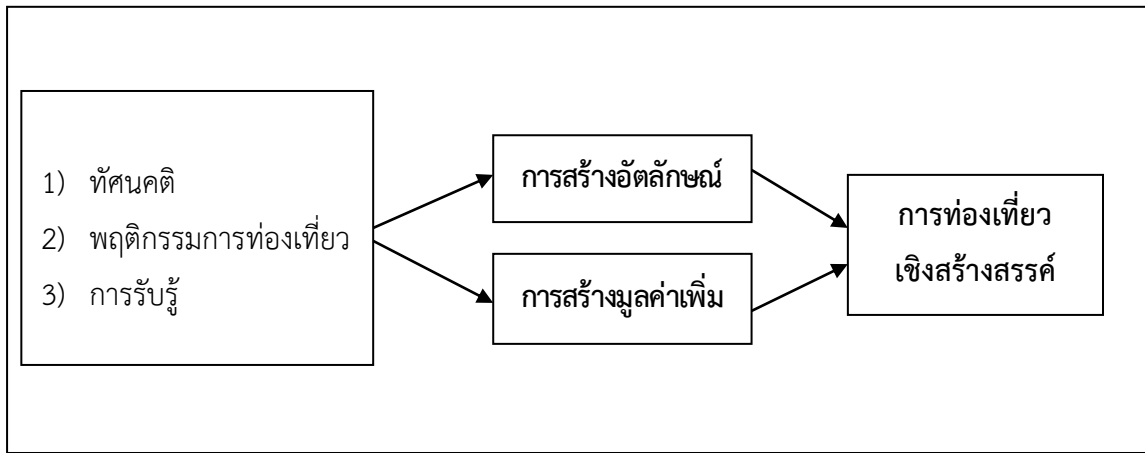
สุรศักดิ์ ดั่งวงลัด (2548) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประทับใจบนเกาะสมุยมากที่สุดคือ ธรรมชาติที่สวยงาม อากาศดี และความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ตามลำดับ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยากให้มีการปรับปรุงบนเกาะสมุยมากที่สุด คือปัญหาการเอาไรด์เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาค่าครองชีพสูง และปัญหาด้านภาษา ตามลำดับ

ปลื้มใจ สีนอากร (2548) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ผู้ที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี และแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

Kirant Yozcu & Icoz (2010) ได้ศึกษารูปแบบของการใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเพื่อการประชุม ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปร่วมกับการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการประชุมมากขึ้น เพราะมีโอกาสได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่น สามารถทำตามสบายกับกิจกรรมต่างๆที่มีในชุมชน และได้ใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังสามารถใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎี เกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อค้นหาข้อมูลและสร้างสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 4) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research Methodology) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยโดยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

3.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัย 2 รูปแบบ คือ 1) การวิจัยเชิงสำรวจ และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการสำรวจพื้นที่สวนมะพร้าวอำเภอเกาะสมุย ข้อมูลกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย เพื่อให้ได้พื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (เป็นการสำรวจพื้นที่ร่วมกับแผนงานวิจัยและโครงการย่อยที่ 2)

พื้นที่อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีทั้งหมด 7 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลอ่างทอง ตำบลลิปะน้อย ตำบลตลิ่งงาม ตำบลหน้าเมือง ตำบลมะเร็ด ตำบลบ่อผุด และตำบลแม่น้ำ และจากการสำรวจพื้นที่อำเภอเกาะสมุย ที่มวิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ตำบลแม่น้ำ ตำบลอ่างทอง และตำบลตลิ่งงาม เป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากสวนมะพร้าวในพื้นที่ทั้ง 3 ตำบลส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ราบ สามารถเดินทางเข้าชมสวนได้ง่าย รวมทั้งมีกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ทั้งนี้ในการเลือกพื้นที่ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความร่วมมือของเจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยในการเป็นกลุ่มตัวอย่างของ

โครงการวิจัย แต่ในบางพื้นที่เจ้าของสวนมะพร้าวให้พื้นที่สวนมะพร้าวในการทำวิจัย และให้ความร่วมมือกับทีมวิจัยเป็นอย่างดี แต่ทางทีมวิจัยไม่ได้เลือกพื้นที่สวนมะพร้าวที่เจ้าของสวนให้ได้ เนื่องจากพื้นที่สวนมะพร้าวนั้นอยู่บนเขาสูง ไม่สะดวกในการเดินทาง

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาข้อมูลอัตลักษณ์มะพร้าวสมัย ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย

จากการสำรวจพื้นที่ในการวิจัยรวมทั้งการค้นคว้าหาข้อมูลเบื้องต้น พบว่ากลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมัยสำหรับพื้นที่ในการวิจัยทั้ง 3 โชน มีจำนวนประชากรประมาณ 200 ราย และในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดโดยใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร จากจำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักร้อยละ ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 15%-30% (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) สำหรับโครงการวิจัยนี้ จากจำนวนประชากรประมาณ 200 ราย ผู้วิจัยสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้จำนวน 50 ราย ทั้งนี้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้พิจารณาจากพื้นที่สวนมะพร้าวเป็นหลัก และเลือกผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยที่อยู่ในโซนพื้นที่สวนมะพร้าวและพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งในการเลือกผู้ประกอบการผู้วิจัยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างแรกให้ช่วยแนะนำกลุ่มตัวอย่างต่อไป (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ, 2555) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ คือ จำนวน 72 ตัวอย่าง

จากการสำรวจพื้นที่อำเภอเกาะสมุย ผู้วิจัยได้พื้นที่สวนมะพร้าวสำหรับการวิจัย 3 โชน คือ โชนที่ 1 บ้านแม่น้ำ ตำบลแม่น้ำ โชนที่ 2 บ้านพังกา ตำบลตลิ่งงาม และโชนที่ 3 บ้านอ่างทอง ตำบลอ่างทอง จากพื้นที่ 3 โชน สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ดังตารางที่ 3.1-3.2

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง			รวม
	โชนที่ 1 แม่น้ำ	โชนที่ 2 ตลิ่งงาม	โชนที่ 3 อ่างทอง	
1. เจ้าของสวนมะพร้าว	2	4	2	8
2. ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว	2	3	3	8
3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว	2	2	3	7
4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว	3	2	2	7
5. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว	1	2	1	4

ประเภทกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง			รวม
	โซนที่ 1 แม่น้ำ	โซนที่ 2 ตลิ่งงาม	โซนที่ 3 อ่าาทอง	
6. ธุรกิจโรงแรม	4	2	2	8
7. ธุรกิจสปา	3	1	2	6
8. ธุรกิจร้านอาหาร	2	2	1	5
9. ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก	1	2	1	4
10. ชุมชน/ผู้นำชุมชน	2	2	2	6
รวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโซน	22	22	19	63
11. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ	5			5
12. บริษัททัวร์	4			4
รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	72			72

สำหรับบริษัททัวร์ท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ทุกโซน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมของเกาะสมุย โดยไม่แยกเป็นโซน ทั้งนี้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ทั้งหมด ผู้วิจัยพิจารณาถึงความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้คณะผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
เจ้าของสวนมะพร้าว (8)	โซนที่ 1	1) คุณชัยณรงค์ แข่งขัน 2) คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร
	โซนที่ 2	3) คุณพยอม สายช่วย 4) คุณสมบูรณ์ สมบุญ 5) คุณวีรพล วัชรสินธุ์ 6) คุณจากรวรรณ โชคคณาพิทักษ์
	โซนที่ 3	7) คุณจู่ไรรัตน์ ศรีลัมพ์ 8) คุณเศวต วิชัยดิษฐ์
ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว (8)	โซนที่ 1	1) คุณสมพร แสนจิว 2) คุณสยาม สุขสม
	โซนที่ 2	3) คุณมณฑา สมภู 4) คุณหิ็ด บ้านทองกรด 5) คุณอุทิศ ศรีคง
	โซนที่ 3	6) คุณสุณีย์ บุญจันทร์ 7) คุณหัสดี มีเดช 8) คุณคุษฎี โยธารส

กลุ่มตัวอย่าง		รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ขนมจาก มะพร้าว (7)	โซนที่ 1	1) กาละแม่มแม่บ้านเกษตรกรลึปะน้อย 2) กาละแมโบราณแม่ธัญญา	1) คุณพิชญา แก้วกล้า 2) คุณวินัย อินทร์คำ
	โซนที่ 2	3) กาละแมกลุ่มแม่บ้านเกษตรไทรทอง 4) กาละแมแม่พิกุล	3) คุณสายพิน แซ่ต่าน 4) คุณพิกุล แก้วเขียว
	โซนที่ 3	5) ทองม้วนมะพร้าวอ่อนหมายน้อย 6) กาละแมแม่ยินดี 7) ตุ่มขนมหวาน	5) คุณชนิษฐา แซ่ลิ้ม 6) คุณยินดี ช่วงโชติ 7) คุณธนพร ลิ้มสุวรรณ
ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์จาก กะลาและไม้ มะพร้าว (7)	โซนที่ 1	1) ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวลุงประมวล 2) ไม้กวาดก้านมะพร้าวโกชัย 3) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวคุณสุพจน์	1) คุณประมวล ภูไพบูลย์ 2) คุณปกรณ์ สุพันธ์วิ 3) คุณสุพจน์ มีเพียร
	โซนที่ 2	4) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวบริษัทอินทร์ตรา 5) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวนายสายัณห์	4) คุณถวิล อินทร์ตรา 5) คุณสายัณห์ สมคะเนย์
	โซนที่ 3	6) ผลิตภัณฑ์จากตอมะพร้าวนายสุนทร 7) ไม้กวาดก้าน มะพร้าวป่าทับทิม	6) คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม 7) คุณทับทิม ใจชื่อ
ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์เวช สำอางจากมะพร้าว (4)	โซนที่ 1	1) น้ำมันมะพร้าวกำนันบุญฤทธิ์	1) คุณบุญฤทธิ์ มีเพียร
	โซนที่ 2	2) น้ำมันมะพร้าว kala Samui 3) สมุนไพรน้ำมันมะพร้าวป่าจิ	2) คุณเบญญาภา ภัคบุญเจริญ 3) คุณวิไลวรรณ ศรีแสง
	โซนที่ 3	4) น้ำมันมะพร้าว สมุยเรนอง	4) คุณณัฐพล ศรีสัมพันธ์
ธุรกิจโรงแรม (8)	โซนที่ 1	1) โรงแรมเบลมอนตันภาโส	1) คุณวรรณา วีวรรณ
		2) โรงแรมมิโมซ่า รีสอร์ท แอนด์ สปา	2) คุณสุณิสา ไตรมาศ
		3) โรงแรมศิริค้ายัน ลักซ์ชัวร์ พูล วิลล่า	3) คุณนฤเบศ ทิพย์เสวต
โซนที่ 2	4) โรงแรมสันติบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา	4) คุณปัญญา ทองเผือ และ คุณกันทิมา	
	5) โรงแรมบานบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา	5) คุณอรทิพา ยันตะกุล	
โซนที่ 3	6) โรงแรม เซ็นทารา โคโคไนท์ บีช รีสอร์ท	6) คุณอรผู้จัดการฝ่ายบุคคล	
	7) โรงแรมเลอเมอ ริ เตียน เกาะสมุย	7) คุณพรสวรรค์ แก่นทอง	
8) โรงแรมละไมวันทา	8) คุณกฤษณา พรหมเกาะ		
ธุรกิจสปา (6)	โซนที่ 1	1) ณพชรสปา	1) คุณรักชนก สุขประชา
		2) มิโมซ่า สปา	2) คุณสุณิสา ไตรมาศ
		3) ศีริน สปา	3) คุณนฤเบศ ทิพย์เสวต
โซนที่ 2	4) บานบุรี สปา	4) คุณอรทิพา ยันตะกุล	
โซนที่ 3	5) เลอ สปา	5) คุณพรสวรรค์ แก่นทอง	
	6) นิว บอดี แอนด์ มาย สปา	6) Mr. Patrick Nbam	
ธุรกิจร้านอาหาร (5)	โซนที่ 1	1) ร้านขนมจีนป่าไม้ตรี	1) คุณไมตรี พรหมรักษ์
		2) ร้านข้าวขาหมูเจ็มมัย	2) คุณสิรินาถ ชูคง
โซนที่ 2	3) คริวเกาะแตน	3) คุณธรรมสมรณ์ รักษาพราหมณ์	
	4) ฌภัทร Restaurant	4) คุณพิณโย บุญเกษม	

กลุ่มตัวอย่าง		รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
	โซนที่ 3	5) ร้านข้าวแกงลุงชาญ	5) ป้าคง ภรรยาลุงชาญ
ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก (4)	โซนที่ 1	1) ร้านคุณสุพจน์	1) คุณสุพจน์ มีเพียร
	โซนที่ 2	2) ร้านอินทร์ตรา 3) ร้านคุณสายัณห์	2) คุณถวิล อินทร์ตรา 3) คุณสายัณห์ สมคะเนย์
	โซนที่ 3	4) ร้านคุณสุนทร	4) คุณสุนทร โพธิ์น้อยงาม
ผู้นำชุมชน/ ตัวแทนชุมชน (6)	โซนที่ 1	1) ชุมชนบ้านแม่ น้ำ 2) หัวหน้าชมรมมะพร้าวเกาะสมุย	1) คุณพิชัย มีเพียร 2) อาจารย์อรุณ มีเพียร
	โซนที่ 2	3) ชุมชนบ้านตลิ่งงาม 4) ชุมชนบ้านตลิ่งงาม	3) คุณเกียรติศักดิ์ สมใจหมาย 4) คุณวีรพล วิชชีดิษฐ์
	โซนที่ 3	5) ชุมชนบ้านอ่างทอง 6) ศูนย์การเรียนรู้เทคโนโลยีทางการเกษตร	5) คุณพงษ์ทิพย์ ศรีลัมพ์ 6) คุณเศวต วิชัยดิษฐ์
หน่วยงานภาครัฐ (5)		1) เทศบาลนครเกาะสมุย 2) เกษตรอำเภอกะสมุย 3) สำนักงานพัฒนาชุมชนเกาะสมุย 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย 5) กองสวัสดิการสังคมเกาะสมุย	1) คุณสุภิญญา ศรีทองกุล 2) คุณบังอร เพ็ชรรัตน์ 3) คุณอุตร ปลอดใจดี 4) คุณนรินทร์ ทิจะยัง 5) คุณเบญญณีช เวียงวีระ
บริษัททัวร์ (4)		1) Samui Goodwill Travel 2) ฅนภัทร ทัวร์ 3) เกาะแตน ทัวร์ 4) บริษัท เดอะกอล์ฟเวิลด์ไวด์ทราเวล	1) คุณสรชัย คำเอี่ยม 2) คุณพิณโย บัญเกษม 3) คุณธรรมสรณ์ รักษาพรหมณ์ 4) คุณศิริพันธ์ อนันตเมฆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ แบบสัมภาษณ์ (ปรีชา เจริญกิจขจร, 2555) โดยแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 สถานการณ์มะพร้าวสมุยในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 ความพร้อมของสวนมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนที่ 4 ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

ส่วนที่ 5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) *ข้อมูลทุติยภูมิ* เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยข้อมูลมะพร้าวสมุย แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของเกาะสมุย และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกาะสมุย

2) *ข้อมูลปฐมภูมิ* เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บจากแหล่งที่มาของข้อมูลโดยตรง คือ จากสภาพพื้นที่การวิจัย และจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1) การประชุมหรือความร่วมมือกับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย รวมถึงการแบ่งพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล (Personal interview) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดลักษณะคำถามไว้ล่วงหน้า และในระหว่างการสัมภาษณ์มีการปรับคำถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

2.3) การจัดประชุมกลุ่มย่อย เป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อยตามประเภทของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อนำผลการวิจัยจากการสำรวจและการสัมภาษณ์ ให้กลุ่มผู้ประกอบการได้สะท้อนถึงความเป็นจริงของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการเรียบเรียงสรุปผลโดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive) ให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่กำหนดไว้ (ณรงค์ โปธิ์พฤษานันท์, 2556)

3.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาข้อมูลการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความต้องการเข้า

ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในแต่ละปีมีจำนวนที่มากกว่า 1,000,000 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) อย่างไรก็ตามในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเกาะสมุยประมาณ 2,221,530 คน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 341,291 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 1,880,239 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ หากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบแน่ชัดมีจำนวนมากกว่า 1,000,000 คน กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คือ 384 ตัวอย่าง (Krejcie & Morgan, 1970) แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการให้เกิดความง่ายต่อการเก็บข้อมูล การแบ่งสัดส่วน และการได้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนขั้นต่ำไว้ 400 ตัวอย่าง และกำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ 1: 3 ตามสัดส่วนนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย (นนทิภัก เพียรโรจน์ และคณะ, 2558) โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการทำแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 550 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดคือ จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถประมวลผลได้ตามจำนวนที่กำหนด และจากแบบสอบถาม 550 ตัวอย่าง แบบสอบถามที่มีข้อมูลความสมบูรณ์สามารถนำไปประมวลผลได้ คือ จำนวน 518 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

นักท่องเที่ยว	จำนวนขั้นต่ำที่กำหนด (ตัวอย่าง)	จำนวนที่เก็บทั้งหมด (ตัวอย่าง)	จำนวนที่ใช้ได้ (ตัวอย่าง)
นักท่องเที่ยวชาวไทย	100	150	129
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	300	400	389
รวม	400	550	518

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ แบบสอบถาม (ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์, 2556) โดยในการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำผลจากการสัมภาษณ์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบเครื่องมือแบบสอบถาม เพื่อใช้สำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ สำหรับเป็นแบบสอบถามมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 3 มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

(Rating Scale) ตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์มาตราวัดดังนี้

ระดับการรับรู้/ระดับความต้องการมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

ระดับการรับรู้/ระดับความต้องการมาก กำหนดให้ 4 คะแนน

ระดับการรับรู้/ระดับความต้องการปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน

ระดับการรับรู้/ระดับความต้องการน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

ระดับการรับรู้/ระดับความต้องการน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

ค่าเฉลี่ยของคำตอบจากแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน จะถูกวิเคราะห์ โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง การรับรู้/ความต้องการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง การรับรู้/ความต้องการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง การรับรู้/ความต้องการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง การรับรู้/ความต้องการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง การรับรู้/ความต้องการน้อยที่สุด

ในส่วนของแบบสอบถามภาษาอังกฤษได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษทำการตรวจสอบการใช้คำของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) *ข้อมูลทุติยภูมิ* เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยข้อมูลมะพร้าวสมุย แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะสมุย พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2) *ข้อมูลปฐมภูมิ* เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บจากแหล่งที่มาของข้อมูลโดยตรง คือ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เลือกสถานที่ในการเก็บข้อมูลจากโซนพื้นที่ที่กำหนดในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ โซนแม่น้ำ ที่ท่าเรือเร็วลมพระยา โซนตลิ่งงาม ที่ท่าเรือราชาเฟอร์รี่ ท่าเรือเกาะแตน และโซนอ่างทอง ที่ท่าเรือซีทรานเฟอร์รี่ น้ำตกหินลาด เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยจะใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการรวบรวมผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในส่วนของความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำการวิเคราะห์โดยการตีความ (Interpretation) และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

3.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการรวบรวมผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 มาทำการวิเคราะห์โดยการตีความ (Interpretation) และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว สมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 4) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยมีดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาข้อมูลอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ 1) ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) สถานการณ์มะพร้าวสมุยในปัจจุบัน 3) ความพร้อมของสวนมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (Interpretation) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และทำการเรียบเรียงสรุปผลโดยการเขียนเป็นประโยคหรือข้อความแบบบรรยาย (Descriptive) ให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่กำหนดไว้ โดยผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ความคิดเห็นต่อการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย รวมถึงปราชญ์ชาวบ้านเกาะสมุย มองว่าอัตลักษณ์ของมะพร้าวนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของพื้นที่ ขึ้นอยู่กับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งมะพร้าวที่ปลูกในเกาะสมุยเป็นลักษณะมะพร้าวที่ให้ผลผลิตเป็นมะพร้าวแก่ ไม่นิยมปลูกมะพร้าวอ่อน ส่วนอัตลักษณ์ของมะพร้าวสมุยที่เด่นชัดคือ ลักษณะของมะพร้าวสมุยที่มีความแตกต่างและมีความพิเศษจากพื้นที่อื่น คือ ผลมะพร้าวสมุยมีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแน่นหนา มีความมันสูง เหมาะกับการนำมาแปรรูปเป็นอาหาร นอกจากนี้มะพร้าวสมุยมีลักษณะลำต้นใหญ่ เนื้อไม้ของลำต้นมีการเรียงตัวของเส้นมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง และอีกจุดเด่นของมะพร้าวเกาะสมุยที่เป็นอัตลักษณ์ก็คือ มะพร้าวเกาะสมุยมีเส้นใยรองเนื้อมะพร้าวซึ่งอยู่ระหว่างกะลา กับเนื้อมะพร้าวเป็นใยสีดำประสานกันเป็นร่างแห ทั้งนี้ส่วนประกอบของมะพร้าวสมุย สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อีกมากมาย ที่ทำให้เป็นอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย เช่น ขนมหาละแม น้ำมันมะพร้าว สำหรับ ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากมะพร้าวสมุยเป็นสิ่งอยู่คู่กับคนเกาะสมุยมายาวนานจนมีตำนาน เรื่องเล่าต่างๆเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยมาตั้งแต่โบราณและได้กลายเป็นวิถีชีวิตของคนเกาะสมุยจนถึงปัจจุบัน

“อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยมีคุณสมบัติพิเศษกว่ามะพร้าวที่อื่น หากเปรียบเทียบกันในเชิงปริมาณมะพร้าวจากเกาะสมุยและมะพร้าวจากที่อื่นปริมาณของเนื้อมะพร้าวจะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่มะพร้าวสมุยหากนำไปสกัดเป็นน้ำมัน จะสามารถให้น้ำมันได้มากกว่ามะพร้าวจากที่อื่น จุดเด่นของมะพร้าวเกาะสมุยที่เป็นอัตลักษณ์ก็คือ มะพร้าวเกาะสมุยมีเส้นใยรองเนื้อมะพร้าว (อยู่ระหว่างกะลา กับเนื้อมะพร้าวชั้นนอกที่ติดกับกะลา) ส่วนลำต้นที่เป็นเนื้อไม้ของเกาะสมุยนั้น จะมีการเรียงตัวของเส้นมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง เนื้อสวยกว่ามะพร้าวที่อื่น” (อภิชัย ใจดี, สัมภาษณ์ 22 กันยายน 2559)

“มะพร้าวสมุยเป็นมะพร้าวที่ดีที่สุด มีประโยชน์หลายอย่าง เช่น สามารถนำมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าว ขนมหาละแม ที่ปัจจุบันถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของเกาะสมุย” (วินัย อินทร์คำ, สัมภาษณ์ 21 กันยายน 2559)

สำหรับการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย กลุ่มเจ้าของสวนมะพร้าว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย รวมถึงปราชญ์ชาวบ้านเกาะสมุย เห็นด้วยกับการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย เพราะจะทำให้มะพร้าวสมุยมีคุณค่ามากขึ้น

“อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยนั้นมียอยู่แล้ว แต่ไม่ได้มีอย่างเป็นทางการ ถ้ามีการสร้างให้เป็นรูปธรรมก็คิดว่าเป็นสิ่งที่ดี น่าจะทำให้มะพร้าวเกาะสมุย มีคุณค่าและมีประโยชน์มากขึ้น” (เศวต วิชัยดิษฐ์, สัมภาษณ์ 21 กันยายน 2559)

ดังนั้นอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยสามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของมะพร้าวสมุย ได้แก่ มีลักษณะลำต้นใหญ่ เนื้อไม้ของลำต้นมีการเรียงตัวของเส้นมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง ส่วนผลมีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแน่นหนา มีความมันสูง และกะลา

มีความแข็งแรงทนทาน ซึ่งอัตลักษณ์มะพร้าวในส่วนนี้ทางผู้ประกอบการส่วนใหญ่ นำมะพร้าวไปสู่การแปรรูปเพื่อสร้างอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวเพิ่มขึ้น ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) การแปรรูปเป็นอาหารคาวหวาน เช่น การนำส่วนของกะทิมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าว และเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นขนมกอลาแม ซึ่งขนมขึ้นชื่อในเกาะสมุย และ 2) แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ต่างๆ

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยกับมะพร้าวสมุย สำหรับพื้นที่เกาะสมุยบางพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันมีน้อยมากที่ยังมีอัตลักษณ์ส่วนนี้เอาไว้ โดยการรักษาวินัยชีวิตที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยให้คงอยู่ และนำเสนอคุณค่าวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวยังได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมและได้ทำความเข้าใจวิถีชีวิตคนเกาะสมุยลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ในการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยจำเป็นต้องนำอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยจากการค้นพบทั้ง 2 รูปแบบ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการให้มะพร้าวสมุยเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะสมุย และเพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุยมีการขยายตัวและรักษารูปแบบการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตมะพร้าวให้คงอยู่ในบรรยากาศที่หลากหลาย

4.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย

ปัจจุบันมีการนำส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าวซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของมะพร้าวสมุยมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุยเป็นจำนวนมาก แต่เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมๆ ที่มีมาแต่โบราณ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการนำมะพร้าวสมุยมาสร้างอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ โดยวัตถุดิบ คือ มะพร้าวที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มิใช่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เนื่องจากผลผลิตมะพร้าวสมุยลดลง

2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความสามารถในการพัฒนาคิดค้นผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยให้เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัด

3. ขาดผู้นำที่เข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

4. การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยยังไม่มีรูปธรรมที่ชัดเจน

5. การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยยังขาดความต่อเนื่อง

“เกาะสมุยมีผู้ประกอบการที่นำมะพร้าวซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของสมุยมาแปรรูปอยู่หลายราย แต่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังขาดศิลปะ ขาดจินตนาการไม่สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดได้” (ณัฐพล ศรีลัมพ์, สัมภาษณ์ 25 กันยายน 2559)

“ปัจจุบันการนำเสนอเรื่องราวหรือการสื่อถึงคุณค่าของมะพร้าวขาดความชัดเจน ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่เห็นคุณค่าของ มะพร้าว เช่น หากมะพร้าวลูกดิบแบน ทุกคนจะมองข้ามและไม่ให้ความสำคัญ ซึ่ง

อันที่จริงแล้ว มะพร้าวลูกสีเขียวสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าได้มากกว่าการถูกโยนทิ้งอย่างไร้ประโยชน์” (สุพจน์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2559)

4.1.3 ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของผู้ประกอบการ

มะพร้าวในเกาะสมุยจะเน้นขายผลสด ส่วนการแปรรูปมะพร้าวสมุยมีหลากหลายรูปแบบตั้งแต่อดีตมีการนำมาใช้ในการประกอบอาหารคาว หวาน ต่างๆเพราะให้รสชาติหวานมันกลมกล่อม โดยจะใช้ทุกส่วนของต้นมะพร้าวตั้งแต่รากสามารถนำมาเป็นยาใช้ขับปัสสาวะ แก้อาการท้องเสีย กะลาอ่อนนำมาคั้นน้ำกะทิสดและนำไปทำขนมหวาน, เปลือกมะพร้าวนำมาทำโยมะพร้าวและสามารถทำเป็นฟูกที่นอนได้ ทางมะพร้าวนำไปทำไม้กวาด วัสดุเชื้อเพลิง ก้านมะพร้าวนำมาเหลาทำไม้กวาด แต่ส่วนใหญ่ชาวเกาะสมุยจะแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น และนำมะพร้าวมาเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นอาหาร เช่น ขนมชั้นชื่อในเกาะสมุยอย่างกาละแม ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก มีส่วนผสมของน้ำกะทิให้ความหวานมันกลมกล่อม นอกจากนั้นยังมีการนำมาทำเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น สำหรับการนำองค์ประกอบของมะพร้าวสมุยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆในพื้นที่เกาะสมุย โดยแยกตามกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

เจ้าของสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ในพื้นที่เกาะสมุยไม่ได้นำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ แต่จะขายผลมะพร้าวให้กับผู้รับซื้อมะพร้าว ส่วนพื้นที่สวนมะพร้าว เจ้าของสวนบางรายก็ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าชมบรรยากาศสวนมะพร้าว แต่ทั้งนี้ยังไม่ได้มีกิจกรรมในสวนมะพร้าวที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้

“มะพร้าวที่สวนโดยทั้งหมดจะขายผล ซึ่งมีผู้รับซื้อมะพร้าวมาซื้อที่สวน” (สมบุญธน์ สมบุญธน์ สัมภาษณ์ 30 ตุลาคม 2559)

“มะพร้าวที่สวนไม่ได้นำมาแปรรูป แต่จะเป็นการขายผลให้กับผู้รับซื้อมะพร้าว แต่ที่สวนมะพร้าวก็มีการกางหญ้าบังอย่างปีละครั้ง นักท่องเที่ยวที่สัญจรไปมาก็สามารถเข้าชมสวนมะพร้าวและถ่ายภาพได้” (วีรพล วัชรสินธุ์, สัมภาษณ์ 6 พฤศจิกายน 2559)

ผู้ประกอบการร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว

อาหารและผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าวสมุยมีหลากหลายเมนู โดยนำส่วนต่างๆ ของมะพร้าวมาแปรรูป ดังนี้ 1) มะพร้าวผลอ่อน โดยนำมาบริโภคผลสด ซึ่งการบริโภคผลสดเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่ปริมาณของมะพร้าวผลอ่อนในเกาะสมุยนี้น้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากมะพร้าวสมุยเป็นมะพร้าวที่นิยมใช้ลักษณะของมะพร้าวผลแก่เป็นส่วนใหญ่ นอกจากบริโภคผลสดแล้ว ยังนำมะพร้าวผลอ่อนมาแปรรูปเป็นวุ้นมะพร้าวในลูก และมะพร้าวเผาจำหน่ายอีกด้วย 2) ยอดมะพร้าว เมนูที่ร้านอาหารนำยอดมะพร้าวมาแปรรูป เช่น แกงส้ม ยำ และผัด เป็นต้น สามารถหารับประทานได้ตามร้านอาหารทั่วไป และ 3) น้ำกะทิ อาหารที่คนเกาะสมุยนำน้ำกะทิมารับเป็นส่วนผสม เช่น น้ำยาขนมจีน แกงเขียวหวาน และขนมหวาน สำหรับขนมที่ขึ้นชื่อของเกาะสมุย คือ ขนมกาละแม ซึ่งเป็น

ขนมที่มีผู้ประกอบการผลิตเป็นจำนวนมาก แต่รายที่ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียง เช่น กาละแม้โบราณ แม่ธัญญา ซึ่งเป็นสูตรโบราณดั้งเดิมของเกาะสมุย และได้รับเครื่องหมายการรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

“ทางร้านขายขนมจีน และน้ำแกงขนมจีนมีส่วนผสมของกะทิเป็นหลัก กะทิที่ทางร้านใช้เป็นกะทิสดที่มาจากมะพร้าวในเกาะสมุย นอกจากนี้ทางร้านยังมีขนมหวานที่มีส่วนผสมของน้ำกะทิ” (ไมตรี พรหมรักษ์, สัมภาษณ์ 24 ตุลาคม 2559)

“มะพร้าวสามารถนำมาแปรรูปต่างๆ ได้มากมาย แต่ของเรานำมะพร้าวมาเป็นส่วนผสมในการแปรรูปขนมกาละแม้ ซึ่งขนมกาละแม้แม่ธัญญา มีความพิเศษและจุดเด่นโดยการใช้ข้าวเหนียวผสมในขนมกาละแม้ทุกแบบ นอกจากนี้กาละแม้แม่ธัญญา ยังได้รับเครื่องหมายการรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) อีกด้วย” (พัฒน์พงศ์ อินทร์คำ, สัมภาษณ์ 21 กันยายน 2559)

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลาและไม้มะพร้าว

ส่วนต่างๆ ของมะพร้าวที่ไม่สามารถรับประทานได้ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้ 1) กลางลำต้น คนเกาะสมุยนำมาสร้างบ้าน เนื่องจากไม้มะพร้าวมีความคงทน 2) โคนของลำต้น สามารถนำมาแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้และของที่ระลึกได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ภาชนะใส่ของ ตลับใส่ของ จาน แก้ว ช้อน ฯลฯ สำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้มะพร้าวรายใหญ่ในอำเภอเกาะสมุย คือ กลุ่มกะลาและไม้มะพร้าวตำบลตลิ่งงาม ของนายสุนทร โพธิ์น้อยงาม 3) มะพร้าวแห้ง นำมะพร้าวแห้งทั้งลูกมาแกะสลักเป็นรูปสิ่งของตกแต่งกะลามะพร้าว และสามารถดัดแปลงเป็นกระปุกออมสินลิง 4) กะลามะพร้าว เป็นวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวผล มีการนำมาแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้และอุปกรณ์งานคร่ำวามากมาย เช่น การนำมาเผาเป็นถ่านหุงต้ม เนื่องจากถ่านจากกะลามะพร้าวทำให้ควันไม่ดำ และไม่มีขี้เถ้า นอกจากนี้กะลามะพร้าวสามารถแปรรูปเป็นเป็นสิ่งของเครื่องใช้ได้ อีก เช่น โคมไฟ กล้องใส่กระดาษทิชชู พวงกุญแจ ฯลฯ และ 5) ใบและก้านมะพร้าว ซึ่งเป็นวัสดุที่คนทุกยุคทุกสมัย นำมาทำสิ่งของเครื่องใช้มากมาย ได้แก่ ไม้กวาด กระเช้า กระจาด ตะกร้า เป็นต้น

“ผลิตภัณฑ์ของร้าน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากตอมะพร้าว ซึ่งตอมะพร้าวที่ใช้เป็นตอมะพร้าวในเกาะสมุยที่เจ้าของสวนหรือผู้รับซื้อตอมะพร้าวไม่ต้องการแล้วและกำลังจะขุดทิ้ง ทางร้านจึงไปเอามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และถือว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวเป็นอย่างมาก จากที่คนทั่วไปจะมองไม่เห็นคุณค่าของมัน แต่เมื่อนำมาแปรรูปแล้วมูลค่าของมันก็จะเพิ่มขึ้น” (สุนทร โพธิ์น้อยงาม, สัมภาษณ์ 25 ตุลาคม 2559)

“ผลิตภัณฑ์ที่ทำ คือ ไม้กวาดจากก้านมะพร้าว เป็นการนำส่วนประกอบของมะพร้าวมาแปรรูปให้มีประโยชน์ หากการทำไม้กวาดก้านมะพร้าวให้มีความทนทานและแข็งแรงและได้รูปแบบที่มาตรฐาน ถือว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวเพิ่มขึ้น และวัสดุหรือก้านมะพร้าวที่ใช้จะต้องเป็นของท้องถิ่นเกาะสมุยเท่านั้น เพื่อที่จะสามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยได้ด้วย” (ปกรณ สุพันธ์, สัมภาษณ์ 13 พฤศจิกายน 2559)

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว

เกาะสมุยมีผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวหลายราย โดยนำกะทิมาแปรรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็นเพื่อให้ได้น้ำมันมะพร้าว ตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวอำเภอเกาะสมุย เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ของบริษัทสมุยเรนอง ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค โดยใช้ชื่อตราสินค้าว่า Spaco ของคุณณัฐพล ศรีลัมพ์ ตำบลอ่างทอง ที่นำน้ำกะทิมาแปรรูปด้วยกระบวนการหมักตามธรรมชาติแบบสกัดเย็น

“ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท คือ น้ำมันมะพร้าว ซึ่งที่ผ่านมาราคามะพร้าวในเกาะสมุยตกต่ำ จึงนำมะพร้าวในเกาะสมุยมาเพิ่มมูลค่า โดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ 100% ด้วยกระบวนการหมักตามธรรมชาติ” (ณัฐพล ศรีลัมพ์, สัมภาษณ์ 25 กันยายน 2559)

“ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว เป็นการนำมะพร้าวที่เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในหมู่บ้านและไม่ได้นำมะพร้าวไปใช้ในการแปรรูปเป็นอย่างอื่น ก็เลยนำมะพร้าวมาเพิ่มมูลค่าโดยทำเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทุกครัวเรือนสามารถทำได้และสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นรายได้เสริมให้กับครัวเรือน” (บุญฤทธิ์ มีเพียร, สัมภาษณ์ 1 พฤศจิกายน 2559)

ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปา

ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปาได้นำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยมาใช้ภายในโรงแรม เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทำจากตอมะพร้าวและกะลามะพร้าว ได้แก่ จาน แก้ว ตลับใส่สิ่งของ โคมไฟ ฯลฯ และน้ำมันมะพร้าวทั้งเป็นน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์และแบบแต่งกลิ่นไว้บริการลูกค้าของโรงแรม นอกจากนี้มีบางโรงแรมนำน้ำมันมะพร้าว ไอศกรีมมะพร้าว มาเป็น welcome drink ของโรงแรม

“ทางโรงแรมเบลมอนด์นภาไสไม่ได้แปรรูปผลิตมะพร้าวโดยตรง แต่ได้นำผลิตภัณฑ์ของมะพร้าวมาใช้ภายในโรงแรม และที่มึความโดดเด่นของโรงแรม คือ ไอศกรีมมะพร้าวซึ่งทำเป็น welcome drink ของโรงแรม ภาชนะใส่ไอศกรีมที่เป็นถ้วยและช้อนตักก็เป็นภาชนะที่ทำจากมะพร้าว ส่วนของใช้อื่นๆ ที่โรงแรมใช้ก็ทำมาจากมะพร้าวเช่นกัน เช่น แจกันดอกไม้ กล่องทิชชู กระติกน้ำแข็ง กระบวยตักน้ำ ทั้งนี้การที่โรงแรมนำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของเกาะสมุยมาใช้ ก็เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นเกาะสมุยไว้” (วรรณวิภา ธีวรรณ, สัมภาษณ์ 19 ตุลาคม 2559)

“สปาใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นบริสุทธิ์ 100% ในการนวดให้กับลูกค้า ซึ่งน้ำมันมะพร้าวที่ใช้ทางสปาสั่งซื้อจากคนในพื้นที่เกาะสมุย เพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจของคนในพื้นที่ และเป็นการอนุรักษ์มะพร้าวสมุย” (อรทิพา ยันตะกลู, สัมภาษณ์ 26 ตุลาคม 2559)

4.1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เกาะสมุยเป็นเกาะที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชุมชน เป็นต้น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเหล่านี้เมื่อนำกิจกรรมต่างๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมและช่วย

สร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวหรือชุมชน ก็ทำให้การท่องเที่ยวมีสีสันมากขึ้น และถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หากกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ไม่รู้จักรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่ามีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร แต่เมื่อให้ผู้ประกอบการได้ให้ความหมายและแสดงความคิดเห็นถึงรูปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามความเข้าใจของตนเอง สามารถสรุปตามกลุ่มตัวอย่างดังนี้

เจ้าของสวนมะพร้าว

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต เน้นความโบราณ ความดั้งเดิมของเกาะสมุย และเป็นการนำเอาจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่มีอยู่ของเกาะสมุยมาเสนอให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น กรณีของสวนมะพร้าวอาจจัดให้มีการสาธิตการเก็บมะพร้าวโดยใช้ลิง การปอกมะพร้าวแบบวิถีชาวบ้าน

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรจะเป็นการนำเอาจุดเด่นที่มีอยู่ภายในพื้นที่มาเสนอให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่นในกรณีของมะพร้าวอาจจัดให้มีการสาธิตการเก็บมะพร้าวโดยใช้ลิง การปอกมะพร้าวแบบวิถีชาวบ้าน” (ชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 1 พฤศจิกายน 2559)

หน่วยงานภาครัฐ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นำเสนอวิถีชีวิตและวัฒนธรรมคนสมุยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะวิถีมะพร้าว เนื่องจากมะพร้าวอยู่คู่กับคนเกาะสมุยมายาวนานให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับมะพร้าวตั้งแต่เริ่มปลูกจนกระทั่งการนำมาแปรรูปเป็นอาหาร หรือสิ่งของเครื่องใช้

“ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาความเป็นวิถีมาผสมผสานกับการท่องเที่ยวโดยทั่วไป แต่ถ้าความเป็นวิถีของเกาะสมุย ก็คือมะพร้าว ที่มะพร้าวอยู่คู่กับคนเกาะสมุยมายาวนาน” (เบญญณี เวียงวีระ, สัมภาษณ์ 25 ตุลาคม 2559)

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการดึงความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนมาเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นศักยภาพของพื้นที่เกาะสมุย และเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่ามากขึ้น เช่น การประกอบอาชีพของคนในเกาะสมุยในอดีตเน้นการทำสวนมะพร้าวเป็นหลัก จึงควรนำเอาวิถีชีวิตการทำสวนมะพร้าวมาแสดงให้เห็นให้นักท่องเที่ยวได้เห็นในรูปแบบหรือวิธีการ โดยสิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้นั้นควรเป็นวิถีชีวิตแบบของจริง ไม่ใช่การจัดฉากเรียกเงินค่าเข้าชม แต่ควรนำนักท่องเที่ยวมาชมการทำสวนของชาวบ้านภายในสวนจริงๆ

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่ดึงความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น การประกอบอาชีพของคนในสมุยในอดีตเน้นการทำสวนมะพร้าวเป็นหลัก จึงควรนำเอาวิถีชีวิตการทำสวนมะพร้าวมาแสดงให้เห็นให้นักท่องเที่ยวได้เห็นในรูปแบบหรือวิธีการใดก็ตาม แต่สิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้นั้นควรเป็นวิถีชีวิตแบบของจริง ไม่ใช่การจัดฉากเรียกเงินค่าเข้าชมอย่างเช่นในศูนย์การแสดงในหลายพื้นที่ แต่ควรนำนักท่องเที่ยวมาชมการทำสวนของชาวบ้านภายในสวนจริงๆ” (สายัณห์ สมคะเน, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การดึงเอาเอกลักษณ์ของมะพร้าวมาให้นักท่องเที่ยวชม เช่นการจัดให้บริษัทนำเที่ยวพานักท่องเที่ยวเข้ามาชมการเก็บมะพร้าวภายในสวนของชาวบ้าน มาดูขั้นตอนการทำจริงในสวน เพราะนักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์เห็นทุกขั้นตอนจริงๆ เป็นวิถีชีวิตจริงๆ ที่ไม่ได้เป็นการจัดแสดงโชว์ ที่มีการจัดทำขึ้นมาเหมือนการหลอมนักท่องเที่ยว” (ดุชาติ โยธารส, สัมภาษณ์ 19 ตุลาคม 2559)

ตัวแทนชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิตดั้งเดิมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หรือให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำกิจกรรมที่เป็นภูมิปัญญาของคนเกาะสมุย เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเน้นย้ำ เอกลักษณ์ และคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของเกาะสมุย รวมทั้งช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนเกาะสมุย และปัจจุบันเกาะสมุยมีค่านิยมเปลี่ยนไป นิยมธรรมเนียมต่างชาติ แต่ไม่รักษาธรรมชาติความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยไว้

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่ถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิตดั้งเดิม การทำสวนของเกาะสมุยออกมา ที่ปัจจุบันบนเกาะสมุยหาได้ยาก และเพื่อให้คนรุ่นหลังได้ดู รวมทั้งนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพราะการที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สามารถเป็นการย้ำเตือนให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวิถีชีวิตแบบเดิมๆ ไว้” (สายัณห์ สมคะเน, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

4.1.5 ความพร้อมและการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าว

สวนมะพร้าวบางพื้นที่ในเกาะสมุยอยู่ในพื้นที่บนภูเขาสูง มีความยากลำบากในการเดินทางเข้าสวน ซึ่งเจ้าของสวนไม่ค่อยได้เข้าไปในสวน ส่วนในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตก็จะมีผู้รับซื้อมะพร้าวเข้าไปเก็บผลผลิตให้เจ้าของสวน ด้วยสวนมะพร้าวอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลำบาก ไม่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนมะพร้าวได้ อย่างไรก็ตามเจ้าของสวนมะพร้าวสามารถมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย คือ การอนุรักษ์และรักษาต้นมะพร้าวในสวนให้คงอยู่ในสภาพที่ดี เพราะถือได้ว่ามะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุย เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้เห็นภาพต้นมะพร้าวเป็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

ในอนาคตหากมีการพัฒนาจัดทำโครงการอย่างจริงจัง มีการร่วมมือของเจ้าของสวนมะพร้าวกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จะสามารถทำให้สวนมะพร้าวที่อยู่ในพื้นที่ราบ การเดินทางเข้าสวนสะดวกเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนมะพร้าวได้ และสามารถจัดเป็นแหล่งถ่ายทอดการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตของชาวสวนมะพร้าวได้ ทั้งนี้ต้องเลือกสวนมะพร้าวที่เจ้าของสวนมีความใส่ใจ ดูแลสวน เนื่องจากบางสวนที่อยู่ในพื้นที่ราบหากต้องการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเป็นไปได้อ่อนขางยากเนื่องจากขาดผู้ดูแลหรือสานต่อในการทำสวน เนื่องจากลูกหลานประกอบธุรกิจอย่างอื่นที่ได้ค่าตอบแทนดีกว่าสวนมะพร้าว

“ในการที่จะจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีกิจกรรมต่างๆในสวนมะพร้าวนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากขาดผู้ดูแลหรือสานต่อในการทำสวน เพราะลูกหลานประกอบธุรกิจอย่างอื่นที่ได้

คำตอบแทนดีกว่าสวนมะพร้าว และในอนาคตยังไม่ทราบแน่ชัดว่าสวนมะพร้าวอาจถูกแปรสภาพเป็นการทำธุรกิจอย่างอื่นแทน” (สมบูรณ์ สมบุญ, สัมภาษณ์ 30 ตุลาคม 2559)

“อนาคตหากมีการพัฒนา และมีการเข้าร่วมมือของหน่วยงานต่างๆอย่างจริงจัง สวนมะพร้าวก็สามารถจัดเป็นแหล่งถ่ายทอดการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตของชาวสวนมะพร้าวได้ แต่ต้องเป็นสวนมะพร้าวที่สามารถเดินทางเข้าสวนสะดวก เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนมะพร้าวได้” (ชัยณรงค์ แข่งขัน, สัมภาษณ์ 1 พฤศจิกายน 2559)

หน่วยงานภาครัฐ

การมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าว สมัยของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการมะพร้าวสมัยในด้านต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคเอกชนเกี่ยวกับมะพร้าวสมัย เช่น กิจกรรมปลูกต้นมะพร้าว ที่ทางหน่วยงานภาครัฐมองถึงอนาคตว่ามะพร้าวของเกาะสมุยจะหมดไปจากเกาะสมุย จึงได้รณรงค์ให้คนเกาะสมุยและนักท่องเที่ยวร่วมกันปลูกมะพร้าวเพื่อเพิ่มต้นมะพร้าวให้เกาะสมุย การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบัน มีดังนี้

1) สวนมะพร้าว

(1) เกษตรอำเภอกะสมุย สนับสนุนและจัดกิจกรรมรณรงค์ให้เกษตรกรขึ้นทะเบียนเกษตรกรใหม่ ให้เป็นปัจจุบันทุกปี เพื่อประโยชน์ในการขอรับความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติ และการเข้าร่วมโครงการของภาครัฐหรือการช่วยเหลือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามสิทธิต่างๆ

(2) เกษตรอำเภอกะสมุย ส่งเสริมให้มีการปลูกพืชแซมในสวนมะพร้าวเพื่อสร้างรายได้เพิ่มจากสวนมะพร้าว

(3) ได้จัดเวทีให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกมะพร้าวเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดภูมิทัศน์ และให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและการกำจัดศัตรูมะพร้าว

“กิจกรรมที่ทางเกษตรอำเภอทำอยู่เพื่อสนับสนุนเกี่ยวกับมะพร้าว คือ ในทุกปีจะเปิดให้เกษตรกรมาขึ้นทะเบียนเกษตรกรใหม่ เพื่อให้เจ้าของสวนมะพร้าวได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆ แต่ในส่วนนี้เกษตรกรให้ความสนใจน้อยมาก นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้เจ้าของสวนมะพร้าวปลูกพืชแซมในสวนมะพร้าว และการให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและการกำจัดศัตรูมะพร้าว” (บ๋อง เพ็ชรรัตน์, สัมภาษณ์ 18 ตุลาคม 2559)

2) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย

(1) ส่งเสริมและสนับสนุน การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มะพร้าว เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้ชาวสวนมะพร้าวและให้มะพร้าวอยู่คู่เกาะสมุย

(2) พัฒนาผู้ประกอบการสินค้าชุมชนและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ เช่น เทคโนโลยีการผลิต การตลาด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาบุคลากร

(3) ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้กับผู้ประกอบการ ได้แก่ จัดฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนา กลุ่มเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งในด้านต่างๆ เช่น ด้านการตลาด การบริหารจัดการธุรกิจ

“การสนับสนุนที่ทางกองสวัสดิการสังคมให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าว ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาอาชีพให้กับผู้ประกอบการในด้านต่างๆ” (เบญญูณิชา เวียงวีระ, สัมภาษณ์ 25 ตุลาคม 2559)

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจดังนี้

1) ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปา

การมีส่วนร่วมของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปาต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย โดยทางธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปา มีการปลูกต้นมะพร้าวเพื่อเป็นภูมิทัศน์ภายในโรงแรม ปริมาณต้นมะพร้าวมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพื้นที่โรงแรม แต่ทุกโรงแรมจะมีต้นมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ของสมัย สำหรับโรงแรมที่มีต้นมะพร้าวเป็นภูมิทัศน์อย่างสวยงาม ซึ่งเป็นจุดเด่นของโรงแรมอย่างเห็นได้ชัดเจน คือ โรงแรมสันติบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่มีต้นมะพร้าวภายในโรงแรมมากกว่า 1,000 ต้น และบริเวณชายหาดได้ปลูกต้นมะพร้าวไว้เป็นร่มเงาให้กับนักท่องเที่ยวตลอดแนวชายหาดของโรงแรม

นอกจากการจัดภูมิทัศน์ของโรงแรมแล้วธุรกิจโรงแรมและธุรกิจสปาได้นำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของเกาะสมุยมาใช้ภายในโรงแรม เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทำจากตอมะพร้าวและกะลามะพร้าว ได้แก่ จาน แก้ว ตลับใส่สิ่งของ โคมไฟ ฯลฯ น้ำมันมะพร้าว และการนำกะทิมาส่วนผสมในการทำอาหาร ทั้งนี้เพื่อรักษาเอกลักษณ์ความเป็นเกาะสมุยไว้

“ภูมิทัศน์ภายในบริเวณโรงแรมมีทั้งต้นไม้หลากหลายชนิดแต่จะมีต้นมะพร้าวเป็นหลักซึ่งมีประมาณ 1,000 ต้น และมีการปลูกเสริมขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นปรับภูมิทัศน์และสงวนไว้และยังเป็นการรักษาหน้าดิน” (ปัญญา ทองเฟือ, สัมภาษณ์ 9 พฤศจิกายน 2559)

“น้ำมันนวดที่ใช้ในสปาเป็นน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นแบบบริสุทธิ์ และมีน้ำมันมะพร้าวที่มีการแต่งกลิ่นอื่นๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับลูกค้า เช่น กลิ่นตะไคร้ ดอกบัว กล้วยไม้ ดอกมะลิ เป็นต้น ซึ่งน้ำมันมะพร้าวที่ทางสปาใช้เป็นน้ำมันมะพร้าวของผู้ประกอบการในสมัย” (นฤเบศ ทิพย์เสวต, สัมภาษณ์ 25 ตุลาคม 2559)

2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากมะพร้าว ส่วนใหญ่นำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น สบู่ แชมพู ครีมนำรุงผิวหน้า เป็นต้น โดยการมีส่วนร่วมธุรกิจประเภทนี้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย คือ การนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยมาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และผู้ประกอบการบางรายได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ เช่น การชูดมะพร้าว การคั้นน้ำกะทิ รวมทั้งการรับชมวิดีโอขั้นตอนการแปรรูปน้ำมันมะพร้าว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้เห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในการทำน้ำมันมะพร้าว

“ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท คือ น้ำมันมะพร้าว และยังมีผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปมะพร้าว อีกหลากหลาย เช่น น้ำกะทิ สบู่ แชมพู ครีมบำรุงผิวหน้า ส่วนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ เช่น การขูดมะพร้าว การคั้นน้ำกะทิ นอกจากนี้ทางบริษัทมีวิดีโอขั้นตอนการแปรรูปน้ำมันมะพร้าวของบริษัทให้นักท่องเที่ยวได้ชมด้วย” (ณัฐพล ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 25 กันยายน 2559)

3) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและไม้มะพร้าว

ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวและไม้มะพร้าว เช่น กระจุกออมสิน กาใส่ น้ำ ตัวต่อ โคมไฟ จาน แก้ว ช้อน ตะหลิว กระจุกยัดก้นน้ำ ภาชนะสำหรับใส่ของในรูปแบบต่างๆ และของที่ระลึก ฯลฯ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ไม้กวาดจากก้านมะพร้าว การมีส่วนร่วมธุรกิจนี้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย คือการที่นำส่วนต่างๆ ของมะพร้าวมาแปรรูปเป็นของใช้ ของตกแต่งหรือของฝากให้เป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเกาะสมุยและได้แวะเวียนมาซื้อเพื่อเป็นของฝาก ซึ่งถือได้ว่าเป็นการร่วมกันอนุรักษ์เอกลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุยเอาไว้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและไม้มะพร้าวได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการผลิตขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดการเรียนรู้วิธีการทำให้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้ชมและให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมลงมือทำในขั้นตอนที่ไม่เป็นอันตราย เช่น การลงสี การขัดผลิตภัณฑ์จากไม้มะพร้าวที่กลึงเป็นที่เรียบร้อยแล้วเพราะเป็นขั้นตอนที่ง่ายและไม่เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยว

“ผลิตภัณฑ์ของร้านส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึก ของตกแต่ง และในส่วนของการผลิตสินค้าก็จะเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ แต่ไม่ให้นักท่องเที่ยวลงมือทำเอง เนื่องจากต้องใช้เครื่องจักรซึ่งอาจเกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้ จึงใช้วิธีการสาธิตหรือทำให้ดู แต่ในบางกิจกรรมก็เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติได้ เช่น ขั้นตอนการขัด และ ลงสี ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ง่ายและไม่เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยว” (ถวิล อินทร์ตรา, สัมภาษณ์ 20 ตุลาคม 2559)

4) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าว

ผลิตภัณฑ์ขนมที่ทำจากมะพร้าวสมัยที่เป็นที่รู้จักและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุย คือ ขนมกาละแม นอกจากนี้ยังมีมะพร้าวแก้ว ท็อฟฟี่ และทองม้วนมะพร้าวอ่อน ที่ใช้น้ำกะทิเป็นส่วนผสมหลัก รวมทั้งขนมหวานต่างๆ สำหรับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากมะพร้าวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมัย คือ การให้นักท่องเที่ยวหรือหน่วยงานต่างๆ เข้ามาดูวิธีการในการกวนกาละแม และมีการสอนเกี่ยวกับการทำทองม้วนมะพร้าวอ่อนและขนมหวานต่างๆ เช่น ขนมโค โดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำด้วยตนเอง

“ขนมกาละแมเป็นขนมขึ้นชื่อของเกาะสมุยและมีน้ำกะทิเป็นส่วนผสมหลัก ปัจจุบันกาละแมของแม่ยินดีได้มีการเปิดโรงกวนให้นักท่องเที่ยวหรือหน่วยงานต่างๆ ที่สนใจสามารถเข้ามาดูวิธีการกวนได้” (ยินดี ช่างโชติ, สัมภาษณ์ 19 ตุลาคม 2559)

“ทางร้านทำขนมหลายได้อย่างตามคำสั่งของลูกค้า แต่ขนมทองม้วนมะพร้าวอ่อนเป็นขนมที่ทำจำหน่ายที่ร้านทุกวัน และในส่วนนี้นักท่องเที่ยวที่สนใจก็สามารถชมวิธีการทำหรือลองทำเองก็ได้” (กนิษฐา แซ่ลิ้ม, สัมภาษณ์ 13 พฤศจิกายน 2559)

5) ผู้ประกอบการรับซื้อมะพร้าว

ธุรกิจรับซื้อมะพร้าวมีงานหลัก คือ รับซื้อมะพร้าวจากชาวสวนมะพร้าวเพื่อส่งขายให้กับโรงงานต่างๆ นอกพื้นที่เกาะสมุย โดยมะพร้าวที่ส่งขายมีแบบส่งขายมะพร้าวสดทั้งลูก และแบบมะพร้าวปอกเปลือก ทั้งนี้ในการรับซื้อมะพร้าวที่สวนมะพร้าวผู้ประกอบการรับซื้อบางรายจะต้องมีทีมงานในการสอยมะพร้าวทั้งแบบใช้ไม้สอยและใช้ลิง สำหรับการมีส่วนร่วมของธุรกิจรับซื้อมะพร้าวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย คือ สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม วิธีการการปอกมะพร้าว การเผามะพร้าว และมีการสาธิตการสอยมะพร้าวทั้งแบบที่ใช้คนสอยและใช้ลิง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยที่สัมพันธ์กับมะพร้าวและถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุย

“มะพร้าวที่รับซื้อคือ มะพร้าวสด มะพร้าวปอกเปลือก เนื้อมะพร้าว และมะพร้าวเผา เพื่อส่งขายให้กับโรงงานต่างๆ นอกพื้นที่เกาะสมุย และจุดรับซื้อที่นี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านไปผ่านมาสามารถเข้ามาเยี่ยมชม วิธีการปอกมะพร้าว การสอยมะพร้าว การเผามะพร้าว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จุดรับซื้อทำอยู่ทุกวัน หรือนักท่องเที่ยวอยากชมวิธีการเก็บมะพร้าว ที่จุดรับซื้อก็สามารถสาธิตให้ดูได้” (สมพร แสนจิว, สัมภาษณ์ 17 ตุลาคม 2559)

6) บริษัททัวร์

กิจกรรมของบริษัททัวร์ที่มีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย เป็นการมีส่วนร่วมในทางอ้อม โดยบริษัททัวร์ได้จัดโปรแกรมทัวร์สำหรับให้นักท่องเที่ยวดูลิงโชว์เกี่ยวกับต้นมะพร้าวอยู่แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับการเก็บมะพร้าวในสวนมะพร้าว การปอกเปลือกมะพร้าวที่เป็นวิถีชาวบ้าน ทางบริษัททัวร์ก็สามารถจัดให้นักท่องเที่ยวได้ และบริษัททัวร์ได้แนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของสมุยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว ขนมกาละแม และอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทำจากกะลามะพร้าวและไม้มะพร้าว

“กิจกรรมของบริษัทที่เชื่อมโยงกับมะพร้าวจะเป็นกิจกรรมในลักษณะทางอ้อม คือ มีการพาไปดูลิงขึ้นต้นมะพร้าว พาไปซื้อของที่ระลึก ดูผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าว เช่น น้ำมันมะพร้าว กาละแม ของที่ระลึกต่างๆ ที่วางขายอยู่ที่หินตา-หินยาย” (สรรัชย์ คำเอี่ยม, สัมภาษณ์ 18 ตุลาคม 2559)

4.1.6 การจัดประชุมกลุ่มย่อย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยในส่วนนี้มาจัดประชุมกลุ่มย่อยตามประเภทของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยผลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) การสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย และหน่วยงานภาครัฐ เห็นด้วยกับข้อมูลอัตลักษณ์ที่ได้มา แต่สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการต่อไปอีกคือการนำเสนออัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เพื่อที่จะรักษาอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยไว้

2) การสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย และหน่วยงานภาครัฐ คิดว่ามะพร้าวสมุยสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อีกมากมายที่ให้ความสร้างสรรค์และแปลกใหม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว นอกจากการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์แล้ว ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนมะพร้าวได้เช่นกัน

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาข้อมูลการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความต้องกรเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย

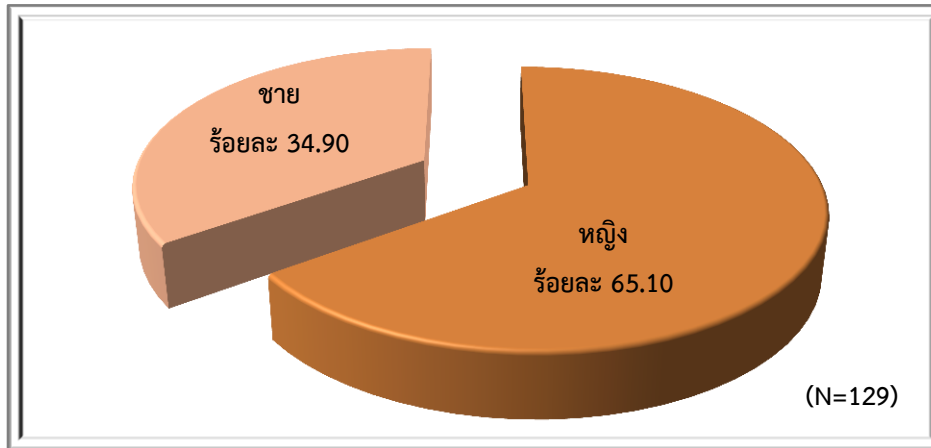
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 4) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยจะใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยให้ตรงประเด็นตามกรอบการดำเนินงานที่กำหนดไว้ โดยผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มีรายละเอียดดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย

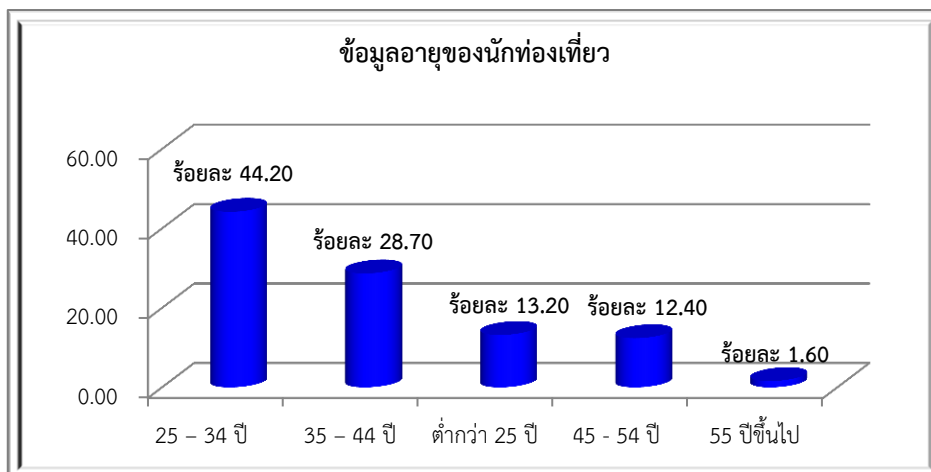
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แผนภูมิที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเพศ



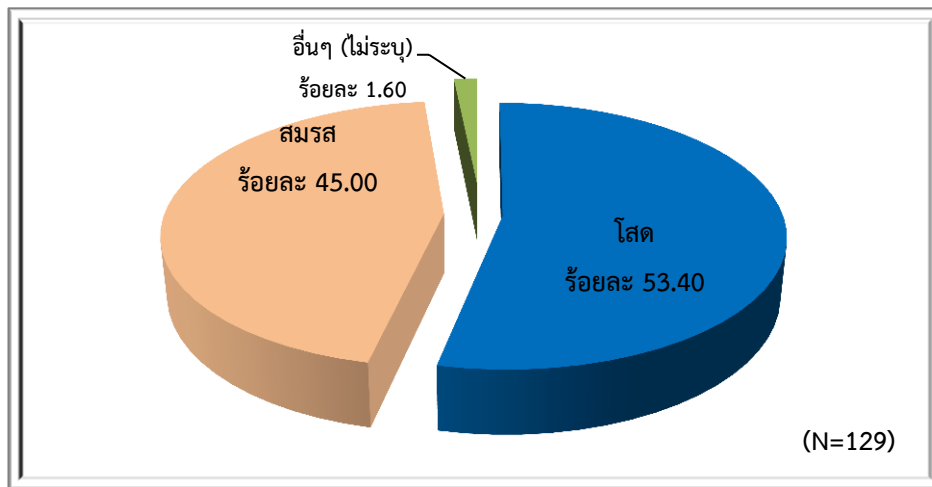
จากแผนภูมิที่ 4.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง

แผนภูมิที่ 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอายุ



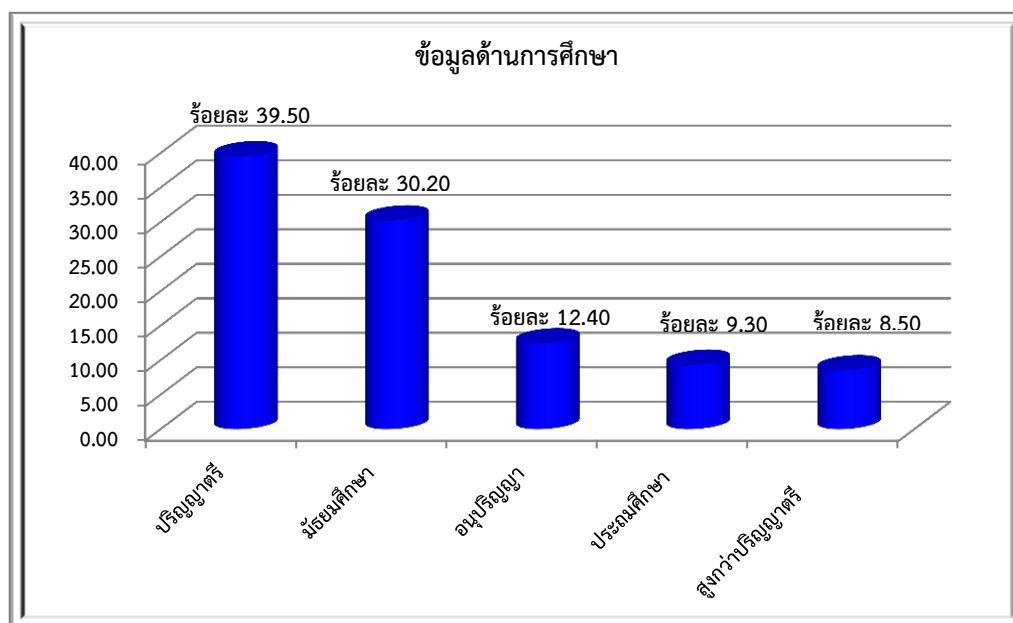
จากแผนภูมิที่ 4.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี มากที่สุด และอายุ 55 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด

แผนภูมิที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานภาพ



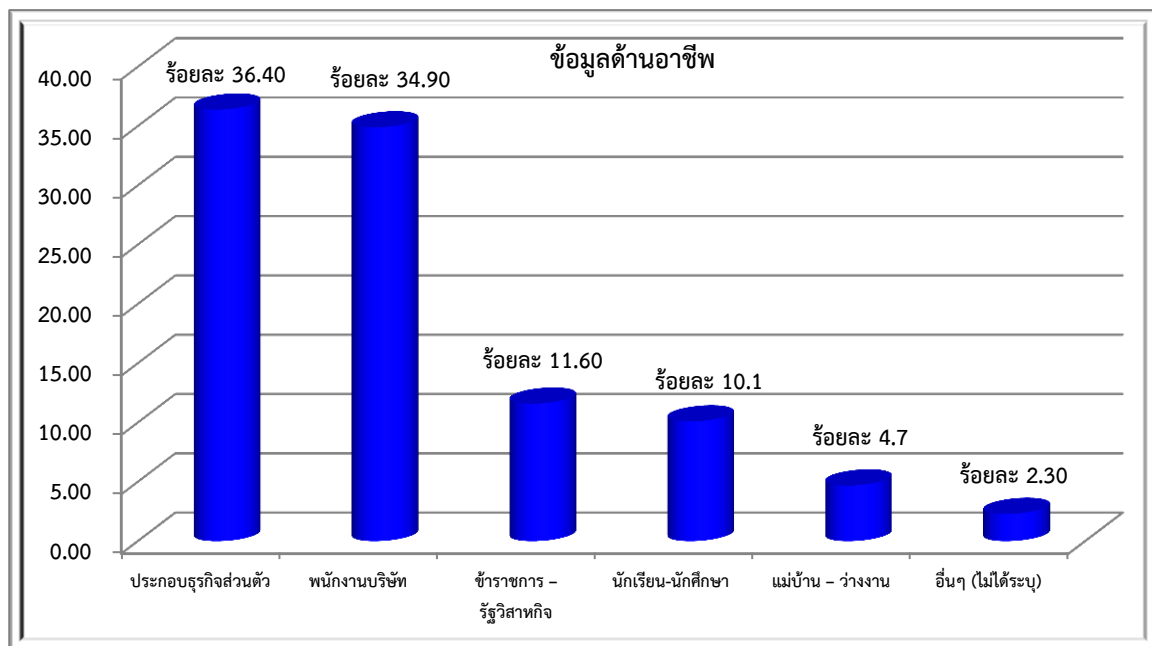
จากแผนภูมิที่ 4.3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส

แผนภูมิที่ 4.4 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการศึกษา



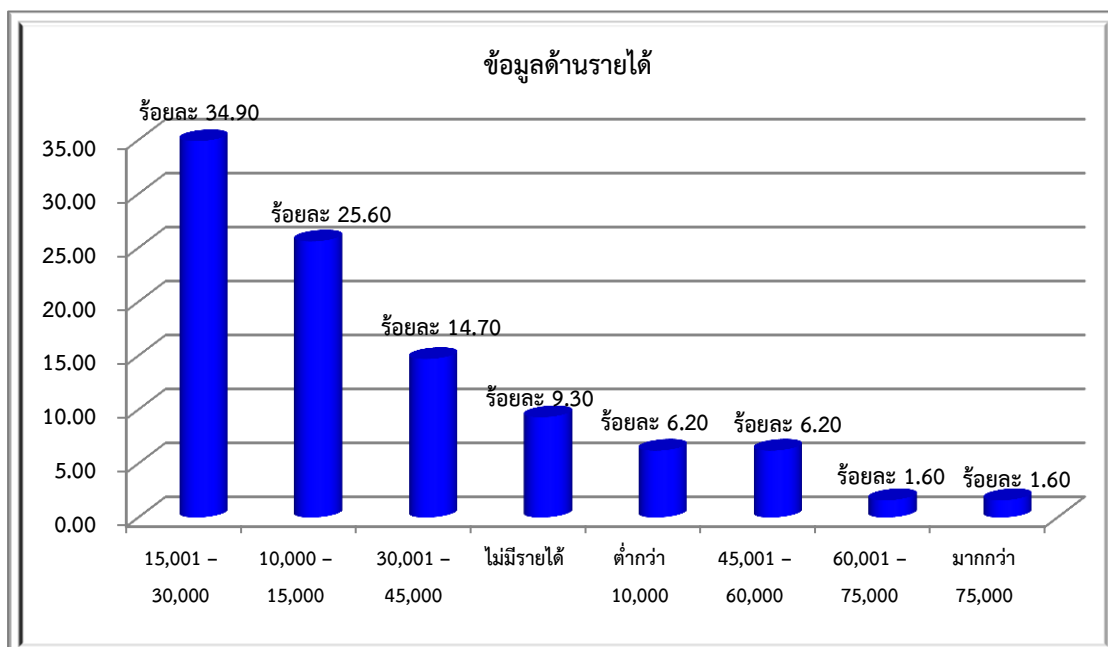
จากแผนภูมิที่ 4.4 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาในระดับมัธยมศึกษา อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ประถมศึกษา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.5 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอาชีพ



จากแผนภูมิที่ 4.5 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และนักเรียนและนักศึกษา ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.6 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านรายได้



จากแผนภูมิที่ 4.6 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 15,001 - 30,000 บาท รองลงมาเดือนละ 10,000 - 15,000 บาท และเดือนละ 30,001 - 45,000 บาท ตามลำดับ

4.2.2 ข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลานาน	4.31	0.779	มากที่สุด
2. เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย	4.12	0.746	มาก
3. ชาวเกาะสมุยมีอาชีพดั้งเดิมคืออาชีพทำสวนมะพร้าว	4.09	0.839	มาก
4. เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว ขนมจีนน้ำยา วายั่ว แกงเขียวหวาน	4.03	0.838	มาก
5. เกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและน่าสนใจ เช่น ภาชนะใส่ของ โคมไฟ พวงกุญแจ น้ำมันมะพร้าว ฯลฯ	3.98	0.824	มาก
6. ร้านอาหารในเกาะสมุยนำเสนออาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยให้กับลูกค้า เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว วายั่ว แกงเขียวหวาน	3.95	0.847	มาก
7. ร้านขายของที่ระลึกในเกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยจำหน่าย	3.95	0.823	มาก
8. เกาะสมุยมีกิจกรรมการเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์และการแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย เช่น การทำขนมกอละแม	3.94	0.855	มาก
9. สปาในเกาะสมุยใช้น้ำมันมะพร้าวสมุยในการให้บริการลูกค้า	3.92	0.907	มาก
10. บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน	3.63	0.836	มาก
11. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์ อนุรักษ์เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย	3.57	0.827	มาก
12. โรงแรมในเกาะสมุยนำผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยมาใช้กับโรงแรม เช่น แก้วน้ำ โคมไฟ เทียนไขในกะลา มะพร้าว	3.50	0.936	มาก
13. เกาะสมุยมีข้อมูลหรือเอกสารความเป็นมาเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา	3.38	0.894	ปานกลาง
14. โรงแรมในเกาะสมุยนำอาหารที่แปรรูปจากมะพร้าวสมุยมาเสิร์ฟต้อนรับลูกค้า เช่น ขนมกอละแม มะพร้าวแก้ว	3.38	1.002	ปานกลาง
รวม	3.84	0.511	มาก

จากตาราง 4.1 พบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับการรับรู้ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้สูงสุด คือ เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลานาน ส่วนระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ เกาะสมุยมีข้อมูลหรือเอกสารความเป็นมาเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา และโรงแรมในเกาะสมุยนำอาหารที่แปรรูปจากมะพร้าวสมุยมาเสิร์ฟต้อนรับลูกค้า เช่น ขนมกอละแม มะพร้าวแก้ว

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย	3.95	0.794	มาก
2. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย	3.66	0.805	มาก
3. มัคคุเทศก์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว	3.64	0.838	มาก
4. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย	3.58	0.845	มาก
5. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว	3.57	0.934	มาก
6. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น เช่น ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	3.54	0.829	มาก
7. วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม	3.52	0.858	มาก
8. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชุมชนของเกาะสมุย ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ	3.50	0.858	มาก
9. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานศิลปะ ภาพวาด รูปปั้น เช่น รูปปั้นช้าง วัดคีรีวงการาม พระพุทธรบาท 4 รอย	3.46	0.791	มาก
10. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การทำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว การแปรรูปอาหารจากมะพร้าว	3.45	0.952	มาก
11. บริษัทท่องเที่ยวของเกาะสมุยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของเกาะสมุย	3.45	0.866	มาก
รวม	3.57	0.611	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับการรับรู้ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้สูงสุด คือ เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย

ส่วนระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การทำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว การแปรรูปอาหารจากมะพร้าว

4.2.3 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. เพื่อพักผ่อน	95	73.60
2. เพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ที่แปลกใหม่	21	16.30
3. อื่น ๆ เช่น มาหาเพื่อน มาหางานทำ	7	5.40
4. เพื่อชมวิถีชีวิตชาวบ้าน	6	4.70
2. ลักษณะการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย		
1. ท่องเที่ยวในสถานที่ทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก	70	54.30
2. ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่	32	24.80
3. ท่องเที่ยวในสถานที่อยู่ในกระแส	16	12.40
4. ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เน้นการให้ประโยชน์	11	8.50
3. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. ไม่แน่นอน	45	34.90
2. ช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน	36	27.90
3. วันเสาร์ – อาทิตย์	21	16.30
4. วันหยุดนักขัตฤกษ์	15	11.60
5. วันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์)	11	8.50
6. วันที่จัดงานพิเศษ	1	0.80
4. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. เดินทางด้วยตนเอง	120	93.00
2. มากับบริษัททัวร์	5	3.90
3. จองผ่าน Tour Agent	4	3.10
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง		
1. มากกว่า 4,000 บาท	59	45.70
2. 3,001- 4,000 บาท	27	20.90
3. 2,001-3,000 บาท	21	16.30
4. 1,001-2,000 บาท	17	13.20
5. น้อยกว่า 1,000 บาท	5	3.90

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. ความต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวเกาะสมุยมากที่สุด		
1. วิถีชีวิต	57	44.20
2. ความรู้	49	38.00
3. ทักษะ	15	11.60
4. อื่น ๆ เช่น ความสนุกสนาน	8	6.20
7. สถานที่ในการเดินทางหลังจากท่องเที่ยวในเกาะสมุย		
1. กลับภูมิลำเนา	100	77.50
2. ไปอำเภออื่นใน จ.สุราษฎร์ธานี	14	10.90
3. ไปจังหวัดอื่นในประเทศไทย	12	9.30
4. ยังไม่ได้วางแผน	2	1.60
5. ไปประเทศอื่น	1	0.80
8. การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย		
1. รู้จัก	118	91.50
2. ไม่รู้จัก	11	8.50
8.1 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. อินเทอร์เน็ต	71	55.00
2.ญาติ/เพื่อน	51	39.50
3. Facebook	38	29.50
4. รายการโทรทัศน์	29	22.50
5. การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย	16	12.40
6. วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย	16	12.40
7. การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย	15	11.60
8. บริษัททัวร์	15	11.60
9. วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ	12	9.30
10. หนังสือพิมพ์	11	8.50
11. ป้ายโฆษณา	11	8.50
12. Instagram	9	7.00
13. Line	6	4.70
14. การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ	4	3.10
15. Twitter	3	2.30
15. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	1	0.80

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
9. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. เยี่ยมชมสถานที่	89	69.00
2. ซื้อสินค้าและบริการ	19	14.70
3. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่สถานที่ท่องเที่ยวจัดขึ้น	12	9.30
4. ค้นหาความรู้จากสถานที่ท่องเที่ยว	9	7.00
10. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	79	61.20
2. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล	39	30.20
3. ความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อน	38	29.50
4. การบอกต่อจากผู้อื่น	30	23.30
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	28	21.70
6. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว	27	20.90
7. ความเหมาะสมของราคา	24	18.60
8. สิ่งอำนวยความสะดวก	20	15.50
9. ความพร้อมของสถานที่	13	10.10
11. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. ตนเอง	83	64.30
2. พ่อแม่	46	35.70
3. เพื่อน	42	32.60
4. คนรัก	30	23.30
5.ญาติพี่น้อง	28	21.70
12. บุคคลที่เดินทางมาด้วยกัน เมื่อมาท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. ครอบครัว	100	77.50
2. ญาติพี่น้อง	51	39.50
3. เพื่อน	50	38.80
4. คนรัก	30	23.30
5. คนรู้จัก	10	7.80
13. การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย		
1. ทราบ	99	76.70
2. ไม่ทราบ	30	23.30

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
13.1 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลเกี่ยวมะพร้าวสมัย		
1. อินเทอร์เน็ต	52	40.30
2. ญาติ/เพื่อน	32	24.80
3. รายการโทรทัศน์	29	22.50
4. Facebook	28	21.70
5. วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย	24	18.60
6. หนังสือพิมพ์	14	10.90
7. วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ	13	10.10
8. การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย	12	9.30
9. Instagram	8	6.20
10. การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย	7	5.40
11. บริษัททัวร์	6	4.70
12. ป้ายโฆษณา	6	4.70
13. Line	4	3.10
14. การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ	2	1.60
14. การรู้จักผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมัย		
1. รู้จัก	121	93.80
2. ไม่รู้จัก	8	6.20
14.1 ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมัยที่นักท่องเที่ยวรู้จัก		
1. ผลิตภัณฑ์กალละแม	100	77.50
2. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	82	63.60
3. ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง (น้ำมันมะพร้าว สบู่)	43	33.30
4. อื่นๆ ได้แก่ ไอศกรีม มะพร้าวแก้ว	2	1.60
15. การซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย		
1. เคยซื้อ	114	88.40
2. ไม่เคยซื้อ	15	11.60
15.1 ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยที่นักท่องเที่ยวซื้อ		
1. ผลิตภัณฑ์กალละแม	101	78.30
2. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	43	33.30
3. ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง (น้ำมันมะพร้าว สบู่)	22	17.10
4. อื่นๆ ได้แก่ ไอศกรีม มะพร้าวแก้ว	1	0.80
16. เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย		
1. มีคุณภาพ	58	45.00
2. ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิด	37	28.70
3. มีความสะอาด	30	23.30
4. ราคายุติธรรม/ไม่แพง	28	21.70

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานที่จำหน่ายมีหลากหลาย	11	8.50
6. อื่น ๆ เช่น อยากริม มีความต้องการใช้	3	2.30
17. วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย		
1. ซื้อเพื่อเป็นของฝาก	98	76.00
2. ซื้อเพื่อรับประทานเอง	49	38.00
3. ซื้อเพื่อผู้อื่นฝากซื้อ	17	13.20
4. ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	6	4.70
5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	2	1.60
18. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย		
1. ตนเอง	91	70.50
2. พ่อแม่	33	25.60
3. คนรัก	21	16.30
4. เพื่อน	17	13.20
5.ญาติพี่น้อง	14	10.90
19. การซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเมื่อมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. ซื้อ	117	90.70
2. ไม่ซื้อ	12	9.30
19.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง		
1. 1,001-1,500 บาท	31	24.00
2. 501-1,000 บาท	28	21.70
3. น้อยกว่า 500 บาท	27	20.90
4. มากกว่า 2,000 บาท	16	12.40
5. 1,501-2,000 บาท	15	11.60

จากตารางที่ 4.3 พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก โดยเดินทางด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยแล้วก็จะเดินทางกลับภูมิลำเนา

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัดอุทยาน และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมสถานที่ และปัจจัยในการส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์กาละแมะ นักท่องเที่ยวส่วน

ใหญ่จะซื้อกาละแมจากสมุยเนื่องจากมีคุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท

4.2.4 ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

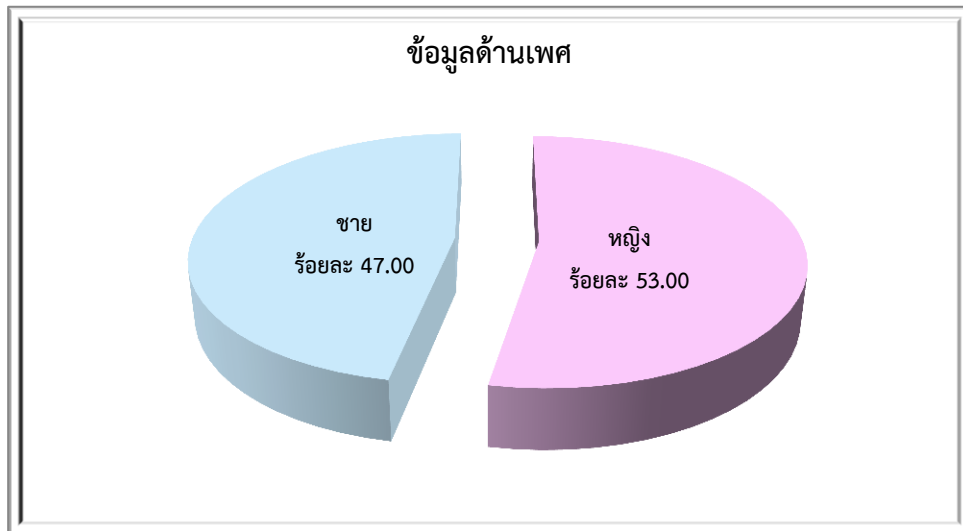
กิจกรรมการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย	3.87	0.794	มาก
2. เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย	3.77	0.843	มาก
3. เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวสมุย	3.77	0.843	มาก
4. ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว	3.73	0.966	มาก
5. จัดนิทรรศการเกี่ยวกับอาหารและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยทุกปี	3.64	0.864	มาก
6. จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการผจญภัยในสภาพอากาศร้อนชื้นท่ามกลางธรรมชาติสวนมะพร้าว	3.62	0.954	มาก
7. มีสวนมะพร้าวเข้ามาอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยว	3.55	0.875	มาก
8. จัดแสดง Story เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย	3.43	0.899	มาก
รวม	3.67	0.677	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมสูงสุด คือ ให้มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย มีการเรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย ส่วนระดับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดแสดง Story เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

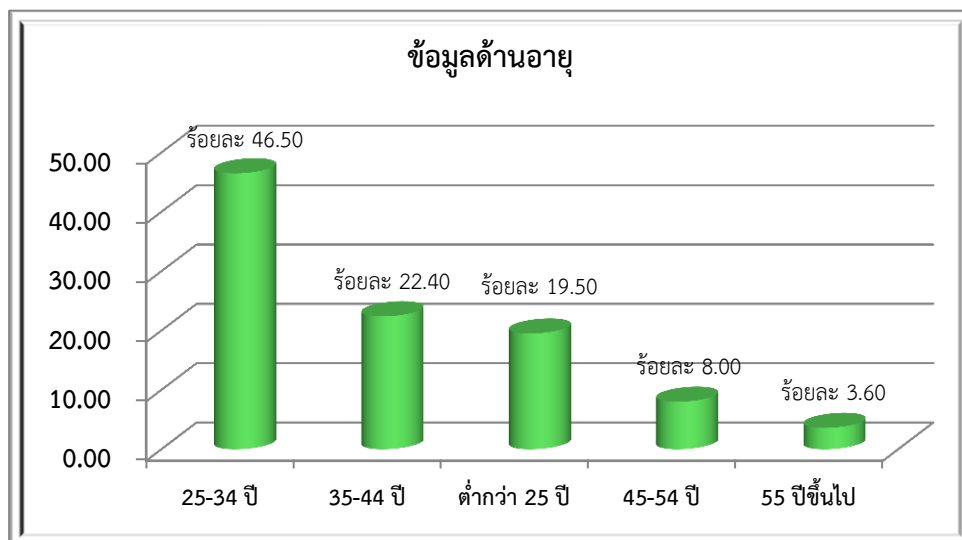
4.2.5 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

แผนภูมิที่ 4.7 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านเพศ



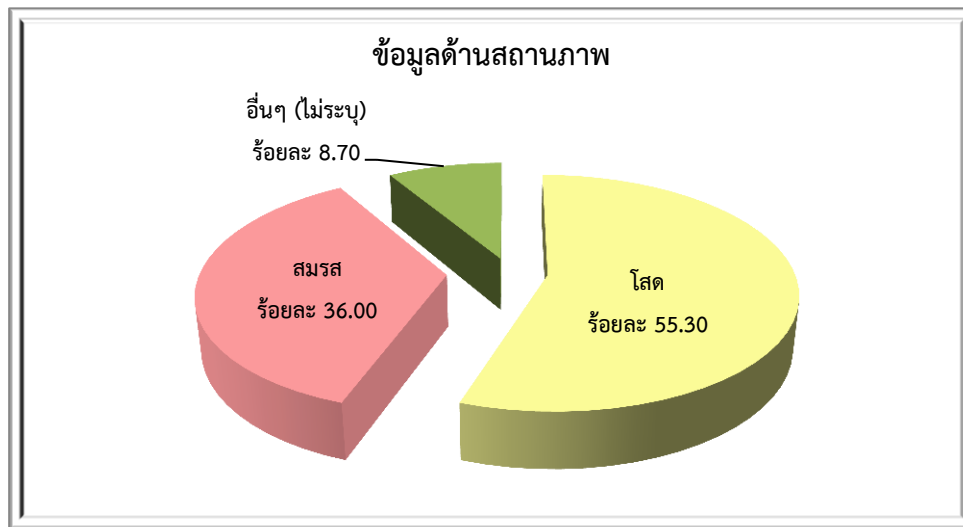
จากแผนภูมิที่ 4.7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง

แผนภูมิที่ 4.8 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านอายุ



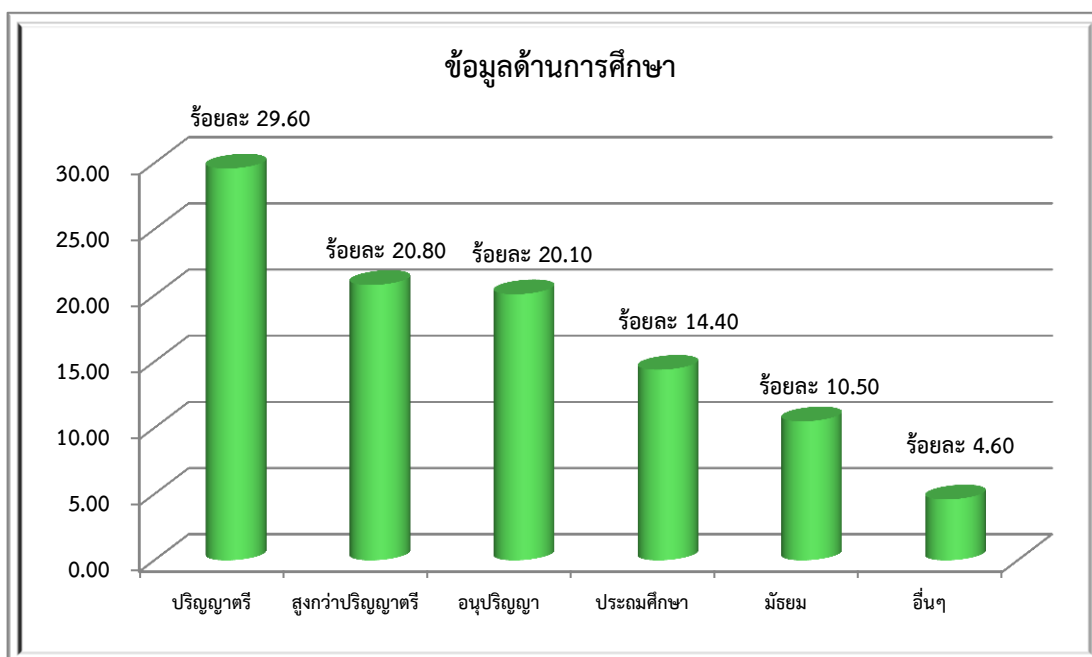
จากแผนภูมิที่ 4.8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มากที่สุด รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 35 – 44 ปี

แผนภูมิที่ 4.9 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านสถานภาพ



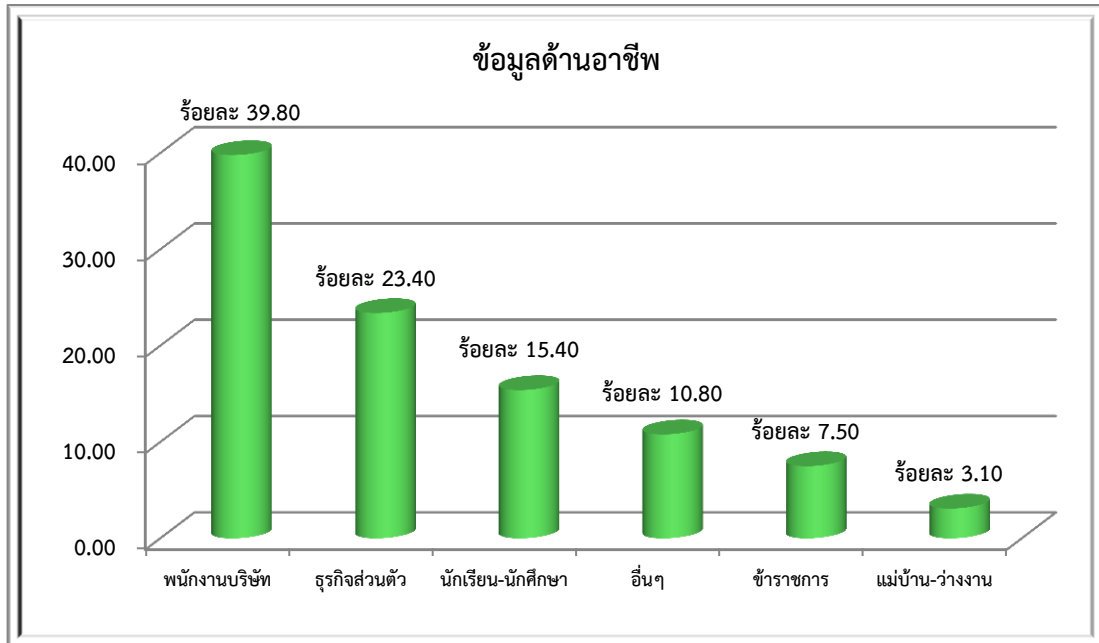
จากแผนภูมิที่ 4.9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมา คือ สถานภาพสมรส

แผนภูมิที่ 4.10 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านการศึกษา



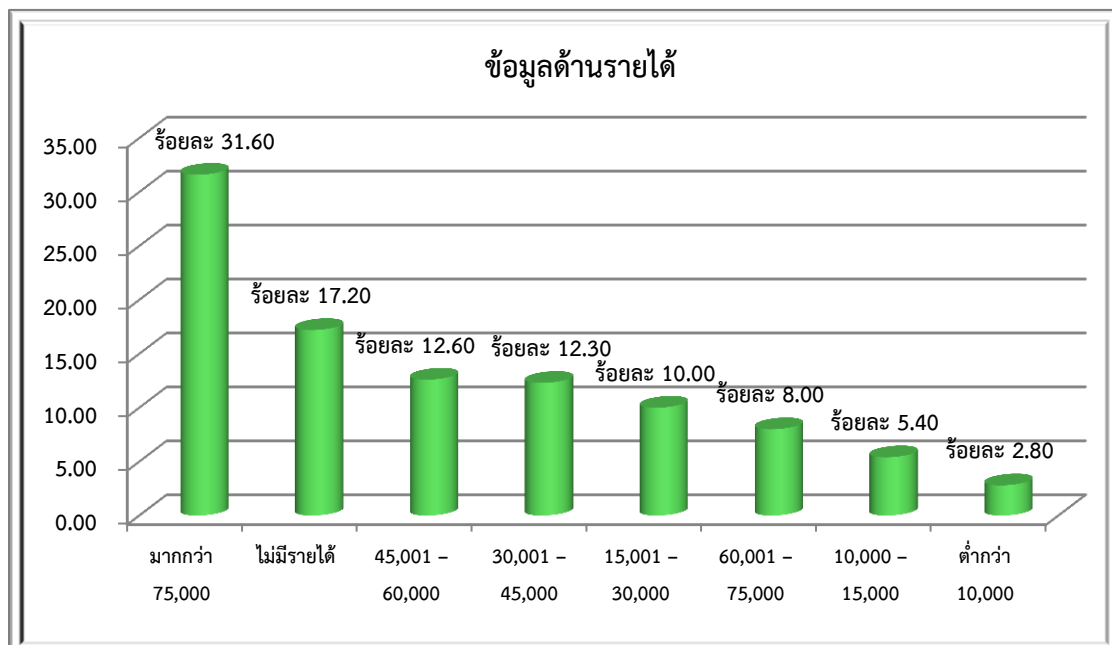
จากแผนภูมิที่ 4.10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี

แผนภูมิที่ 4.11 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านอาชีพ



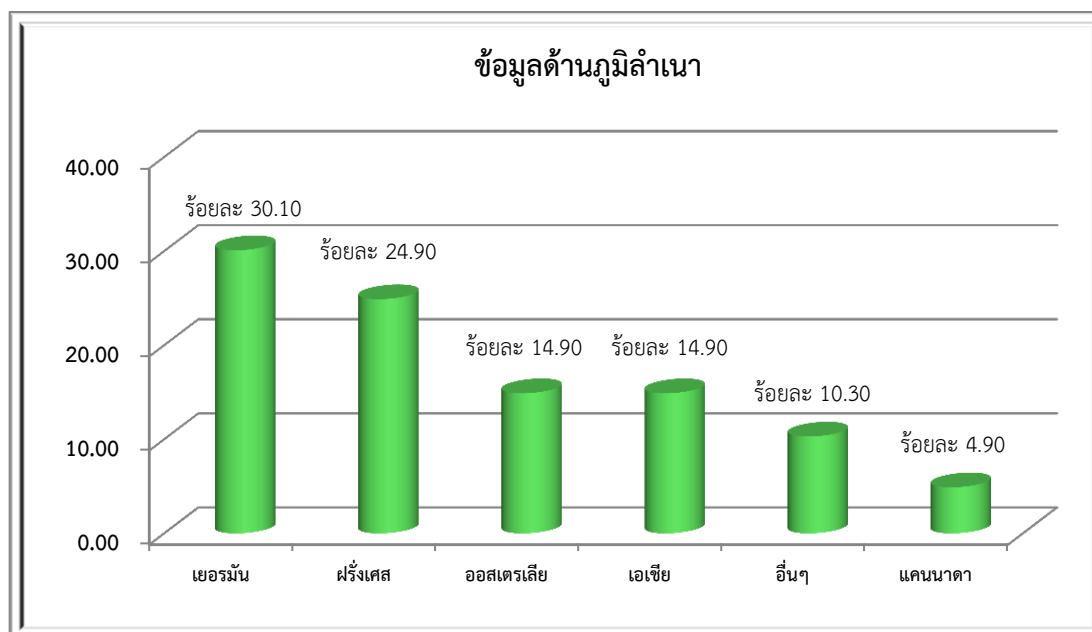
จากแผนภูมิที่ 4.11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

แผนภูมิที่ 4.12 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านรายได้



จากแผนภูมิที่ 4.12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,000 บาท รองลงมาคือไม่มีรายได้

แผนภูมิที่ 4.13 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านภูมิลำเนา



จากแผนภูมิที่ 4.13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ประเทศเยอรมัน รองลงมาคือประเทศฝรั่งเศส

4.2.6 ข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว ขนมจีนน้ำยา วายคั่ว แกงเขียวหวาน	3.94	0.945	มาก
2. บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน	3.86	0.930	มาก
3. เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย	3.83	1.147	มาก
4. เกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและน่าสนใจ เช่น ภาชนะใส่ของ โคมไฟ พวงกุญแจ น้ำมันมะพร้าว ฯลฯ	3.83	0.977	มาก
5. ร้านขายของที่ระลึกในเกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยจำหน่าย	3.81	0.996	มาก
6. สปาในเกาะสมุยใช้น้ำมันมะพร้าวสมุยในการให้บริการลูกค้า	3.73	0.958	มาก
7. ร้านอาหารในเกาะสมุยนำเสนออาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยให้กับลูกค้า เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว วายคั่ว	3.72	1.002	มาก

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
8. เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลายาวนาน	3.70	1.102	มาก
9. ชาวเกาะสมุยมีอาชีพดั้งเดิมคืออาชีพทำสวนมะพร้าว	3.64	1.067	มาก
10. โรงแรมในเกาะสมุยนำผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าว สมุยมาใช้กับโรงแรม เช่น แก้วน้ำ โคมไฟ เทียนไขในกะลา มะพร้าว	3.63	0.982	มาก
11. โรงแรมในเกาะสมุยนำอาหารที่แปรรูปจากมะพร้าวสมุยมาเสิร์ฟต้อนรับลูกค้า เช่น ขนมกาละแม มะพร้าวแก้ว	3.62	1.117	มาก
12. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์ อนุรักษ์เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย	3.47	1.136	มาก
13. เกาะสมุยมีกิจกรรมการเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์และการแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย เช่น การทำขนมกาละแม	3.40	1.203	ปานกลาง
14. เกาะสมุยมีข้อมูลหรือเอกสารความเป็นมาเกี่ยวกับมะพร้าว สมุยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา	3.29	1.232	ปานกลาง
รวม	3.68	0.784	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้สูงสุด คือ เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย รองลงมา คือ บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน ส่วนระดับการรับรู้ต่ำที่สุด คือ การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ เกาะสมุยมีข้อมูลหรือเอกสารความเป็นมาเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม	3.83	0.987	มาก
2. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ	3.77	0.920	มาก
3. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว	3.76	0.904	มาก
4. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ	3.75	0.910	มาก
5. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย	3.67	0.958	มาก

ประเด็นการรับรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
6. บริษัทท่องเที่ยวของเกาะสมุยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของเกาะสมุย	3.67	0.939	มาก
7. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิต หรือวิถีการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น เช่น ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	3.61	0.906	มาก
8. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานศิลปะ การวาดภาพ รูปปั้น เช่น รูปปั้นช้างขนาดใหญ่ วัดศรีวงคาราม พระพุทธรบาท 4 รอย ตำบลมะเร็ด	3.61	0.978	มาก
9. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การทำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว การแปรรูปอาหารจากมะพร้าว	3.61	0.987	มาก
10. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย	3.53	0.970	มาก
11. มัคคุเทศก์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว	3.46	1.051	มาก
รวม	3.66	0.723	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้สูงสุด ได้แก่ วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม รองลงมาคือ เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ ส่วนการรับรู้ที่น้อยที่สุด ได้แก่ มัคคุเทศก์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว

4.2.7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. เพื่อพักผ่อน	251	64.50
2. เพื่อชมวิถีชีวิตชาวบ้าน	80	20.60
3. เพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ที่แปลกใหม่	49	12.60
4. อื่น ๆ เช่น มาหาเพื่อน มาหางานทำ	9	2.30

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
2. ลักษณะการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย		
1. ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่	188	48.30
2. ท่องเที่ยวในสถานที่ทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก	102	26.20
3. ท่องเที่ยวในสถานที่อยู่ในกระแส	59	15.20
4. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	23	5.90
5. ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เน้นการให้ประโยชน์	17	4.40
3. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. ช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน	135	34.70
2. วันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์)	66	17.00
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	61	15.70
4. ไม่แน่นอน	60	15.40
5. วันเสาร์ – อาทิตย์	54	13.90
6. วันที่จัดงานพิเศษ	13	3.30
4. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. เดินทางด้วยตนเอง	195	50.10
2. จองผ่าน Tour Agent	122	31.40
3. มากับบริษัททัวร์	50	12.90
4. หน่วยงาน /องค์กร	11	2.80
5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	11	2.80
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง		
1. มากกว่า 4,000 บาท	177	45.50
2. 1,001-2,000 บาท	61	15.70
3. 2,001-3,000 บาท	55	14.10
4. 3,001- 4,000 บาท	51	13.10
5. น้อยกว่า 1,000 บาท	45	11.60
6. ความต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวเกาะสมุยมากที่สุด		
1. วิถีชีวิต	202	51.90
2. ความรู้	118	30.30
3. ทักษะ	50	12.90
4. อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	19	4.90
7. สถานที่ในการเดินทางต่อหลังจากท่องเที่ยวในเกาะสมุย		
1. กลับภูมิลำเนา	280	72.00
2. ไปจังหวัดอื่นในประเทศไทย	57	14.70
3. ไปอำเภออื่นใน จ.สุราษฎร์ธานี	27	6.90
4. ไปประเทศอื่น	18	4.60
5. อื่นๆ (ยังไม่ได้วางแผน)	7	1.80

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
8. การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย		
1. รู้จัก	249	64.00
2. ไม่รู้จัก	140	36.00
8.1 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. อินเทอร์เน็ต	170	43.70
2. ญาติ/เพื่อน	75	19.30
3. Facebook	72	18.50
4. วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย	60	15.40
5. Instagram	49	12.60
6. วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ	48	11.30
7. รายการโทรทัศน์	45	11.60
8. การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย	43	11.10
9. บริษัททัวร์	42	10.80
10. หนังสือพิมพ์	34	8.70
11. Twitter	24	6.20
12. ป้ายโฆษณา	15	3.90
13. การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย	15	3.90
14. Line	14	3.60
15. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	7	1.80
16. การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ	2	0.50
9. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. เยี่ยมชมสถานที่	243	62.50
2. ซื้อสินค้าและบริการ	54	13.90
3. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่สถานที่ท่องเที่ยวจัดขึ้น	51	13.10
4. ค้นหาความรู้จากสถานที่ท่องเที่ยว	35	9.00
5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	6	1.50
10. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย		
1. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล	180	46.30
2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	165	42.40
3. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	133	34.20
4. ความเหมาะสมของราคา	106	27.20
5. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว	62	15.90

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. การบอกต่อจากผู้อื่น	54	13.90
7. ความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อน	52	13.40
8. สิ่งอำนวยความสะดวก	33	8.50
9. ความพร้อมของสถานที่	14	3.60
10. อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	0.80
11.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. ตนเอง	178	45.80
2. เพื่อน	163	42.90
3. คนรัก	114	29.30
4. พ่อแม่	46	11.80
5.ญาติพี่น้อง	20	5.10
6. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	6	1.50
12. บุคคลที่เดินทางมาด้วยกัน เมื่อมาท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชน ของเกาะสมุย		
1. เพื่อน	206	53.00
2. ครอบครัว	137	35.20
3. คนรัก	131	33.70
4. ญาติพี่น้อง	27	6.90
5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	12	3.10
6. คนรู้จัก	4	1.00
13. การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย		
1. ทราบ	177	45.50
2. ไม่ทราบ	212	54.50
13.1 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย		
1. อินเทอร์เน็ต	115	29.60
2. Facebook	50	12.90
3. วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย	43	11.10
4. การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย	41	10.50
5. ญาติ/เพื่อน	35	9.00
6. รายการโทรทัศน์	32	8.20
7. วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ	28	7.20
8. หนังสือพิมพ์	27	6.90
9. Instagram	24	6.20
10. การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย	23	5.90
11. บริษัททัวร์	22	5.70

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
12. Twitter	16	4.10
13. Line	13	3.30
14. ป้ายโฆษณา	8	2.10
15. การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ	5	1.30
16. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	2	0.50
14. การรู้จักผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมัย		
1. รู้จัก	201	51.70
2. ไม่รู้จัก	188	48.30
14.1 ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมัยที่นักท่องเที่ยวรู้จัก		
1. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	124	31.90
2. ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง (น้ำมันมะพร้าว สบู่)	92	23.70
3. ผลิตภัณฑ์กალะแม	66	17.00
4. อื่นๆ ได้แก่ ไอศกรีม มะพร้าวแก้ว	15	3.90
15. การซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย		
1. เคยซื้อ	171	44.00
2. ไม่เคยซื้อ	218	56.00
15.1 ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัยที่นักท่องเที่ยวซื้อ		
1. ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง (น้ำมันมะพร้าว สบู่)	71	18.30
2. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	69	17.70
3. ผลิตภัณฑ์กალะแม	63	16.20
4. อื่นๆ ได้แก่ น้ำมันมะพร้าวสด	21	5.40
16. เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย		
1. มีคุณภาพ	188	48.30
2. ราคายุติธรรม/ไม่แพง	163	41.90
3. มีความสะอาด	114	29.30
4. ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิด	55	14.10
5. สถานที่จำหน่ายมีหลากหลาย	25	6.40
6. อื่น ๆ เช่น อยากริม อยากรอง	10	2.60
17. วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมัย		
1. ซื้อเพื่อเป็นของฝาก	204	52.40
2. ซื้อเพื่อรับประทานเอง	148	38.00
3. ซื้อเพื่อผู้อื่นฝากซื้อ	59	15.20
4. ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	37	9.50
5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	11	2.80

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
18. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย		
1. เพื่อน	157	40.40
2. ตนเอง	149	38.30
3. คนรัก	74	19.00
4. พ่อแม่	74	19.00
5.ญาติพี่น้อง	24	6.20
6. อื่นๆ (ไม่ระบุ)	8	2.10
19. การซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเมื่อมาท่องเที่ยวสมุย		
1. ซื้อ	255	65.60
2. ไม่ซื้อ	134	34.40
19.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง		
1. 1,001-1,500 บาท	82	21.10
2. น้อยกว่า 500 บาท	78	20.10
3. 501-1,000 บาท	63	16.20
4. 1,501-2,000 บาท	17	4.40
5. มากกว่า 2,000 บาท	15	3.90

จากตารางที่ 4.7 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ โดยเดินทางช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดจากการท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยแล้วก็จะเดินทางกลับภูมิลำเนา

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวคือการเยี่ยมชมสถานที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวคือศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล และในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน

การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลจะทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

4.2.8 ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กิจกรรมการท่องเที่ยว		\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1.	เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย	3.72	0.876	มาก
2.	ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว เช่น ลิงเก็บมะพร้าว	3.71	0.934	มาก
3.	มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย	3.69	0.887	มาก
4.	จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการผจญภัยในสภาพอากาศร้อนชื้นท่ามกลางธรรมชาติสวนมะพร้าว	3.69	0.919	มาก
5.	มีสวนมะพร้าวเข้ามาอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยว	3.67	0.948	มาก
6.	เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวสมุย	3.65	0.958	มาก
7.	จัดนิทรรศการเกี่ยวกับอาหารและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยทุกปี	3.56	0.982	มาก
8.	จัดแสดง Story เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย	3.53	0.983	มาก
รวม		3.65	0.720	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมสูงสุด ได้แก่ การเรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย รองลงมา คือ ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว เช่น ลิงเก็บมะพร้าว และมีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ตามลำดับ

4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในส่วนของความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อจัดทำโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย โดยผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 มีรายละเอียดโดยแยกตามพื้นที่การวิจัยดังนี้

1. พื้นที่ตำบลแม่่น้ำ

พื้นที่ตำบลแม่่น้ำมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย ดังนี้

กิจกรรมที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ตำบลแม่่น้ำ

1) ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ณ จุดเรียนรู้ศิลปะการวาดภาพหัตถกรรมของนายประมวล ภูโพบูลย์ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย กระปุกออมสิน กาใส่ น้ำ ตัวต่อ โคมไฟ ตะลิว ตักขนม ซ้อน กระบายตักน้ำ และของที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวทั้งหมด



ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

2) เรียนรู้วิธีการทำไม้กวาดก้านมะพร้าวของนายปกรณ์ สุพันธ์ รวมทั้งวิธีและขั้นตอนในการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการทำไม้กวาดก้านมะพร้าว

นายปกรณ์ สุพันธ์
ผู้ประกอบการ
ไม้กวาดก้านมะพร้าว



นอกจากนี้ผู้วิจัยได้คิดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไม้กวาดก้านมะพร้าว โดยการทำไม้กวาดก้านมะพร้าวขนาดเล็ก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพกพาได้สะดวกและซื้อเป็นของฝากได้



ไม้กวาดก้านมะพร้าวขนาดเล็ก

3) เรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ณ จุดรับซื้อมะพร้าวของนางสมพร แสนจิว ประกอบด้วย วิธีการปอกมะพร้าว การเผามะพร้าว และการสอยมะพร้าวทั้งแบบที่ใช้คนสอยและใช้ลิง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวของคนเกาะสมุย และสื่อให้เห็นวิถีชีวิตของคนเกาะสมุยที่สัมพันธ์กับมะพร้าว



กิจกรรมที่จุดรับซื้อมะพร้าว

สำหรับกิจกรรมพื้นที่ตำบลแม่ข่ายยังไม่มีการพัฒนากิจกรรมขึ้นมาใหม่ เนื่องจากผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในด้านพื้นที่ และโดยส่วนใหญ่ทำธุรกิจคนเดียวไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมได้ จึงยังไม่สามารถพัฒนากิจกรรมที่แปลกใหม่

2. พื้นที่ตำบลอ่างทอง

พื้นที่ตำบลอ่างทองมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยโดยแยกตามสถานที่ที่มีกิจกรรม มีดังนี้

1) พิพิธภัณฑ์บ้านมะพร้าว (Coconut Museum) สำหรับพิพิธภัณฑ์บ้านมะพร้าวเป็นแหล่งผลิตน้ำมันมะพร้าวที่มีคุณภาพขนาดใหญ่ในอำเภอเกาะสมุย และที่พิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีดังนี้

กิจกรรมที่มีอยู่แล้ว

เรียนรู้การใช้ประโยชน์จากส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าว ประกอบด้วย

(1) ชมผลิตภัณฑ์และเครื่องใช้ต่างๆ ที่แปรรูปจากมะพร้าว เช่น น้ำมันมะพร้าว ครีมบำรุงผสม สบู่ กระจ่ายขูดมะพร้าว ภาชนะใส่ของ เครื่องดนตรี และของที่ระลึก



ผลิตภัณฑ์และเครื่องใช้ต่างๆ ณ บ้านมะพร้าว

(2) ชม VDO การเรียนรู้ขั้นตอนการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกมะพร้าว การปอกมะพร้าว ขูดมะพร้าว คั้นน้ำกะทิ และการสกัดน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น



กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำขนมขี้มัน ซึ่งเป็นขนมพื้นถิ่นและขนมโบราณยอดนิยมของคนสมุย แต่เป็นขนมที่หารับประทานยากในปัจจุบัน ทั้งที่เป็นขนมที่ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมารังสรรค์ให้เกิดเป็นขนม โดยการทำขนมขี้มันจะให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริงในกระบวนการทำ เช่น การขูดมะพร้าว คั้นน้ำกะทิ และขั้นตอนการกวนขนมขี้มัน ซึ่งกิจกรรมการทำขนมขี้มันเป็นกิจกรรมที่คณะวิจัยและผู้ประกอบการร่วมกันคิดขึ้นมาใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าประโยชน์ของมะพร้าว และได้เรียนรู้วิถีชีวิตในการประกอบอาหารของคนสมุยดั้งเดิมและที่ยังมีอยู่ในปัจจุบัน



ตัวอย่างกิจกรรม
ในกระบวนการทำขนมขี้มัน



2) บ้านสวนกลางสาด เป็นสวนพืชผักผลไม้ทั่วไปที่มีหลากหลายชนิด ที่สะท้อนถึงวิถีและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเกาะสมุยในสมัยก่อน ที่นิยมปลูกต้นไม้หลากหลายชนิดภายในสวนเดียวกัน สำหรับบ้านสวนกลางสาด ทางทีมงานวิจัยร่วมกับเจ้าของบ้านสวนกลางสาดได้คิดค้นและพัฒนากิจกรรมขึ้นภายในสวนเพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นใหม่

กิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยที่ไว้บริการนักท่องเที่ยว ณ บ้านสวนกลางสาด คือ ให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเช้าเที่ยงท่ามกลางธรรมชาติที่เงียบสงบและอากาศที่เย็นสบาย และรับประทานผลไม้ท้องถิ่นซึ่งมีตามฤดูกาล เช่น ลางสาด มังคุด ทุเรียน นอกจากรับประทานอาหารเช้าแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับเมนูอาหาร ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นของคนเกาะสมุยและมีการนำมะพร้าวมาใช้เป็นส่วนประกอบหลักของอาหารคาวหวาน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการเดินชมแปลงผักสวนครัวที่ผู้ประกอบการปลูกไว้ในพื้นที่ เช่น แตงกวา ถั่วพู มะเขือ ผักกาดขาว พริก โหระพา ขิง ข่า ชะพลู ชะอม ผักหวานบ้าน เป็นต้น และนักท่องเที่ยวสามารถปลูกผักเหล่านี้เพื่อเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวสวนได้อีกด้วย



กิจกรรม ณ บ้านสวนกลางสาด



3) ศูนย์หัตถกรรมจากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว เป็นศูนย์แปรรูปและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว และนักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว ที่เป็นภูมิปัญญาของคนเกาะสมุยมายาวนาน เช่น ของใช้ในบ้าน ของที่ระลึก สินค้าประดับตกแต่ง เป็นต้น โดยกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีดังนี้

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ในจุดนี้ เป็นลักษณะของการเพิ่มกิจกรรมการให้ความรู้ โดยนักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับการคัดเลือกตอมะพร้าวในการนำมาแปรรูป และขั้นตอนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ และการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในบางขั้นตอน เช่น ขั้นตอนการขัด และ ลงสี



การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลาและตอมะพร้าว



ชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกะลาและตอมะพร้าว

4) ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรบ้านอ่างทอง เป็นศูนย์ที่ให้ความรู้และช่วยเหลือเกี่ยวกับการเกษตรทั่วไป โดยกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีดังนี้

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

(1) เรียนรู้เกี่ยวกับพันธุ์มะพร้าวดั้งเดิมของเกาะสมุย วิธีการเพาะปลูก การคัดเลือกมะพร้าวเพื่อการขยายพันธุ์ วิธีการดูแลรักษา และวิธีการเก็บเกี่ยวมะพร้าวแบบใช้ไม้สอย

(2) ชมการสาธิตและฝึกทำเครื่องจักสานจากใบมะพร้าว ทางมะพร้าว และ ก้านมะพร้าว เช่นการสานที่มุงหลังคา ที่ห่อขนุน และการสานใบมะพร้าวเพื่อใช้ในการตกแต่งสถานที่ เป็นต้น



วิธีการสอยมะพร้าว



การทำเครื่องจักสานจากใบมะพร้าว

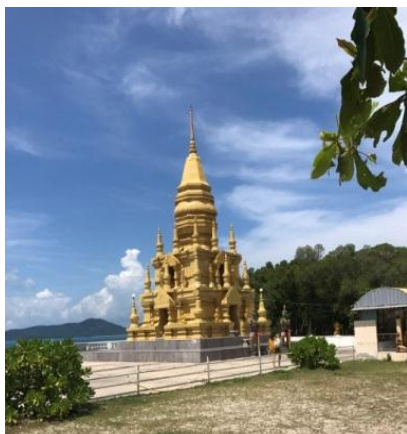
3. พื้นที่ตำบลลี้งาม

พื้นที่ตำบลลี้งามมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย มีดังนี้

1) ทะเลบ้านบางเก่า เป็นการปั่นจักรยาน ชมธรรมชาติที่สวยงามของเกาะสมุย โดยเริ่มต้นปั่นจากศาลาริมทะเลบ้านบางเก่า

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นใหม่

กิจกรรมในจุดนี้เป็นกิจกรรมการปั่นจักรยานเหมือนเดิม แต่มีการพัฒนารายละเอียดกิจกรรมระหว่างการปั่นจักรยาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมมากขึ้น เช่นระหว่างทางการปั่นจักรยานผ่านสวนมะพร้าว ก็ให้นักท่องเที่ยวแวะชมบรรยากาศของสวนมะพร้าว และอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ รวมทั้งชมความสวยงามของเจดีย์แหลมสอที่มีสีเหลืองทองอร่ามที่ตั้งอยู่บนชายหาดริมทะเล ให้นักท่องเที่ยวได้แวะสักการะพระบรมสารีริกธาตุ ณ ที่แห่งนี้ได้



เจดีย์แหลมสอ



บรรยากาศการปั่นจักรยาน

2) คริวจัมเกล้า เป็นร้านอาหารทั่วไปที่ให้บริการอาหารที่หลากหลายเมนูสำหรับลูกค้า และเป็นร้านอาหารที่ติดกับชายทะเล บริเวณร้านมีต้นมะพร้าวเอนเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศความสวยงามของทะเลและหมู่เกาะต่างๆ ณ คริวจัมเกล้า

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

สำหรับกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ คือ อาหารที่ให้บริการกับลูกค้า โดยได้จัดอาหารเป็นเซตเมนู ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นหลากหลายที่นำมะพร้าวมาใช้ในการปรุง เช่น ต้มข่าไก่ ขนมหัด ข้าวหุงกะทิ นอกจากนี้ยังนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับเมนูอาหารที่มีการนำมะพร้าวมาใช้เป็นส่วนผสมหลัก



เมนูอาหารของร้าน



บรรยากาศร้าน

3) ร้านอินทร์ตรา เป็นร้านแปรรูปและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกะลาและตอมะพร้าว และนักท่องเที่ยวสามารถชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกะลาและตอมะพร้าว และเยี่ยมชมกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ของใช้ในบ้าน ของที่ระลึก สินค้าประดับตกแต่ง เป็นต้น

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ และการให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกันร้อยสร้อยข้อมือ ซึ่งลูกปัดที่นำมาร้อยเป็นสร้อย ได้มาจากการแปรรูปจากกะลา

การแปรรูปผลิตภัณฑ์
จากกะลาและตอมะพร้าว



สร้อยข้อมือจากวัสดุกะลามะพร้าว

4) บ้านโบราณ เป็นบ้านไม้ลักษณะเก่าแก่ โดยเจ้าของบ้านโบราณประกอบอาชีพรับซื้อมะพร้าว ณ จุดรับซื้อ มีกิจกรรมการปอกมะพร้าวโดยใช้เสียม การเผาถ่านกะลามะพร้าว ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนเกาะสมุย

กิจกรรมที่พัฒนาขึ้นใหม่

(1) ชมและเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับมะพร้าว วิธีการเฉาะมะพร้าวโดยใช้สันมีด ตีลงกลางผลมะพร้าว การชูดมะพร้าวด้วยกระต่ายชูดมะพร้าว การคั้นน้ำกะทิ และการตีมน้ำกะทิสด

(2) ผ่อนคลายด้วยการนวดโดยเป็นการนวดจากชาวบ้านที่มีทักษะ ความชำนาญในการนวด ซึ่งน้ำมันที่ใช้นวด คือ น้ำมันนวดและมันหม่อง ที่แปรรูปจากน้ำมันมะพร้าว



การปอกมะพร้าวโดยใช้เสียม



การเผาถ่านกะลามะพร้าว



ผ่อนคลายด้วยการนวด



การคั้นน้ำกะทิ

4.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 มาจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแผนการตลาดมีรายละเอียดดังนี้

1) แผน : การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2) สถานการณ์มะพร้าวเกาะสมุย

ปัจจุบันพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุยมีจำนวนลดลง และจากการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวทำให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยมีความตระหนักและมีความกังวลถึงมะพร้าวที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่กำลังหายไป ซึ่งที่ผ่านมาทางหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยได้ช่วยกันรณรงค์ปลูกมะพร้าวให้สมุยอย่างต่อเนื่องในช่วงวันสำคัญและเทศกาลต่างๆ ซึ่งทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีเป้าหมายที่จะสร้างจิตสำนึกให้กับคนเกาะสมุยในการรักษาสวนมะพร้าว ต้นมะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้คงอยู่กับเกาะสมุยตลอดไป และต้องการพัฒนามะพร้าวสมุยไปสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และวิถีชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ในการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในพื้นที่เกาะสมุยมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมาย เช่น การดูลิงเก็บลูกมะพร้าว วิธีปลูกมะพร้าว รวมทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมเหล่านี้เป็นวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ของเกาะสมุย และเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่งที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมนี้ได้โดยตรง และยังก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่อีกด้วย ทั้งนี้การดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ยังขาดความต่อเนื่องและกิจกรรมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวยังมีน้อย นอกจากนี้การสร้างมูลค่าให้กับมะพร้าวสมุยที่มีการเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์และ กิจกรรมการท่องเที่ยวยังมีไม่มากนัก

3) วัตถุประสงค์แผนการตลาด

3.1) เพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งตามประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

➤ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก โดยช่วงเวลาเดินทางไม่แน่นอน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย

➤ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ โดยเดินทางช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดจากการท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย

ตารางที่ 4.9 กิจกรรมแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์แผนการตลาด	กิจกรรมที่ทำ	รายละเอียดกิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด
<p>1. เพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>1) สร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย</p>	<p>ในพื้นที่การวิจัย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย โดยแต่ละพื้นที่ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หลากหลาย เช่น กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย กิจกรรมเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าว กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว และกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์และความสำคัญรวมถึงคุณประโยชน์ของมะพร้าวมากขึ้น</p>	<p>1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 2) ชุมชนในพื้นที่เกาะสมุย</p>	<p>1) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุย และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย จำนวน 20% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 2) ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยมีรายได้เพิ่มขึ้น 10-15%</p>
	<p>2) สร้างการรับรู้ผ่านสื่อ</p>	<p>ปัจจุบันสื่อมีหลายรูปแบบ แต่สำหรับสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สื่อองค์กร เช่น ธุรกิจโรงแรม สปา บริษัททัวร์ สายการบิน ร้านอาหาร 2) สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อ การแนะนำจากคนอื่นๆ/คนในชุมชน 3) สื่อออนไลน์ เช่น Website, Fan Page ท่องเที่ยว 4) ป้ายสื่อความหมายแต่ละกิจกรรม 	<p>1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุย 2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ</p>	

วัตถุประสงค์แผนการตลาด	กิจกรรมที่ทำ	รายละเอียดกิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด
2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้หลายส่วน ดังนี้ 1) สวนมะพร้าว	1) จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย 2) จัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสวนมะพร้าว	1) ชุมชนในพื้นที่เกาะสมุย 2) ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุย 3) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุย 4) หน่วยงานภาครัฐ	1) สวนมะพร้าวต้นแบบทุกตำบล อย่างน้อยตำบลละ 1 สวน 2) ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยมีรายได้เพิ่มขึ้น 10-15% 3) แบรินด์มะพร้าวสมุยที่เป็นอัตลักษณ์ 4) บรรจุกัญห่มะพร้าวสมุยที่เป็นอัตลักษณ์ 5) เพิ่มจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย ในโรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ อย่างน้อย 10 แห่ง
	2) วัตถุประสงค์	เนื่องจากมะพร้าวสมุยเป็นวัตถุดิบหลักในการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย การอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวสมุย โดยการมีสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อปลูกพันธุ์มะพร้าวสมุยและขยายพันธุ์ให้กับสวนมะพร้าวในสมุยให้ครอบคลุมทุกสวน		
	3) กระบวนการผลิต	ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตได้ เช่น 1) ขนมกอละแม ที่ยืดอายุขนมให้อยู่ได้นานมากขึ้น 2) ผลิตภัณฑ์อื่นๆ สามารถชมและเรียนรู้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้		
	4) บรรจุกัญห	1) การพัฒนาบรรจุกัญหให้เป็นอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย		
	5) การให้บริการ	1) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับโรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ ในการนำผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยไปจำหน่าย		
	6) การสร้างแบรนด์มะพร้าวสมุย	1) ออกแบบตราสินค้า 2) การออกแบบบรรจุกัญห 3) การสื่อสารแบรนด์		

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย และ 4) เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

ทัศนคติและความคิดเห็นต่อการสร้างอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยสามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของมะพร้าวสมุย ได้แก่ มีลักษณะลำต้นใหญ่ เนื้อไม้ของลำต้นมีการเรียงตัวของเส้นมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง ส่วนผลมีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแน่นหนา มีความมันสูง และกะลาที่มีความแข็งแรงทนทาน ซึ่งอัตลักษณ์มะพร้าวในส่วนนี้ทางผู้ประกอบการส่วนใหญ่ นำมะพร้าวไปสู่การแปรรูปเพื่อสร้างอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวเพิ่มขึ้น ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) การแปรรูปเป็นอาหารคาวหวาน เช่น การนำส่วนของกะทิมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าว และเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นขนมกอลาแม ซึ่งขนมขึ้นชื่อในเกาะสมุย และ 2) แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ต่างๆ

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) โดยเป็นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยกับมะพร้าวสมุย สำหรับพื้นที่เกาะสมุยบางพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันมีน้อยมากที่ยังมีอัตลักษณ์ส่วนนี้เอาไว้ โดยการรักษาวินัยชีวิตที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยให้คงอยู่ และนำเสนอคุณค่าวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

และนักท่องเที่ยวยังได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมและได้ทำความเข้าใจวิถีชีวิตคนเกาะสมุยลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ทัศนคติและความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มะพร้าวในเกาะสมุยจะเน้นขายผลสดเพื่อส่งไปขายนอกพื้นที่เกาะสมุย ส่วนการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุยมีหลากหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่ชาวเกาะสมุยจะนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น และนำมะพร้าวมาเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นอาหารคาว หวาน ต่างๆ เช่น ขนมชั้นชื่อในเกาะสมุยอย่างกาละแม ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก มีส่วนผสมของน้ำกะทิที่ให้ความหอมมันกลมกล่อม นอกจากนี้ยังมีการนำมาทำเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการเห็นว่าผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นรูปแบบเดิมๆ ที่มีมานานแล้ว ถ้าหากสามารถนำมะพร้าวสมุยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้ความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับมะพร้าวสมุยมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ โดยวัตถุดิบ คือ มะพร้าวที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มิใช่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เนื่องจากผลิตมะพร้าวสมุยลดลง
2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวสมุยให้เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัด
3. ขาดผู้นำที่เข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ
4. การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยยังไม่มีรูปธรรมที่ชัดเจน
5. การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยยังขาดความต่อเนื่อง

ความพร้อมและการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

เจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ต่างมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของกิจกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. เจ้าของสวนมะพร้าว

สวนมะพร้าวส่วนใหญ่ในเกาะสมุยไม่มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย เนื่องจากสวนมะพร้าวส่วนใหญ่ในเกาะสมุยอยู่ในพื้นที่บนภูเขาสูง มีความยากลำบากในการเดินทางเข้าสวน ไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนมะพร้าวได้ แต่เจ้าของสวนมะพร้าวสามารถมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย คือ การอนุรักษ์และรักษาต้นมะพร้าวในสวนให้คงอยู่ในสภาพที่ดี

เพราะถือได้ว่ามะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุย เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้เห็นภาพต้นมะพร้าวเป็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

2. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

- 2.1) การปลูกต้นมะพร้าวเพื่อเป็นภูมิทัศน์ภายในหน่วยงาน
- 2.2) การนำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของเกาะสมุยมาใช้ภายในหน่วยงาน
- 2.3) นำส่วนต่างๆ ของมะพร้าวมาแปรรูปเป็นของใช้ ของตกแต่งหรือของฝากให้เป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเกาะสมุยและได้แวะเวียนมาซื้อเพื่อเป็นของฝาก
- 2.4) ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการสาธิตขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดการเรียนรู้วิธีการทำให้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้ชม

3. หน่วยงานภาครัฐ

การมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการมะพร้าวสมุยในด้านต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคเอกชนเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย เช่น กิจกรรมปลูกต้นมะพร้าว การรณรงค์ให้คนเกาะสมุยและนักท่องเที่ยวร่วมกันปลูกมะพร้าวเพื่อเพิ่มต้นมะพร้าวให้เกาะสมุย

5.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลานาน 2) เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย และ 3) ชาวเกาะสมุยมีอาชีพดั้งเดิมคืออาชีพทำสวนมะพร้าว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้เกี่ยวกับมะพร้าวสมุยมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย 2) บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน และ 3) เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ 2) การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย และ 3) มัคคุเทศก์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม 2) เกาะสมุยมี

แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ และ 3) เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก โดยเดินทางด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัตถุประสงค์ โบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมสถานที่ และปัจจัยในการส่งผลการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ขนม กาละแม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อกาละแมจากสมุยเนื่องจากมีคุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ โดยเดินทางช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 4,000 บาท ส่วนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดจากการท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ วิถีชีวิตของคนเกาะสมุย และส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุประสงค์ โบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย โดยทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากทำมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยวคือการเยี่ยมชมสถานที่ ปัจจัยที่ส่งผลการเดินทางท่องเที่ยวคือศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล และในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมะพร้าวสมุย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลจะทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย 2) เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย และ 3) เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวสมุย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับ ดังนี้ 1) เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย 2) ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว และ 3) มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

5.1.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย สามารถสรุปกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและมีร่วมได้ โดยตามพื้นที่วิจัยและพื้นที่จัดกิจกรรม ดังนี้

พื้นที่ตำบลแม่น้ำ

1) ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ณ จุดเรียนรู้ศิลปะการวาดภาพหัตถกรรมของนายประมวล ภูไพบูลย์

2) ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำไม้กวาดก้านมะพร้าวของนายปกรณ์ สุพันธ์

3) เรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ได้แก่ วิธีการปอกมะพร้าว การสอยมะพร้าว และการเผามะพร้าว ณ จุดรับซื้อมะพร้าวของนางสมพร แสนจิ๋ว

พื้นที่ตำบลอ่างทอง

1) เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าว ชมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน และของเล่นต่างๆที่ทำมาจากมะพร้าว ชมการสาธิตการทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการปอกมะพร้าว ขูดมะพร้าว คั้นน้ำกะทิ และการสกัดน้ำมันมะพร้าวอย่างละเอียด และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำขนมขี้มัน ซึ่งเป็นขนมพื้นถิ่นและขนมโบราณของคนสมุย ที่หารับประทานยากในปัจจุบัน เป็นการนำเอาวัตถุดิบที่เหลือจากการทำน้ำมันมะพร้าวมาใช้ทำขนม

2) เยี่ยมชมบรรยากาศในสวนผักและสวนผลไม้พื้นเมืองของเกาะสมุยเช่น ทุเรียน ลางสาด เงาะ เป็นต้น ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงวิถีชีวิตคนเกาะสมุยในอดีต ที่มีการทำสวนแล้วนำห่อข้าวมากินในสวนตอนพักเที่ยงท่ามกลางธรรมชาติ และรับประทานอาหารกลางวันท้องถิ่นที่มีส่วนประกอบหลักของมะพร้าวโดยเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ โดยใช้ไขมันมะพร้าวปรุงอาหารและนำผักปลอดสารพิษมาประกอบอาหาร

3) ชมและเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว ณ ศูนย์หัตถกรรมจากกะลามะพร้าวและตอมะพร้าว และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกะลาและตอมะพร้าวหลากหลายชนิด เช่น ของใช้ในบ้าน ของที่ระลึก สินค้าประดับตกแต่ง หรือของชำร่วย เป็นต้น

4) เรียนรู้วิถีชีวิตมะพร้าวสมุย ณ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ซึ่งเป็นศูนย์ฯ ที่มีองค์ความรู้ด้านการเกษตร ตั้งแต่พันธุ์มะพร้าวของเกาะสมุย วิธีการเพาะปลูก การคัดเลือกมะพร้าวเพื่อการขยายพันธุ์ วิธีการดูแลรักษา วิธีการเก็บเกี่ยวมะพร้าว รวมไปถึงให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำเครื่องจักสานโดยทำจากใบมะพร้าวของชาวบ้านที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การสานที่มุงหลังคา ที่ห่อขนุน และการสานใบมะพร้าวเพื่อใช้ในการตกแต่งสถานที่ เป็นต้น

พื้นที่ตำบลลี้งาม

1) ปั่นจักรยานจากบ้านบางเก่าผ่านสวนมะพร้าวและผ่านทะเลตอนใต้ของเกาะสมุย ซึ่งเป็นการปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพในยามเช้า ระหว่างทางการปั่นจักรยานผ่านสวนมะพร้าว ก็ให้นักท่องเที่ยวแวะชมบรรยากาศของสวนมะพร้าว และอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของมะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

รวมทั้งชมความสวยงามของเจดีย์แหลมสอที่มีสีเหลืองทองอร่ามที่ตั้งอยู่บนชายหาดริมทะเล ให้นักท่องเที่ยวได้แวะสักการะพระบรมสารีริกธาตุ ณ ที่แห่งนี้ได้

2) รับประทานอาหารกลางวันท้องถิ่นที่มีส่วนประกอบของมะพร้าว พร้อมสัมผัสบรรยากาศความสวยงามของทะเลและหมู่เกาะต่างๆ ณ ครีวู้มเฝ้า

3) ชมและเรียนรู้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลาและต่อมะพร้าว ณ ร้านอินทร์ตรา เช่น ของใช้ในบ้าน ของที่ระลึก สินค้าประดับตกแต่ง เป็นต้น และให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกันร้อยสร้อยข้อมือ ซึ่งลูกปัดที่นำมาร้อยเป็นสร้อย ได้มาจากการแปรรูปจากกะลา

4) ชมและเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับมะพร้าว ณ บ้านโบราณ เช่น วิธีการปอกมะพร้าว โดยใช้เสียม วิธีการเผาถ่านกะลามะพร้าว วิธีการเผามะพร้าวโดยใช้สันมีดตีลงกลางผลมะพร้าว การขูดมะพร้าวด้วยกระต่ายขูดมะพร้าว การคั้นน้ำกะทิ และการตีมน้ำกะทิ เป็นต้น และให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายด้วยการนวดจากชาวบ้าน ซึ่งน้ำมันที่ใช้ขวด คือ น้ำมันนวดและมันหม่อง ที่แปรรูปจากน้ำมันมะพร้าว

5.1.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดทำเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของเกาะสมุย และนำข้อมูลแผนการตลาดใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

1. สร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการสร้างการรับรู้สามารถทำได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1) สร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย โดยพื้นที่การวิจัย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย โดยแต่ละพื้นที่ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หลากหลาย เช่น กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย กิจกรรมการเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากส่วนประกอบต่างๆ ของมะพร้าว กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลา มะพร้าวและต่อมะพร้าว และกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์และความสำคัญรวมถึงคุณประโยชน์ของมะพร้าวมากขึ้น

2) สร้างการรับรู้ผ่านสื่อ โดยปัจจุบันสื่อมีหลายรูปแบบ แต่สำหรับสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) สื่อองค์กร เช่น ธุรกิจโรงแรม สปา บริษัททัวร์ สายการบิน ร้านอาหาร 2) สื่อบุคคล เช่น การบอกต่อ การแนะนำจากคนอื่นๆ/คนในชุมชน 3) สื่อออนไลน์ เช่น Website, Fan Page ท่องเที่ยว และ 4) ป้ายสื่อความหมายแต่ละกิจกรรม

2. สร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย ดังนี้

- 1) สวนมะพร้าว จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย และจัดทำสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสวนมะพร้าว
- 2) วัตถุประสงค์ เนื่องจากมะพร้าวสมุยเป็นวัตถุประสงค์หลักในการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย การอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวสมุย โดยการมีสวนมะพร้าวต้นแบบเพื่อปลูกพันธุ์มะพร้าวสมุยและขยายพันธุ์ให้กับสวนมะพร้าวในสมุยให้ครอบคลุมทุกสวน
- 3) กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตได้ เช่น ขนมกาลละแม ที่ยืดอายุขนมให้อยู่ได้นานมากขึ้น และผลิตภัณฑ์อื่นๆ สามารถชมและเรียนรู้กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้
- 4) บรรลุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย
- 5) การให้บริการ โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับโรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ ในการนำผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยไปจำหน่าย
- 6) การสร้างแบรนด์มะพร้าวสมุย ประกอบด้วยการออกแบบตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารแบรนด์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยโดยแยกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าของสวนมะพร้าว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย

อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยสามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ คือ 1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของมะพร้าวสมุย ได้แก่คือ มีลักษณะลำต้นใหญ่ เนื้อไม้ของลำต้นมีการเรียงตัวของเสี้ยนมะพร้าวละเอียดกว่ามะพร้าวจากต่างถิ่น ทำให้มีความแข็งแรง ส่วนผลมีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแน่นหนา มีความมันสูง และ 2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในเกาะสมุยกับมะพร้าวสมุย โดยอัตลักษณ์ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทุกคนกลับมาสนใจมะพร้าวสมุยเพิ่มขึ้น และอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้อย่างมากขึ้น ดังนั้นการร่วมมือของผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐในการรักษาอัตลักษณ์มะพร้าวสมุยจะทำให้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยคงอยู่กับเกาะสมุยต่อไป เนื่องจากผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐเหล่านี้ควรทำหน้าที่นำเสนออัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุยส่วนใหญ่ชาวเกาะสมุยจะนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวทั้งรูปแบบสกัดร้อนและสกัดเย็น และนำมะพร้าวมาเป็นส่วนประกอบการแปรรูปเป็นอาหารคาว หวาน ต่างๆ เช่น ขนมชั้นซื่อในเกาะสมุยอย่างกาละแม ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก มีส่วนผสมของน้ำกะทิที่ให้ความหอมมันกลมกล่อม นอกจากนี้ยังมีการนำมาทำเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการมองว่าหากมะพร้าวสมุยสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับมะพร้าวสมุยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุไรพร กุวิเศษ (2550) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อมั่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและมีคุณภาพให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แต่ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ รวมทั้งส่วนมะพร้าวก็ไม่มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้ ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดต่างๆ เช่น ข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ ด้านความรู้และความสามารถของผู้ประกอบการ เป็นต้น ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุย ควรเริ่มจากการจัดกิจกรรมในสวนมะพร้าว โดยให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมสวนมะพร้าว ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ควรให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยควรมีบรรจุภัณฑ์มะพร้าวสมุยและแบรนด์มะพร้าวสมุยที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยอีกรูปแบบหนึ่ง

5.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบนเกาะสมุยทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีทั้งพฤติกรรมที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยพฤติกรรมที่มีลักษณะเหมือนกัน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเดินทางมาด้วยตนเอง ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนนี้เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่มีลักษณะสอดคล้องกับการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ปี 2557 (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ที่พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเกาะสมุย คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อน และเดินทางมาด้วยตนเอง นอกจากนี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาะสมุยในส่วนนี้ยังมีสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่เกาะสมุยอีกด้วย เช่น พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย (ชลธิชา แสงประดับ, 2556) และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ (วิสาสินี จุสปาโล, 2552) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเหมือนกัน

สำหรับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักมะพร้าวเกาะสมุยและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะสมุย คือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน

และมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก และคาดว่า การใช้อินเทอร์เน็ตจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อไปเรื่อยๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย ดังนั้นสื่ออินเทอร์เน็ตจึงมีผลต่อการรับรู้ โดยเป็นช่องทางที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์มะพร้าวสมุย นอกจากนี้พฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กาละแม โดยส่วนใหญ่ซื้อเพื่อเป็นของฝาก แต่ด้วยผลิตภัณฑ์กาละแมเป็นผลิตภัณฑ์ขนมที่มีอายุการเก็บรักษาสั้นประมาณ 2-3 สัปดาห์ หากเก็บไว้นานกว่านี้ขนมกาละแมจะมีลักษณะผิดแปลกไปจากเดิม คือ จะมีกลิ่นเหม็นหืนและเนื้อขนมที่มีลักษณะแห้งและแข็ง (รัตนา อุตตปัญญา, 2544) ดังนั้นถ้าขนมกาละแมมีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานกว่านี้ อาจทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขนมกาละแม

การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีการรับรู้เหมือนกัน จากระดับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด 5 อันดับ คือ 1) เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ 2) การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี วัตถุประสงค์ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเกาะสมุย และ 3) เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว และจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวใน ส่วนนี้ทำให้เห็นว่าเกาะสมุยยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลากหลายรูปแบบ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่จะช่วยเน้นย้ำ ยืนยันในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชน ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยมีความสมดุลของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นเป้าหมายสำคัญ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2555) ซึ่งจะเห็นได้ว่าการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยย้ำถึงอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจากงานวิจัยของ Robertson (2005) ที่พบว่าอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้หลายวิธี โดยการรับรู้จะเพิ่มขึ้นเมื่อได้รับสารสนเทศจากสื่อต่างๆ เช่น วรรณกรรม วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี

5.2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย มีหลากหลายกิจกรรมและนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นได้ เช่น การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว การแปรรูปอาหารจากมะพร้าว การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย และการรับประทานอาหารที่มีส่วนประกอบหลักของมะพร้าว โดยกิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่ง แต่ทั้งนี้เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีรูปแบบสมบูรณ์ ควรมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ครบถ้วน คือ 1) คนในชุมชนหรือเจ้าของแหล่ง

ท่องเที่ยว 2) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมท้องถิ่น และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 3) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน 4) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และ 5) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2554) ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว

5.2.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำแผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แผนการตลาดในการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดทำเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของเกาะสมุย และนำข้อมูลแผนการตลาดใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสม ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อ โดยในการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลหลากหลายวิธีให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เช่น วรรณกรรม วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี และถือว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างหนึ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (จิรายุทธ์ สندا, 2557)

5.3 ข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัย การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยควรร่วมมือกันในการรักษาอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย และทำหน้าที่นำเสนออัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ในฐานะเจ้าของพื้นที่ เพื่อสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้อย่างมากขึ้น และจะทำให้อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยคงอยู่กับเกาะสมุยต่อไป

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์มะพร้าวสมุย ควรเลือกสื่อที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะ สื่อบุคคล เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้เป็นอย่างดี

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุย และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย นำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะสมุย

4) ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ นำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยไปให้บริการนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลแผนการตลาดใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ

5) โรงแรม สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวเกาะสมุย

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์มะพร้าวสมุย
- 2) การศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุยในตำบลอื่นๆ
- 3) การพัฒนาป้ายสื่อความหมายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มะพร้าวสมุย
- 4) การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อองค์กร สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ และป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ทุกภาคส่วนเข้าใจและเผยแพร่อัตลักษณ์มะพร้าวสมุยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ในทิศทางเดียวกัน

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). *รายงานพิเศษผลิตภัณฑ์มะพร้าว*. ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2559, จาก http://www.ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename=contents_attach
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น.
- จิรสา ปานทอง. (2553). *มะพร้าว...สมัย (2)*. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558, จาก http://kosamui.suratthani.doae.go.th/data/KM/KM_Story_002.pdf
- จิรายุทธ์ สนดา. (2557). *ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- จุไรพร กุลวิเศษ. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนาเที่ยวในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *สรุปรวมสุดยอดกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชลธิชา แสงประดับ. (2556). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชูศักดิ์ จรุธสวัสดิ์. (2548). *การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว*. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 11(3),319-332.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- ณัฐธัญย์ สุนทรกิตติพงศ์.(2556). *น้ำมะพร้าว*. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.senate.go.th/w3c/senate/pictures/sec/5/MEG%20Intranet/coconut06.08.56.pdf>
- दनัย จันทร์ฉาย. (2547). *เจาะลึกการตลาด A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการต้องรู้*. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์. (2545). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้มาเยือน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ชนะรัตน์ ทับทิมไทย. (2557). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.suphan.dusit.ac.th/report>
- ธงชัย สมบูรณ์. 2549. *อัตลักษณ์ของชาติตามนโยบายการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พรีนทร์.

- ธีระศักดิ์ อุ่นอารมณ์เลิศ. (2556). *การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม*. นครปฐม: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นนทิภัก เพียรโรจน์, สิริภัทร์ โชติช่วง, ณัฐมน ราชรักษ์ และวีระศักดิ์ คงฤทธิ. (2558). *การสร้างภาพลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มสมุขเกาะสีเขียว*. (เอกสารทางวิชาการ สัญญาเลขที่ RDG5750063). กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บริษัท ดิอินเตอร์ แอคทีฟ รีเสิร์ช จำกัด. (2552). *การสำรวจโครงการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*.
- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). *Food on the Move*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/762-12017-food-on-the-move>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรสแอนด์.
- เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง. (2555). *การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์สื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- ปรีชา เจริญกิจจร. (2555). *การวิจัยเชิงคุณภาพ: การสัมภาษณ์เจาะลึก. วารสารวิจัยบัณฑิตศึกษา*, 5(2), 180-188.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: กองทุนอินทร์-สมเด็จพระสังฆราช มนุษยวิทยา
- พินพิสนีย์ พรหมศิริ. (1 มกราคม 2547). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง. ประชาชาติธุรกิจ*. หน้า 20.
- ภัษมณี แก้วสง่า และ นิตาชล จำนงศรี. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 6(1), 91-109.
- มุกทริกา พฤชาพงษ์. (2554). *เที่ยวอย่างเข้าใจ ไปกับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?>
- รัตนา อัดตปัญญา. (2544). *สถานการณ์การผลิตกალะแม*. รายงานการประชุมโครงการกალะแม, คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- รุจยา คำพรรณ. (2546). *ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วนิดา ตรีสวัสดิ์. (2553). *การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของนักท่องเที่ยว*. ราชบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2554). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ปริญญาโทศึกษบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.
- วิภาดา คุปตานนท์. (2551). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ส เจริญการพิมพ์.
- วิสาสินี จุสปาโล และคณะ. (2552). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ*. วิจัยบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพมหานคร.
- วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง. (2555). *น้ำมันมะพร้าว...พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปในศักยภาพการและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ*. (เอกสารทางวิชาการ รหัสโครงการ RD social33/2555). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย.(2555). *มะพร้าวสมุย*.ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558,จาก <http://radio.prd.go.th/samui/main.php?filename=samuimaphaw>.
- สมร ทองดี.(2532).*จิตวิทยาการสื่อสารประยุกต์ :เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร*. นนทบุรี: สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สงกรานต์ เขื่อนธนะ. (2556). *การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ. (2555). *ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ทูลสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2556). *พื้นที่ที่การปลูกมะพร้าวอำเภอเกาะสมุย ปี2558*. อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2554) . *บรรยายสรุปจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2554*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://media.suratthani.go.th/document/surat54.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2556). *ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตร :เอกสารสถิติการเกษตรเลขที่ 402*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). *รายงานพิเศษ ผลิตภัณฑ์มะพร้าว*.ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2560, จากhttp://ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename =contents_ attach%2F 151 721% 2F1517 21.pdf&title=151721.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ (Identity)*. การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อาณะ โคแหละ. (2556). *พริกเมืองลุง*. ศิลปนิพนธ์สาขาศิลปศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,ปัตตานี.
- Berger Peter L. and Luckmann Thomas.(1987). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin.
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience*. [On-line]. Available: <http://www.esade.edu/>.อ้างถึงใน ภัยมณี แก้วสง่า และ นิตาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *วารสารสุนารี*, 6(1),91-110.
- Fill ,Chris. (1995). *Marketing Communication*. United Kingdom .Prentice Hall International (UK)
- Kirant Yozcu, Ozen & Icoz, O. (2010). A model proposal on the use of creative Tourism experience in congress tourism and the marketing mix. *Cultural*, 8(3), 105-133.
- Mun, L. (1971). *Norman, introduction to psychology*. Boston: Houghton Muffin.
- Pike, S. D. (2002). Destination image analysis--a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541
- Raymond, C. (2007). Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing Creative tourism. *Tourism, creativity and development* (145-147).London: Routledge.
- Robinson, P. (2005). *Perceptions and visitor motivation: The reality of perception*; Dovedale, Derbyshire. Master Degree in Tourism.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์โครงการวิจัยย่อยที่ 1

1. แบบสัมภาษณ์เจ้าของสวนมะพร้าว

1.1 ภาพรวมเกี่ยวกับมะพร้าวเกาะสมุย

- 1) สวนมะพร้าวของท่านมีความแตกต่างกับสวนมะพร้าวของคู่แข่งรายอื่นอย่างไร อาทิ วิธีการปลูก วิธีการจัดสวนจัดแปลงผลผลิต วิธีการเก็บดูแลรักษาผลผลิต เป็นต้น
- 2) ขั้นตอนในกระบวนการเก็บเกี่ยวลูกมะพร้าวนั้นสวนของท่านใช้แรงงานคนหรือสัตว์
- 3) ผลผลิตจากสวนมะพร้าวของท่านส่งขายเพียงอย่างเดียว หรือมีการนำมาแปรรูปเป็นสินค้าเองด้วยหรือไม่ หากมีการแปรรูป ท่านทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อะไร
- 4) ผลผลิตจากสวนมะพร้าวของท่านมีการกระจายหรือส่งออกไปนอกพื้นที่เกาะสมุยหรือในพื้นที่เกาะสมุย ในปริมาณกี่เปอร์เซ็นต์ หากมีการส่งออกไปนอกพื้นที่เกาะสมุย ส่งไปยังแหล่งใดบ้าง จังหวัดไหนบ้าง
- 5) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ท่านขายมะพร้าวให้หรือมาซื้อมะพร้าวในสวนมะพร้าวของท่านคือกลุ่มใด
- 6) แต่ละปีในการเก็บเกี่ยวผลผลิตในสวนมะพร้าวเพียงพอต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบันหรือไม่
- 7) ท่านมีวิธีการขายผลิตภัณฑ์มะพร้าวในสวนของท่านอย่างไร

1.2 ความพร้อมของสวนมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- 1) ในทัศนะมุมมองของท่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไรและควรมีลักษณะแบบใด
- 2) ท่านคิดว่าสวนมะพร้าวของท่านมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่
- 3) ท่านคิดว่าสวนมะพร้าวของท่านสามารถที่จะจัดทำเป็นแหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเพื่อการศึกษาคือจะทำให้เกิดรายได้ช่องทางหนึ่งได้หรือไม่
- 4) สวนมะพร้าวของท่านมีความพร้อมที่จะสร้างที่พักอาศัยตามวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของคนในอำเภอเกาะสมุย ในรูปแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่รักธรรมชาติหรือไม่

1.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

- 1) สวนมะพร้าวของท่านมีการนำเสนอกิจกรรมอื่นๆ อะไรบ้างให้นักท่องเที่ยวนอกเหนือจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว (อาทิเช่น) ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
- 2) สวนมะพร้าวของท่าน มีการแสดงสินค้าและบริการของสวนมะพร้าว เพื่อที่จะส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ได้เกิดการศึกษา การเรียนรู้ด้านเกษตรกรรม ตามวิถีภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือไม่

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุย

ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่ออัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- 1) ในมุมมองของท่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร มีควรมีลักษณะแบบใด
- 2) การดำเนินงานที่ผ่านมาธุรกิจของท่านมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่
- 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธุรกิจของท่านคือใคร
- 4) ธุรกิจของท่านมีสินค้าประเภทใดและบริการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว
- 5) ธุรกิจของท่านมีการนำสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- 6) ธุรกิจของท่านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง และมีการนำมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยอย่างไร
- 7) ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการนำกิจกรรมการท่องเที่ยวมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย
- 8) สินค้า / กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว มีอะไรบ้างที่สามารถให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการชมการสาธิตการผลิตได้
- 9) ธุรกิจของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ / การใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการผลิต ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุย
- 10) ธุรกิจของท่านต้องการที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือต้องการเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆหรือไม่ อย่างไร

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่ออัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- 1) ในมุมมองของท่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร มีควรมีลักษณะแบบใด
- 2) การดำเนินงานในหน่วยงานของท่านมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่อย่างไร
- 3) หน่วยงานของท่านให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร
- 4) หน่วยงานของท่านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง และมีการนำมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยอย่างไร
- 5) หน่วยงานของท่านมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวอะไรบ้างที่สามารถให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการชมการสาธิตการผลิตได้
- 6) ท่านคิดว่าจุดเด่นของมะพร้าวสมุยและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย คืออะไร
- 7) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมุย ควรพัฒนาหรือเพิ่มผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆอีกหรือไม่อย่างไร
- 8) หน่วยงานของท่านให้การสนับสนุนเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยหรือไม่ อย่างไร

**แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการวิจัยภายใต้แผนการวิจัย
กลยุทธ์การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างมะพร้าวสมุยกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
โครงการย่อยที่ 1: การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

คำถามเกี่ยวกับ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับการรับรู้ของท่าน

ประเด็นการรับรู้	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มะพร้าวสมุย: มะพร้าวที่ปลูกในอำเภอเกาะสมุย และเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะสมุย ที่สามารถแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมาย					
1. เกาะสมุยมีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย					
2. ชาวเกาะสมุยมีอาชีพดั้งเดิมคืออาชีพทำสวนมะพร้าว					
3. เกาะสมุยมีมะพร้าวเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่เคียงคู่กับเกาะสมุยมาเป็นเวลายาวนาน					
4. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์ อนุรักษ์เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย					
5. เกาะสมุยมีข้อมูลหรือเอกสารความเป็นมาเกี่ยวกับมะพร้าว สมุยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา					
6. เกาะสมุยมีกิจกรรมการเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์และการแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย เช่น การทำขนมกาละแม					
7. เกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและน่าสนใจ เช่น ภาชนะใส่ของ โคมไฟ พวงกุญแจ น้ำมันมะพร้าว ฯลฯ					
8. เกาะสมุยมีอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยหลากหลายและหารับประทานได้ง่าย เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว ขนมจีนน้ำยา วายคั่ว แกงเทโพ แกงเขียวหวาน					
9. ร้านอาหารในเกาะสมุยนำเมนูอาหารที่ทำจากมะพร้าวสมุยให้กับลูกค้า เช่น แกงส้มยอดมะพร้าว วายคั่ว					
10. ร้านขายของที่ระลึกในเกาะสมุยมีผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าวสมุยจำหน่าย					
11. บริเวณโรงแรมในเกาะสมุยมีต้นมะพร้าวรายล้อมเหมาะแก่การพักผ่อน					
12. โรงแรมในเกาะสมุยนำผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากมะพร้าว สมุยมาใช้กับโรงแรม เช่น แก้วน้ำ โคมไฟ เทียนไขในกะลา มะพร้าว					
13. โรงแรมในเกาะสมุยนำอาหารที่แปรรูปจากมะพร้าวสมุยมาเสิร์ฟต้อนรับลูกค้า เช่น ขนมกาละแม มะพร้าวแก้ว					
14. สปาในเกาะสมุยใช้น้ำมันมะพร้าวสมุยในการให้บริการลูกค้า					

ประเด็นการรับรู้	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ โดยให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจและสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม					
15. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อ เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ					
16. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิต หรือวิถีการประกอบอาชีพของชุมชนท้องถิ่น เช่น ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน					
17. เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานศิลปะ การวาดภาพ รูปปั้น เช่น รูปปั้นช้างขนาดใหญ่ วัดคีรีวงการาม พระพุทธรบาท 4 รอย ตำบลมะเร็ต					
18. เกาะสมุยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนของเกาะสมุย ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ					
19. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับคนในเกาะสมุย					
20. การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัตถุโบราณ และวิถีชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในกับเกาะสมุย					
21. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ทักษะการแปรรูปอาหารหรือขนมจากมะพร้าว					
22. เกาะสมุยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การทำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว การแปรรูปอาหารจากมะพร้าว					
23. มีคฤหาสน์ มีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว					
24. วิทยากรในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความรอบรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในกิจกรรม					
25. บริษัทท่องเที่ยวของเกาะสมุยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของเกาะสมุย					

คำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมะพร้าวสมุยและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่าน

1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อจุดประสงค์ใด

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อน | 2. <input type="checkbox"/> เพื่อชมวิถีชีวิตชาวบ้าน |
| 3. <input type="checkbox"/> เพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ | 4. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

2. ลักษณะการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุยของท่าน

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ | 2. <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวในสถานที่อยู่ในกระแส |
| 3. <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวในสถานที่ทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ไปและรู้จัก | 4. <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เน้นการให้ประโยชน์ |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ในช่วงใด

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> วันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์) | 2. <input type="checkbox"/> วันเสาร์ – อาทิตย์ |
| 3. <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 4. <input type="checkbox"/> เฉพาะวันที่จัดงานพิเศษ |
| 5. <input type="checkbox"/> ช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน | 6. <input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน |

4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอย่างไร

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> จองผ่าน Tour Agent | 2. <input type="checkbox"/> เดินทางด้วยตนเอง |
| 3. <input type="checkbox"/> มากับบริษัททัวร์ | 4. <input type="checkbox"/> มากับหน่วยงานต่างๆ |

5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง

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

6. ประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านใดที่ท่านต้องการจากการท่องเที่ยวเกาะสมุยมากที่สุด

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. <input type="checkbox"/> วิถีชีวิต | 2. <input type="checkbox"/> ความรู้ |
| 3. <input type="checkbox"/> ทักษะ | 4. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

7. หลังจากท่านท่องเที่ยวในเกาะสมุยแล้ว ท่านจะเดินทางไปไหน

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> กลับภูมิลำเนา | |
| 2. <input type="checkbox"/> ไปอำเภออื่นใน จ.สุราษฎร์ธานี (ระบุ)..... | |
| 3. <input type="checkbox"/> ไปจังหวัดอื่นในประเทศไทย (ระบุ)..... | |
| 4. <input type="checkbox"/> ไปประเทศอื่น (ระบุ)..... | |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

8. ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัดอุทยาน และวิถีชุมชน เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย เจดีย์ วิสาหกิจชุมชน ของเกาะสมุยหรือไม่

1. ไม่รู้จัก
2. รู้จัก (ท่านรู้จักจากแหล่งข้อมูลใด) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - 2.1 รายการโทรทัศน์
 - 2.2 วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 - 2.3 วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ
 - 2.4 ญาติ/เพื่อน
 - 2.5 หนังสือพิมพ์
 - 2.6 ป้ายโฆษณา
 - 2.7 อินเทอร์เน็ต
 - 2.8 การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย
 - 2.9 การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - 2.10 การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ
 - 2.11 บริษัททัวร์
 - 2.12 Facebook
 - 2.13 Line
 - 2.14 Instagram
 - 2.15 Twitter
 - 2.16 อื่น ๆ (ระบุ).....

9. หากท่านได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัดอุทยาน และวิถีชุมชน เช่น วัดต่างๆ ในเกาะสมุย เจดีย์ วิสาหกิจชุมชน ของเกาะสมุย ท่านอยากทำกิจกรรมใดมากที่สุดในขณะที่ท่องเที่ยว

1. เยี่ยมชมสถานที่
2. ซื้อสินค้าและบริการ
3. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่สถานที่ท่องเที่ยวจัดขึ้น
4. ค้นหาความรู้จากสถานที่ท่องเที่ยว
5. อื่น ๆ (ระบุ).....

10. หากท่านจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัดอุทยาน และวิถีชุมชนของเกาะสมุย ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์
2. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว
3. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล
4. ความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อน
5. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
6. สิ่งอำนวยความสะดวก
7. ความเหมาะสมของราคา
8. ความพร้อมของสถานที่
9. การบอกต่อจากผู้อื่น
10. อื่น ๆ (ระบุ)

11. หากท่านจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัดอุทยาน และวิถีชุมชนของเกาะสมุย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวคือใคร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ตนเอง
2. พ่อแม่
3. คนรัก
4. เพื่อน
5. ญาติพี่น้อง
6. อื่น ๆ (ระบุ)

12. หากท่านจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วัดอุทยาน และวิถีชุมชนของเกาะสมุย ท่านจะเดินทางมาท่องเที่ยวกับใคร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ครอบครัว
2. ญาติพี่น้อง

3. คนรัก
4. เพื่อน
5. คนรู้จัก
6. อื่น ๆ (ระบุ)

13. ท่านรับทราบข้อมูลเกี่ยวมะพร้าวสมุยหรือไม่

1. ไม่ทราบ
2. ทราบ (ท่านทราบข้อมูลจากแหล่งใด) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| 2.1 <input type="checkbox"/> รายการโทรทัศน์ | 2.2 <input type="checkbox"/> วารสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย |
| 2.3 <input type="checkbox"/> วารสารการท่องเที่ยวของต่างประเทศ | 2.4 <input type="checkbox"/> ญาติ/เพื่อน |
| 2.5 <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | 2.6 <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา |
| 2.7 <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | 2.8 <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ของเกาะสมุย |
| 2.9 <input type="checkbox"/> การออกบูธการท่องเที่ยวในประเทศไทย | 2.10 <input type="checkbox"/> การออกบูธการท่องเที่ยวในต่างประเทศ |
| 2.11 <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ | 2.12 <input type="checkbox"/> Facebook |
| 2.13 <input type="checkbox"/> Line | 2.14 <input type="checkbox"/> Instagram |
| 2.15 <input type="checkbox"/> Twitter | 2.16 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

14. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากมะพร้าวสมุยหรือไม่

1. ไม่รู้จัก
2. รู้จัก (ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์อะไร) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| 2.1 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์กალละแม | 2.2 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว |
| 2.3 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง | 2.4 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

15. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยหรือไม่

1. ไม่เคยซื้อ
2. เคยซื้อ (ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์อะไร) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| 2.1 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์กალละแม | 2.2 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว |
| 2.3 <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง | 2.4 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

16. หากท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อคืออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> มีความสะอาด | 2. <input type="checkbox"/> มีคุณภาพ |
| 3. <input type="checkbox"/> ราคายุติธรรม/ไม่แพง | 4. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิด |
| 5. <input type="checkbox"/> สถานที่จำหน่ายมีหลากหลาย | 6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) |

17. หากท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย วัตถุประสงค์ในการซื้อของท่านคืออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อเป็นของฝาก | 2. <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ |
| 3. <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อรับประทานเอง | 4. <input type="checkbox"/> ซื้อเพื่อผู้อื่นฝากซื้อ |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

18. หากท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือใคร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ตนเอง | 2. <input type="checkbox"/> พ่อแม่ |
| 3. <input type="checkbox"/> คนรัก | 4. <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| 5. <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง | 6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) |

19. เมื่อท่านเดินทางมาเกาะสมุย ท่านซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยหรือไม่

1. ไม่ซื้อ
2. ซื้อ (ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยเฉลี่ยต่อครั้ง)

2.1 <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท	2.2 <input type="checkbox"/> 501-1,000 บาท
2.3 <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 บาท	2.4 <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 บาท
2.5 <input type="checkbox"/> มากกว่า 2,000 บาท	

คำถามเกี่ยวกับ ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มมะพร้าวสมุย

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความต้องการของท่าน

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวสมุย					
2. เรียนรู้การแปรรูปอาหารจากมะพร้าวสมุย					
3. จัดนิทรรศการเกี่ยวกับอาหารและผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย ทุกปี					
4. จัดแสดง Story เกี่ยวกับมะพร้าวสมุย					
5. มีสวนมะพร้าวเข้ามาอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยว					
6. มีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุย					
7. จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการผจญภัยในสภาพอากาศร้อนชื้นท่ามกลางธรรมชาติสวนมะพร้าว					
8. ปั่นจักรยานชมสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตชาวสวนมะพร้าว เช่น ลิงเก็บมะพร้าว					

Questionnaire

Purposes under a research plan entitled

Strategies for Developing Linkages of Samui Coconut to Creative Tourism

Subproject 1: Developing Identity and Value Added of Samui Coconuts for Creative Tourism

Questions of tourists' awareness on Samui coconuts and creative tourism

Direction: please complete your answers by ticking (✓) in the given boxes

Awareness topics	Awareness levels				
	Highest	high	medium	less	least
Samui Coconut: A Samui coconut is the coconut planted in Samui District and it is the tourism uniqueness that can be processed into different types of food and products.					
1. Samui Island has the highest number of coconuts in Thailand.					
2. The original profession of Samui islanders was coconut farming.					
3. Samui coconuts have been an image of the island for a long time.					
4. The island has a public relation campaign on Samui Coconut Preservation.					
5. There is information or document on Samui coconut history provided for tourists.					
6. There are knowledge activities on the making of Samui coconut products and processed coconut products such as how to make "Galamare."					
7. There are many interesting products made from Samui coconuts such as item containers, lamps, key chains, coconut oil, etc.					
8. There are various dishes of food cooked from Samui coconuts that are easy to find such as coconut young leaf yellow curry, Kanom Jean Namya, Whykua, Kang Taepo, green curry.					
9. Restaurants on the Island present their customers the menus with food made from Samui coconuts such as coconut young leaf yellow curry, Whykua.					
10. Souvenir shops on the island display and sell products					

Awareness topics	Awareness levels				
	Highest	high	medium	less	least
and appliances made from Samui coconuts.					
11. Hotel areas on Samui Island are surrounded with coconut trees.					
12. Hotels on Samui Island make use of the Samui coconut products such as water containers, lamps, candles in a coconut shell cup.					
13. Hotels on Samui Island serve their customers with processed food made from the Samui coconut such as Galamare, sweet coconut crisps.					
14. Spas on Samui Island use coconut oil made from the Samui coconuts to serve their customers.					
Creative tourism: the tourism relates to history, archaeology, cultures, customs, ancient objects, and unique community lifestyles in which tourists are able to learn and exchange knowledge in order to gain understanding and have direct experience with the locals or the cultural owners.					
15. Samui Island offers its tourists the multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs and beliefs such as various temples, Lamsor Pagoda.					
16. Samui Island offers its tourists the local community lifestyle or local profession as a tourist attraction such as agricultural tourism center, community enterprises.					
17. Samui Island offers its tourists the local community lifestyle or local profession as a tourist attraction such as agricultural tourism center, community enterprises.					
18. Samui Island offers its tourists the tourist attractions of art work, paintings, sculptures such as the big elephant statue, Wat Kiriwonggaram, Phrabuddhabat 4, Tambon Mared					
19. Samui Island organizes public relations on multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items and community lifestyles for its tourists.					
20. Tourism of history, archaeology, culture, custom, cultural art, archaeological items and community lifestyles is an added value on economy and income for Samui islanders.					
21. Tourism of history, archaeology, culture, custom, cultural					

Awareness topics	Awareness levels				
	Highest	high	medium	less	least
art, archaeological items and community lifestyles is the creation of a good image for Samui Island.					
22. Samui Island offers its tourists a skilled tourism pattern such as the skill on processed food or making sweets from a coconut.					
23. Samui Island demonstrates the tourism style that offers an opportunity to its tourists to participate in the community activities such as making products from coconuts, making processed food from coconuts.					
24. Tour guides are competent in communicating and transmitting various activities with their tourists.					
25. Organizer spokespersons are fully knowledgeable and intensely comprehensible on the related activities.					

Questions concerning a tourist's general behavior on Samui Coconuts and Creative Tourism

Direction: Please fill in the information or tick ✓ in the to indicate your travelling behaviors

1. What is the purpose of your journey to Samui Island?

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> To relax | 2. <input type="checkbox"/> To see the local lifestyles |
| 3. <input type="checkbox"/> To gain new knowledge and experience | 4. <input type="checkbox"/> Others (please specify)..... |

2. What are your choices of the tourist attractions around Samui Island?

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Places of new and different tourism activities | 2. <input type="checkbox"/> Trendy places |
| 3. <input type="checkbox"/> Well-known places where most people visit | 4. <input type="checkbox"/> Places focused on adding benefit for tourists |
| 5. <input type="checkbox"/> Others (please specify) | |

3. Which period of time do you normally visit Samui Island?

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Weekdays | 2. <input type="checkbox"/> Weekends |
| 3. <input type="checkbox"/> Public Holidays | 4. <input type="checkbox"/> Only when special events are held |
| 5. <input type="checkbox"/> Vacations | 6. <input type="checkbox"/> No specific reasons |

4. How did you arrange your trip to Samui Island?

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Through a Travel Agent | 2. <input type="checkbox"/> Self-organizing |
|--|---|

- 3. Through a Tour Company
- 4. Through organizations
- 5. Others, please specify.....

5. How much do you averagely spend on a Samui trip?

- 1. Less than 1,000 baht
- 2. 1,001-2,000 baht
- 3. 2,001-3,000 baht
- 4. 3,001-4,000 baht
- 5. More than 4,000 baht

6. What type of travel experience do you maximally expect from this trip?

- 1. Lifestyles
- 2. Knowledge
- 3. Skills
- 4. Others (please specify).....

7. Where are you going after this trip of Samui Island?

- 1. Go back home
- 2. Go to other districts in Surat Thani Province (please specify).....
- 3. Go to other provinces in Thailand (please specify).....
- 4. Go to other countries (please specify).....
- 5. Others, (please specify).....

8. Do you know anything about Samui multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items as well as community lifestyles such as temples, pagodas, community enterprises?

- 1. No.
- 2. Yes, (from what source? You can select more than one answer)
 - 2.1 Television programs
 - 2.2 Thailand Travel Journals/Magazines
 - 2.3 International journals/magazines
 - 2.4 friends/relatives
 - 2.5 Newspapers
 - 2.6 billboards
 - 2.7 The Internet
 - 2.8 Public relations of Samui Island
 - 2.9 Tourism trade fair in Thailand
 - 2.10 Oversea Tourism trade fairs
 - 2.11 Travel agencies
 - 2.12 Facebook
 - 2.13 Line
 - 2.14 Instagram
 - 2.15 Twitter
 - 2.16 Others, please specify.....

9. What activities would you most likely do while you are touring around Samui multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items and community lifestyles such as temples, pagodas, community enterprises?

1. Touring around the place
2. Buying products and services
3. Participating in the arranged activities
4. Gaining knowledge about the place
5. Others (please specify).....

10. What factors affect your travel if you tour around Samui multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items and community lifestyles (you can choose more than one answer)?

1. Advertising /Public relation
2. Diversity of tourism activities
3. Culture/ tradition/festival
4. Privacy
5. The beauty of the tourist attractions
6. Facilities
7. Reasonable price
8. The readiness of the location
9. Word of mouth
10. Others, please specify.....

11. Who is the person of influence toward your trip to Samui multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items and community lifestyles (you can choose more than one answer)?

1. Self
2. Parents
3. Lover
4. Friends
5. Relatives
6. Others, please specify.....

12. Who will accompany you if you are going to visit Samui multi tourist attractions of history, archaeology, cultures, customs, cultural art, archaeological items and community lifestyles (you can select more than one answer)?

1. Family
2. Relatives
3. Lover
4. Friends
5. Acquaintance
6. Others, please specify.....

13. Do you know any information about Samui coconuts?

1. No.
2. Yes, (from what source? You can select more than one answer)
 - 2.1 Television programs
 - 2.2 Thailand Travel Journals/Magazines
 - 2.3 International journals/magazines
 - 2.4 friends/relatives
 - 2.5 Newspapers
 - 2.6 billboards
 - 2.7 The Internet
 - 2.8 Public relations of Samui Island
 - 2.9 Tourism trade fair in Thailand
 - 2.10 Oversea Tourism trade fairs
 - 2.11 Travel agencies
 - 2.12 Facebook
 - 2.13 Line
 - 2.14 Instagram

2.15 Twitter

2.16 Others, please specify.....

14. Do you know any products made from Sanui coconuts?

1. No.
2. Yes. (What products? You can select more than one answer)
 - 2.1 Galamare
 - 2.2 products from coconut shells
 - 2.3 make-up products
 - 2.4 Others please specify.....

15. Have you ever purchased any Samui coconut products?

1. No.
2. Yes. (What products? You can select more than one answer)
 - 2.1 Galamare
 - 2.2 products made from coconut shells
 - 2.3 make-up products
 - 2.4 Others please specify.....

16. What would be your reason if you want to buy Samui coconut products?

1. Cleanness
2. Quality
3. Reasonable price
4. Variety of choices
5. Variety of shops
6. Others (please specify)

17. What is your purpose in buying Samui coconut products?

1. as a souvenir
2. for further distribution
3. Self-consumption
4. As gifts for being asked by others
5. Others (please specify).....

18. Who is the person of influence if you want to buy Samui coconut products?

1. Self
2. Parents
3. Lover
4. Friends
5. Relatives
6. Other (please specify)

19. Would you buy any Samui coconut products when you are on the island?

1. No.
2. Yes. (Ranging of an average purchasing amount/ each purchase)
 - 2.1 Less than 500 baht
 - 2.2 501-1,000 baht
 - 2.3 1,001-1,500 baht
 - 2.4 1,501-2,000 baht
 - 2.5 More than 2,000 baht

4. Education:

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Primary | 2. <input type="checkbox"/> Secondary |
| 3. <input type="checkbox"/> Diploma/ Equivalent | 4. <input type="checkbox"/> Bachelor's Degree/ Equivalent |
| 5. <input type="checkbox"/> Higher than Bachelor's Degree | 6. <input type="checkbox"/> Others, Please Specify..... |

5. Occupation:

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Business owner | 2. <input type="checkbox"/> Government officer- State Enterprise officer |
| 3. <input type="checkbox"/> Company employee | 4. <input type="checkbox"/> Housewife - Unemployed |
| 5. <input type="checkbox"/> Student | 6. <input type="checkbox"/> Others, Please Specify..... |

6. Monthly income:

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> No income | 2. <input type="checkbox"/> Less than 10,000 baht |
| 3. <input type="checkbox"/> 10,000 – 15,000 baht | 4. <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 baht |
| 5. <input type="checkbox"/> 30,001 – 45,000 baht | 6. <input type="checkbox"/> 45,001 – 60,000 baht |
| 7. <input type="checkbox"/> 60,001 – 75,000 baht | 8. <input type="checkbox"/> More than 75,000 baht |

7. Domicile:

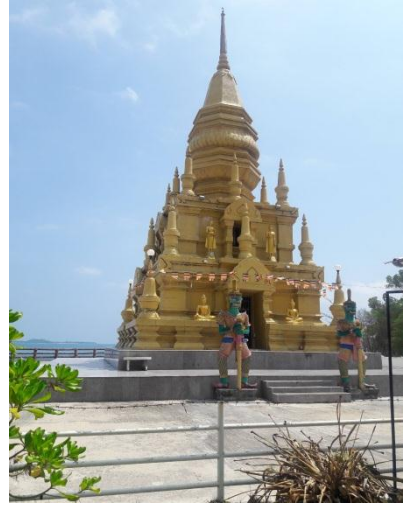
1. Thailand (Please Specify Province).....
2. Oversea (please name your country).....

****Thank you for your time and your information****

ภาคผนวก ข

ภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูล

ภาพกิจกรรมสำรวจพื้นที่



ภาพบรรยากาศสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ





ภาพบรรยากาศเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

