

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างจุดเช็คอิน

Middleton & Clarke (1994) กล่าวว่าโดยส่วนมากนักท่องเที่ยวมักสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวต้องเกี่ยวข้องกับสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่น่าดึงดูดใจ หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหมายถึง ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวประสบตั้งแต่วันที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวจนกระทั่งเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับสู่ภูมิลำเนา ดังนั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง การรวมกันของ 3 องค์ประกอบหลัก หรือ องค์ประกอบ 3A คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น (Accessibility of the destination)

Middleton & Clarke (1994) ยังให้ความเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวม สิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์

Hudman & Jackson (1990) ได้เสนอว่า แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือที่เรียกว่าองค์ประกอบ 5A ทางการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity) สามารถอธิบายได้ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอดนิยม และโดยทั่วไป แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่าง อาทิ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น ภาพเขียนสี 4000 ปี ทุ่งดอกหญ้า น้ำตกแสงจันทร์ กิจกรรมทางการเดินป่า และชมพระอาทิตย์ขึ้นก่อนใครในสยาม เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความน่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง หมายถึง ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกประเทศ และแหล่งท่องเที่ยว สภาพของถนนหนทาง ความสะดวกสบายและความสะอาดของสนามบิน จำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenity) ซึ่งหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขาและสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการ ในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน

สถานที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการและเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พัก ควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

กิจกรรมต่าง ๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยว หรือพำนัก ณ สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น และกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมล่องเรือ กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมกานั่งสมาธิปฏิบัติธรรม เป็นต้น

นอกจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวแล้วนั้น สินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอีกอย่างหนึ่งที่จัดอยู่ในประเภทสิ่งดึงดูดใจที่เป็นกิจกรรมเพื่อจับจ่ายซื้อสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TAMBON ONE PRODUCT : OTOP) เป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาล มีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพมีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งใน และต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น ตลอดจนเพื่อ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดการจับจ่ายมากขึ้น

ลิงก์ตัวอย่าง แบบประเมิน (แบบเดียว ประเมินโดยใช้เกณฑ์ และหลักการออกแบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบ)

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4qKyvsuzbOuciMdiLBy9eAKsjecT80hxeAo3dU h-KdE65eg/viewform?usp=dialog>

ลิงก์ตัวอย่าง แบบประเมิน (แบบร่าง 3 แบบ ประเมินโดยการเปรียบเทียบ เพื่อนำไปสู่แบบที่ดีที่สุด แล้วนำมา พัฒนาแบบ)

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeMICNsDivGM9NXfU6c20kwKV14PJuLw1NQ5 wpfa7G6KA_6PQ/viewform?usp=dialog