

## บทคัดย่อ

### การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

หัวหน้าโครงการ

สุรศักดิ์ แก้วอ่อน

E-mail

sukaewon@hotmail.com

ระยะเวลาดำเนินการ

1 มิถุนายน 2560 – 31 พฤษภาคม 2561

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง (2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยว และ (4) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์จากตัวแทนจากภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวในและเชิงปริมาณที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน นำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า T-Test ค่า F-Test และวิเคราะห์เนื้อหาโดยนำมาสังเคราะห์เพื่อเสนอกระบวนการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดแนว การพัฒนาทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาเครือข่าย ผลการศึกษาพบว่า

ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีมี 7 วิถี ประกอบด้วยวิถีตามรอยพ่อ ร.5 และ ร.9 วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง วิถีศาสนาและความเชื่อ วิถีประมง วิถีเกษตร วิถีอาหาร และวิถีประเพณี ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีเส้นทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป กลุ่มดูงาน และกลุ่มสูงวัย ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาควรส่งเสริมการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม พัฒนาแผนที่ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ชุมชนและสถานประกอบการ สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม พัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดการขยะในพื้นที่ กำหนดพื้นที่ (Zoning) จัดกิจกรรมจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และฟื้นฟูประเพณีดั้งเดิม

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทยในพื้นที่ภาคใต้ ชาวต่างชาติมีจำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่เป็นชาวจีนมาเลเซีย เน้นการพักผ่อน ความหลากหลายและรสชาติของอาหารเป็นปัจจัยดึงดูด เพื่อมีส่วนต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มักมากับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ไม่พักค้างคืน และทราบแหล่งข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ มีความเห็นว่าอำเภอปากพนังเป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำที่เป็นเอกลักษณ์ กิจกรรมที่สนใจ คือ สืบสานตามรอย ร.9 สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายหลักด้วยเกณฑ์วิถีอาหารจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ กลุ่มนักเรียน และกลุ่มอาชีพ ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้กระบวนการ “VENICE” ประกอบด้วย V= Value คุณค่า

เอกลักษณ์ท้องถิ่น E=Ecotourism การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม N = Niche Market ตลาดเฉพาะกลุ่ม) I = Integrations Marketing Communication การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายและเหมาะสม C = Collaboration เป็นการร่วมมือระหว่างบุคคล ชุมชน และองค์กรในเขตพื้นที่ เพื่อร่วมกันวางแผนดำเนินการทางการท่องเที่ยว และ E = Empathy การตระหนักถึงการเอาใจใส่ การทำความเข้าใจ การให้ความสนใจต่อนักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ ธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับความพร้อมแตกต่างกัน โดยธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาดมากที่สุด ต้องการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น เพื่อลดสถานะการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และเพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สำหรับแนวทางการสร้างเครือข่ายมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายใน (2) การประชุมกลุ่มย่อย (3) การแก้ไขปัญหาาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (4) การร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่ม และ (5) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงานหรือจังหวัด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกเป็น 4 มิติของการพัฒนา ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบาย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาคประชาชน กลุ่มภาครัฐ และกลุ่มภาคเอกชน นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ คือ ด้านพื้นที่ ซึ่งควรนำเสนอขายคุณค่า สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำการตลาดเสนอให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ปรับปรุงถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทาง ด้านการจัดการเกี่ยวกับการรองรับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกกลมกลืนกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น ด้านกิจกรรมเน้นไปที่การพัฒนาระบบการสื่อความหมาย ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมสื่อความหมาย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก และด้านการมีส่วนร่วมโดยส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินการ การประเมินผลกระทบและการรับผลประโยชน์ และภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมของชุมชน

## Abstract

### Developing Sustainable Ways of Life Tourism of Pak Phanang River Basin, Pak Phanang District, NaKhon Si Thammarat Province

**Director of Research Project** Surasak Kaewon  
**E-mail** sukaewon@hotmail.com  
**Period of research** June 1<sup>st</sup>, 2017 – May 31<sup>st</sup>, 2018

This research aimed at (1) to examine and develop tourism resources potential and tourism activities, which assimilate with ways of life tourism of the Pak Phanang River Basin in Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat (2) to develop marketing strategies that support sustainable tourism (3) to develop networking stakeholders for tourism management and service and 4) to provide recommendation for policy makers and practitioner in developing sustainable tourism in regard to ways of tourism life of the Pak Phanang River Basin in Pak Phanang district. Mixed methodology research approach was employed to collect data. The research tools were questionnaires, in-depth interview, and focus group. There were 400 Thai and foreigner tourists participated in this study. The results were presented by descriptive statistics, T-test, F-test and content analysis.

The results revealed that the Tourism Resources and Activities consisted of 7 types of ways of life tourism including the following routes of the King Rama 5<sup>th</sup> and King Rama 9<sup>th</sup>, riverside life, religious and believe, fisheries, agricultures, foods and tradition. The overall value of potential evaluation was the moderate level. The tourism routes were recommended to serve 3 different groups of tourists, which are general tourist group, field trip group and retired group. Guidelines to develop the Ways of Life Tourism of Pak Phanang River Basin in Pak Phanang district are to investigate the old story of Pak Phanang, to develop the tourism interpretation system, to conserve the old architecture, to improve infrastructures, to co-operate between locals, businesses and government, to create events for supporting tourism, to support Prieu Boat competition, to improve the environment, to manage the trashes and waste and including area zoning.

The majority of tourists mostly came from the Southern Thailand and Malaysia. Purposes for visiting Pak Phanang District, Nakhon Sri Thammarat Province were mostly relaxing and tasting variety of food. They traveled by their own and did not stay overnight. The tourists obtained the source of travel information of Pak Phanang District from friends

and relatives. They were interested in the unique activities, particularly the Initial project contributed by King Rama 5<sup>th</sup> and King Rama 9<sup>th</sup> on Pak Phanang basin in Pak Phanang District. The marketing strategies to promote tourism in the Pak Phanang River Basin in Pak Phanang District is based on the paradigm known as "VENICE" composed of (1) V = Value is focused on reinforcing local selling points of the Pak Phanang River Basin, (2) E = Ecotourism is the focus of ecotourism and nature tourism, (3) N = Niche Market is a marketing niche that has potential to grow in the future, (4) I = Integrating Marketing Communication (IMC), (5) C = Collaboration between people, communities and organizations in the area to jointly plan tourism, and (6) E = Empathy is a matter by which travel providers give more attention to the tourists.

The results showed that tourism entrepreneurs had high level of readiness in term of marketing management aspect. They had highest level of readiness in product and price aspects. There was a difference between tourism entrepreneurs in lodging, restaurant and souvenir shops regarding their readiness in marketing management and management. Souvenir entrepreneurs showed highest level of readiness among others. The main objective to join the tourism network were (1) to increase income (2) to reduce competition (3) to promote tourism and (4) to improve proficiency. A guideline for networking stakeholders of tourism Management and service in Pak Phanang District into 5 steps as follow; (1) linking network from within (2) group discussion (3) problem solving solution from entrepreneurs and stakeholders (4) establishing a group and (5) linking network with outsiders.

This research was recommended that the policy in developing sustainable tourism in regard to ways of Life of the Pak Phanang River Basin in Pak Phanang District should consist of 4 aspects, which are local area, management, activities, and involvement aspects. The participation of the people, government and private sectors are highly needed. The local area should present their valuable tourism products, to promote eco-tourism consciousness, market for the niche group, and to improve infrastructures and signage. For management, the preparation of environmental and cultural problem solving is needed. The interpretation system in tourism need to be designed with the involvement of local people. The promotion campaign should join with the main tourism destination. There is a need to promote local people to participate in planning, operating, evaluating and benefit sharing. The local people participation should be supported funds by the government.