

บทคัดย่อภาษาไทย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สามประการ ดังนี้ ประการแรก เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวสำหรับการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม ประการสอง เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วม และประการสาม เพื่อการพัฒนาอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ในการเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยทำการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ เอกชน สมาคมและองค์กรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยคืออำเภอขนอม สิชล และท่าศาลา โดยได้ผลการศึกษาสุดท้ายเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย ดังนี้

ภาครัฐในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชควรเป็นผู้ให้การสนับสนุนเครื่องหมายอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกพัฒนาขึ้นจากงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องด้วยเป็นการพัฒนามาจากพื้นฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ เพื่อให้เกิดการจดจำและความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ในฐานะของการเป็น พื้นที่ที่สร้าง ประสบการณ์เที่ยวทะเลแบบใหม่ให้ชีวิตที่ดีเยี่ยมแบบไม่ธรรมดา หรือ “DISCOVER YOUR NOT NORMAL BEACH EXPERIENCE FOR BETTER LIVING MOMENT” ในภาพรวมของทั้งสามอำเภอ รวมทั้งการเป็นหาดซิลล์ ชาร์จพลังชีวิต “KHANOM CHILL BEACH” ในพื้นที่ขนอม การเป็นหาดแอกทีฟ เต็มที่กับชีวิต “SICHON ACTIVE BEACH” ในพื้นที่สิชล และการเป็นหาดแห่งปัญญา เสริมพลังความคิด “THASALA WISDOM BEACH” ในพื้นที่ท่าศาลา เมื่อแยกในการนำเสนออัตลักษณ์ของแต่ละอำเภอ เพื่อให้การดำเนินงานที่เกิดการดำเนินงานที่สอดคล้องไปกับภาคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ และหน่วยงานภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ควรที่จะมีสมาคมท่องเที่ยวอำเภอทั้งสามเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้ดูแลรับผิดชอบต่อการนำเครื่องหมายอัตลักษณ์ฯไปใช้ให้เกิดความเป็นเอกภาพ และสามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจอันชัดเจนและถูกต้องตรงกันเพื่อรักษามาตรฐานของงานที่จะออกสู่สาธารณชนในนามพื้นที่ทั้งสามอำเภอนี้ได้ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างแบรนด์ หรือสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ของทุกคนได้อย่างแข็งแกร่ง อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นควรที่จะเน้นในความเป็น “Multi-purpose item” & “collectible items” คือการเป็นของที่ระลึกที่มีความอ่อนกประสงค์ และเป็นไปในลักษณะของของสะสม

โดยต้องเก็บสะสมจาก 3 อำเภอเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้ตามเป้าประสงค์ในการสร้างให้เกิดรายได้ขึ้นในพื้นที่ และเกิดการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการ รวมทั้งเร่งทำการจดสิทธิบัตรเพื่อมิให้เกิดการลอกเลียนแบบในภายหลัง รวมไปถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรดำเนินการโดยใส่ใจในความร่วมมือกับชุมชนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่กันไปกับการดำเนินกิจการของตนเพื่อสร้างการกระจายสินค้าให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

ภาคการศึกษาและวิชาการ ควรที่จะมีการค้นหาและพัฒนาเพิ่มเติมในพื้นที่อื่นในจังหวัด นครศรีธรรมราชเพื่อให้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกันและก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดต่อไปในภายภาคหน้า รวมทั้งมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ (Benchmark) ชุมชนกับแหล่งที่มีศักยภาพสูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนในอนาคต

Abstract

This study had three objectives; firstly, it developed policy recommendations for improving products based on identity of tourism entrepreneurs and tourism network through a local community in Nakhonsitthammarat province. Secondly, it was to develop identity and souvenirs based on tourism destination for enhancing the participatory competitiveness of small and medium enterprise in service industries. Finally, it was to improve identity and community products based on its uniqueness for enhancing the participatory competitiveness of tourism network through a local community. Mixed methodology included by qualitative and quantitative research were conducted by interviewing and group discussion with related persons coming from government, private companies, associations, tourism organizations, and consumers. All of them was experienced in tourism areas such as Khanom, Sichon, and Thasala district.

Nakhonsitthammarat government should be a supporter of tourism identity brand and developed products which is produced from this project because it was developed from basing local identity that stimulates to remember and satisfy tourist in terms of “discover you not normal beach experience for better living moment” in overall three district. Also, the districts were called Khanom Chill Beach, Sichon Active Beach, and Thasala Wisdom Beach. When it was divided their identity on each district.

Small and medium entrepreneurs of tourism industry in the districts and non-governmental organizations should have tourism association which is included by three districts. They would be owners who control the identity brand for single utilization and communicate correctly for deserving its standard before delivering to the public in terms of being representatives of districts; moreover, it made mostly benefits to create the brands or its identical areas. The souvenirs should be importantly multi-purpose and collectible items which is only gained by three districts. This is mechanism for making income in the areas and enhancing the competitiveness of small and medium entrepreneurs in tourism industries. Also, it should be quickly made copyrights to protect imitation and entrepreneurs should cooperate with community to present the products as engaged in their business to tourist throughout.

Educational sectors should find and develop other areas in Nakronsitthammarat to offer tourism identity toward a single direction for utility in district-level tourism development; therefor, benchmark with community and high-capacity areas should be conducted comparatively for sustainable development in the future.