



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน
ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

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

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ

มกราคม 2562

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน
ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

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

คณะวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน
2. นายบุญยวีร์ ศรีรัตน์
3. นางสาวศิรินันท์ พันธรักษ์

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. - สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สัญญาเลขที่ RDG60T0038

กิตติกรรมประกาศ

แผนงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นงานวิจัยที่มีจุดเริ่มต้นมาจากผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัยและเจ้าของพื้นที่ ได้แก่ เทศบาลเมืองปากพนัง ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวนครศรีธรรมราช สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นครศรีธรรมราช คณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัย เจ้าของพื้นที่ ตลอดจนภาคีที่เกี่ยวข้องซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล การประชุมกลุ่มย่อย และการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่การพัฒนาโจทย์วิจัยจนได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผ่านเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งทุนที่สนับสนุนดำเนินการวิจัย ตลอดจนสมาชิกในหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืนที่ให้การสนับสนุนและแนะนำในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี

รายงานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดีซึ่งได้รับคำแนะนำจาก อาจารย์ ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ และคุณรุจาธิศ สุขาโต ที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรเชษฐ์ เชษฐมาส ผู้ทรงคุณวุฒิโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้อำนวยการฝ่ายการวิจัยมุ่งเป้า สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้โอกาสคณะผู้วิจัยได้มีโอกาสได้ร่วมดำเนินงานวิจัย

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ (SCT.) ที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่คณะผู้วิจัย ทั้งนี้ เป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายหรือวางแผนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เพื่อพัฒนาสังคมท้องถิ่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ

มกราคม 2562

บทสรุปผู้บริหาร

แผนงานวิจัย

(ภาษาไทย) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

(ภาษาอังกฤษ) Developing Sustainable Ways of Life Tourism of Pak Phanang River Basin,
Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat Province

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย

ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรศักดิ์ แก้วอ่อน

หน่วยงานที่สังกัด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
โทรศัพท์ 075-377442, 081-9709384 โทรสาร 075-377442

E-mail sukaewon@hotmail.com

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตและการขยายตัวสูงโดยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญและกระจายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน โดยเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใด ๆ ย่อมเกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ (1) การลงทุน (2) การส่งออก (3) การสร้างงาน และ (4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยว คือ กุญแจการพัฒนาความสำเร็จ และการอยู่ดีมีสุข ขณะที่สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีเจตนามุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เปี่ยมด้วยคุณภาพและมีคุณค่าโดยเฉพาะ อีกทั้งยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม ตลอดจนความจำเป็นในการค้นหาตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว จึงมีการเตรียมความพร้อมทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ มีการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ต้องคงเอกลักษณ์ของชุมชนและเกิดความยั่งยืน มีการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วน เน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม

การท่องเที่ยวเชิงวิถี คือ การนำเอกลักษณ์ของชาติที่ช่วยเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวไทยให้มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ดั้งเดิม (Authenticity of Thainess) โดยสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยจึงถูกนำมาต่อยอดเพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานรากทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกหวงแหนในอัตลักษณ์และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวนำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประกาศให้ ปี พ.ศ. 2561 เป็นท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋อย่างยั่งยืน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ทั้งนี้ จังหวัดนครศรีธรรมราชถือเป็นเมืองท่องเที่ยวรองที่ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ตระหนักความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีการสื่อสารทางการตลาดด้วยภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ นครศรีดีดี นครศรีดีดีกว่าเดิม ชีวิตดีดี เทียนนครศรีฯ แก๊ปขงเที่ยว 55 เมืองรอง เส้นทางท่องเที่ยวเก๋ไก๋กวนชวนเที่ยวเมืองคอน โมซ์เพื่อชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนาและนิทรรศการ โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายทั้งประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี และธรรมชาติ อีกทั้งยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยหรือรางวัลกินรีจาก ททท. เป็นจำนวนมาก ตลอดจนคณะกรรมการมรดกโลกแห่งองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ลงมติให้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารได้ขึ้นบัญชีเบื้องต้น (Tentative List) เพื่อเตรียมประกาศเป็นมรดกโลกแห่งใหม่ของประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 (ฉัตรชัย สุกระกาญจน์, 2558) ทั้งนี้ หากวัดพระมหาธาตุฯ ได้รับประกาศมรดกโลกแล้วจังหวัดนครศรีธรรมราชจะเป็นเมืองท่องเที่ยวติดระดับโลกเหมือนดังเช่นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดสุโขทัยซึ่งก่อเกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่เชื่อมโยง

ลุ่มน้ำปากพนังโดยเฉพาะอำเภอปากพนังมีภูมิศาสตร์และทำเลที่ตั้งซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนที่พึงพิงธรรมชาติในการดำรงอาชีพอันมีภาพลักษณ์เมืองอยู่ช้าอยู่เน้าของนครศรีธรรมราช รวมทั้งวิถีอื่น ๆ เช่น วิถีประมง วิถีจาก วิถีเกษตร วิถีศาสนาและความเชื่อ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนมาเรียงร้อยเป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์อันน่าประทับใจในความจริงแท้ (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น โดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจะต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับการมาเยือนของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยที่ผ่านมานั้นการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ไม่มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และขาดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน เหล่านี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาศักยภาพทรัพยากรและการกิจกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการศึกษาไปเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง

1.2.2 เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังอย่างยั่งยืน

1.2.3 เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง

1.2.4 เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังอย่างยั่งยืน

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษา คือ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และพื้นที่เชื่อมโยง

1.3.2 ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

1) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น คือ เทศบาลเมืองปากพนัง และองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอปากพนัง

2) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช

3) ตัวแทนภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พัก และผู้ประกอบการขายของที่ระลึก และในระดับจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช

4) ตัวแทนจากภาคชุมชนท้องถิ่น เช่น กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง ชมรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นปากพนัง หน่วยงานหรือชุมชนผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในพื้นที่อำเภอปากพนัง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น และในระดับจังหวัด คือ สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช

5) ตัวแทนนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง และที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแต่มีความรู้จักต่ออำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4 วิธีการศึกษา

แผนงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง และเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยหลักและโครงการวิจัยย่อย มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1.4.1 คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมเพื่อชี้แจงโครงการวิจัยให้แก่หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช) และหน่วยงานภาคเอกชน (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจสินค้าที่ระลึก) เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและประชุมกลุ่มย่อยในอนาคต

1.4.2 ผู้วิจัยจะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว การตลาด และการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์และพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

1.4.3 เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ของทั้ง 3 โครงการ จะนำผลมาสังเคราะห์ร่วมกัน โดยเชิญกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาร่วมระดมความคิดผ่านการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะ และแนวทางในการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.4 เมื่อสิ้นสุดการสังเคราะห์โครงการย่อยทั้ง 3 โครงการย่อย แผนวิจัยมีแนวทางที่จะระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเฉพาะ ซึ่งประกอบด้วยภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคชุมชนท้องถิ่น เพื่อศึกษาถึงเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในบริบทนาข้าวและชายฝั่งอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนายุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

2. สรุปผลการศึกษา

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 7 วิธี ได้แก่ (1) วิถีตามรอยพ่อ ร.5 และ ร.9 ได้แก่ แหยมตะลุมพุก โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โรงสีจักรไอน้ำแห่งแรกของภาคใต้ในสมัย ร.5 และการล่องเรือฟังเรื่องเล่าบ้านของพ่อ ร.9 (2) วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนังล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำปากพนังเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ ย่านชุมชนตลาดเก่า ทำน้ำเก่า วัดสองฝั่งแม่น้ำ ชมเมืองเก่า เช่น ดึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดริ่งนกแอ่น ตลาด 100 ปี ตลาดย้อนยุค เป็นต้น (3) วิถีศาสนาและความเชื่อ ได้แก่ พระพุทธและสิวลึงค์พันปีแห่งวัดนันทาราม ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลแม่นางโดย พ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน โบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้อายุร้อยกว่าปีแห่งวัดรามประดิษฐ์ (4) วิถีประมง เช่น นั่งเรือหางยาวชมชุมชนในบาง (คลอง) ชุมชนรอบอ่าวปากพนังเพื่อชมทัศนียภาพ การดำรงชีวิตของชาวประมงในพื้นที่ การยกยอ การดักปลา/ ปู การถักเลนเก็บหอย และการเลี้ยงปลากระพง เป็นต้น (5) วิถีเกษตร วิถีข้าว วิถีจาก วิถีเกษตรกร และสวนส้มโอทับทิม

สยาม (6) วิถีอาหาร ขนมลาบ้านหอยราก หมี่เมืองนั้ง อาหารทะเล ปลากระบอก ของฝาก น้ำตาลจาก เลือกซ้อ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมลา ส้มโอทับทิมสยาม น้ำส้มจาก มันกุ้ง กะปิ ปลากระบอกตากแห้ง ปลากระบอกผ่า ปลากระบอกร้า เป็นต้น และ (7) วิถีประเพณีเมืองนั้ง ได้แก่ ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว และเทศกาลผัดหมี่และของดีเมืองปากพนัง

ผลการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ พบว่า ด้านที่ได้รับการประเมินศักยภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพื้นที่ รองลงมา คือ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ

เส้นทางการท่องเที่ยว 6 เส้นทาง โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 2 เส้นทาง (2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน จำนวน 3 เส้นทาง และ (3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (เกษียณหรือเน้นเลี้ยงรุ่น) จำนวน 1 เส้นทาง

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง พบว่า ควรสืบค้นเรื่องราว พื้นฟูความเก่าแก่ ความเป็นอดีต พัฒนาระบบการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสะอาด การจัดการขยะในพื้นที่เสี่ยงรบกวนพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก กำหนดพื้นที่ (Zoning) และวางผังเมืองเพื่อการท่องเที่ยว พัฒนาแผนที่ปรับปรุงและสร้างความต่อเนื่องของป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย ส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม พัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พื้นฟูประเพณีแข่งเรือ ลากพระ ส่งเสริมกิจกรรมพายเรือให้กับโรงเรียน

2.2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ความหลากหลายและรสชาติของอาหาร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง คือ เพื่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวด้วยยานพาหนะที่เป็นรถยนต์ส่วนตัว ไม่มีการพักค้างคืน และทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนัง จากเพื่อนหรือญาติ โดยมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง คือ มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวสืบสานตามรอย ร.9 เช่น พระตำหนักประทับแรมปากพนัง ประตุน้ำอุทกวิภาคประสิทธิ์แห่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำ ปากพนัง อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น

การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยรูปแบบวิธีการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) วิถีอาหาร สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณ วิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 จะสอดคล้องกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มนักเรียน และกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน และ (2) วิถีความเชื่อที่สอดคล้องนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในวัยเกษียณหรือนั้นเลี้ยงรุ่น และกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน

กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผ่านกระบวนการที่มีชื่อว่า “VENICE” ประกอบด้วย V= Value มุ่งเน้นถึงการตกย้ำจุดขายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นของวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนัง เสริมคุณค่าที่ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (Value for Experience) E=Ecotourism มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม N = Niche Market มุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต I = Integrations Marketing Communication (IMC) ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว C = Collaboration สร้างร่วมมือระหว่างบุคคล ชุมชน และองค์กรเพื่อร่วมกันวางแผนดำเนินการทางการท่องเที่ยว และ E = Empathy ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวตระหนักถึงการเอาใจใส่ ทำความเข้าใจ และสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำปากพนังของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดมากที่สุด

แนวทางการสร้างเครือข่ายประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายใน (2) การประชุมกลุ่มย่อย (3) แก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (4) การร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่ม และ (5) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงานหรือจังหวัด

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยตัวอย่างการเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าหรือทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำเข้ากับลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม และบูรณาการความร่วมมือของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้เกิดความยั่งยืน โดยมีความร่วมมือทั้งในการเก็บข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการแบ่งปันประสบการณ์ รวมไปถึงพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นำมาเป็นตัวอย่าง เช่น อำเภอขนอม และอำเภอลานสกา เป็นต้น ซึ่งมีความสำเร็จของการท่องเที่ยวที่มีกระแสไหลไปท่องเที่ยวทั้งสองพื้นที่ ตลอดจนผู้ที่อยู่ใกล้กับนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ชมรมมัคคุเทศก์ กลุ่มชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น โดยระหว่างดำเนินงานวิจัยได้มีการนำเสนอข้อมูลการศึกษาต่อทุกภาคส่วนเพื่อเตรียมตัวในการรองรับนักท่องเที่ยว และใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการหรือเตรียมของบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

การใช้ประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

4.1 ประโยชน์ทางด้านการนำไปปฏิบัติ

4.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช คัดเลือกการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอต่อสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (TFOPTA) และนำเสนอต่อสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เพื่อรองรับจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองแห่งการประชุมสัมมนา นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE City) ภายในปี พ.ศ. 2562

4.1.2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราชมีฐานข้อมูลสนับสนุนเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และเทศบาลเมืองปากพนังมีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์และใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

4.1.3 ภาคชุมชน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง และสภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนังมีฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์และใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

4.2 ประโยชน์เชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนใช้องค์ความรู้ของงานวิจัยนำไปกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังให้เชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

4.3 ประโยชน์เชิงวิชาการ

นักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจสามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ องค์ความรู้จากงานวิจัยยังสามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาแก่กลุ่มนักวิชาการและการเรียนการสอนสถาบันการศึกษาอีกด้วย

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 และวิเคราะห์เนื้อหาโดยนำมาสังเคราะห์เพื่อเสนอกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดแนว 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) การแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (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 1st, 2017 – May 31st, 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 5th and King Rama 9th, 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 Piew 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 5th and King Rama 9th 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.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ช
Abstract	ญ
สารบัญ	ฎ
สารบัญตาราง	ท
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน	4
1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย	4
1.4 เป้าหมายและตัวชี้วัด	7
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	10
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
2.3 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	48
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	49
3.1 ขอบเขตการวิจัย	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	50
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
5.2 การวิเคราะห์ และการตรวจสอบข้อมูล	52
5.3 การแปลผลข้อมูล	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลวิจัย	56
4.1 การศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	56
4.2 การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน	102

สารบัญ

	หน้า
4.3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	118
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	131
5.1 สรุปผลการวิจัย	131
5.2 อภิปรายผล	154
5.3 ข้อเสนอแนะ	167
บรรณานุกรม	170
ภาคผนวก	176

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	เป้าหมายของผลผลิต (Output)	7
1.2	เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	8
3.1	การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ	52
3.2	การแปลผลข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณของแต่ละโครงการย่อย	54
4.1	ทรัพยากรการทองเที่ยวและกิจกรรมทองเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง	73
4.2	แสดงค่าคะแนนระดับศักยภาพทรัพยากรการทองเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	76
5.1	หน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบายต่อมิตินาการพัฒนาการทองเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในอำเภอปากพนัง	148
5.2	มิตินาการพัฒนาการทองเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช	166

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	แผนที่พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังและแผนที่แสดงที่ตั้งชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว
1.2	กรอบแนวความคิดของแผนการวิจัย
2.1	รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน
2.2	กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
4.1	โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
4.2	โรงสีโบราณแม่ครู
4.3	แหลมตะลุมพุก
4.4	การล่องเรือแม่น้ำปากพนัง
4.5	การทำรังนกแอ่น
4.6	ตลาดร้อยปีปากพนัง
4.7	ตลาดเช้าเมืองนัง
4.8	ตลาดย้อนยุคปากพนัง
4.9	วัดรามประดิษฐ์
4.10	หลวงพ่อดุต (วัดนันทาราม)
4.11	ศาลาหลวงพ่อโอภาสี
4.12	วัดเกาะนางโดย
4.13	วัดนาควารี (หูล่อง)
4.14	ศาลเจ้าฮกเกี้ยน
4.15	ทิวทัศน์ชุมชนบ้านเกาะไชยและชุมชนบ้านไก่อัง
4.16	ชายทะเลสะพานตัวที่
4.17	วิถีจากปากพนัง
4.18	สวนส้มโอทับทิมสยาม
4.19	ข้าวพันธุ์พื้นเมือง
4.20	ศูนย์เรียนรู้การทำอาชีพขนมลาบ้านศรีสมบูรณ์ (หอยรอก)
4.21	ขนมจีนและหมีเมืองนัง (ป่าแข)
4.22	ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว
4.23	การกระจายตัวของทรัพยากรการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
4.24	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เส้นทางที่ 1	80
4.25	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เส้นทางที่ 2	82
4.26	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 1	84
4.27	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 2	86
4.28	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 3	88
4.29	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว (สังสรรค์-เลี้ยงรุ่น)	90
4.30	วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	103
4.31	เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	104
4.32	บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว	104
4.33	ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว	105
4.34	ยานพาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	106
4.35	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	107
4.36	ภาพลักษณะการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง	108
4.37	ความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	109
4.38	ระดับความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง	109
4.39	รูปแบบของกระบวนการทัศน์ VENICE กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	118
4.40	ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว	119
4.41	ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามประเภทของธุรกิจ	120
4.42	ความพร้อมด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว	121
4.43	ข้อมูลระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว	121
4.44	แนวทางในการพัฒนาความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด	124
4.45	โมเดลแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	125
4.46	กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัว	126
5.1	ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่เชื่อมโยง 4 มิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ	150
5.2	ข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	165

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตและการขยายตัวสูงโดยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญและกระจายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน โดยเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใดๆ ย่อมเกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ (1) การลงทุน เช่น บริษัทนำเที่ยว รถและเรือนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น (2) การส่งออก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาก็จะมีการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้และเมื่อพบสินค้าไทยที่ถูกใจก็ซื้อกลับไปประเทศตนเอง ซึ่งอาจมีการติดต่อสั่งซื้อเพิ่มอีกในภายหลัง (3) การสร้างงาน โดยอาชีพต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการลงทุน เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานบริการในโรงแรมหรือที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น และ (4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เมื่อธุรกิจต่างๆ และผู้ใช้แรงงานในธุรกิจเหล่านี้มีรายได้ก็จะเกิดการจับจ่ายซื้อสินค้า และเกิดการจ่ายภาษีเข้าสู่ภาครัฐเพื่อนำไปพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ประปา ไฟฟ้า ถนน โครงข่ายโทรคมนาคม เป็นต้น การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมทั้ง 4 ข้อนี้จึงถือได้ว่าการท่องเที่ยว คือ กุญแจการพัฒนาความสำเร็จ และการอยู่ดีมีสุข (สุธรรม เดชดี, 2559) ขณะที่สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีเจตนามุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เปี่ยมด้วยคุณภาพและมีคุณค่าโดยเฉพาะ(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช, 2559) เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560 : 29-36) เหล่านี้ล้วนมุ่งความจำเป็นในการค้นหาตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ต้องคงเอกลักษณ์ของชุมชนและเกิดความยั่งยืน มีการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วน

เน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558 : ออนไลน์)

การท่องเที่ยวเชิงวิถี คือ การนำเอกลักษณ์ของชาติที่ช่วยเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวไทยให้มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ดั้งเดิม (Authenticity of Thainess) โดยสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยจึงถูกนำมาต่อยอดเพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานรากทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกหวงแหนในอัตลักษณ์และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำการท่องเที่ยวเชิงวิถีมากำหนดให้ปี พ.ศ. 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย จนถึงปี พ.ศ. 2561 ปรับเป็นท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋อย่างยั่งยืน โดยนำเสนอ "วิถีไทย" ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจจากท้องถิ่น (Local Experience) ซึ่งมีหลายระดับขึ้นอยู่กับความชื่นชอบที่แตกต่างของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบประสบการณ์ที่ไม่จำกัดเพียงการท่องเที่ยวชุมชน (CBT : Community Based Tourism) เท่านั้นแต่หมายรวมถึงทุกพื้นที่ทุกจังหวัดทุกองค์ประกอบที่สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว (สุดแดนวิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556)

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3,429,760 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 ประมาณ 10.93 % รายได้ 13,588.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณ 14.40 % โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเป็นชาวไทย ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจะมาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น และรองลงมาคือ ยุโรปรวมทั้งสแกนดิเนเวีย มีจำนวนวันพักเฉลี่ย 2.39 วัน และมีค่าใช้จ่ายต่อคน 1,943.88 บาท (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ดังนั้นการเติบโตของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาจึงทำให้หน่วยงานต่างๆ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีการสื่อสารทางการตลาดด้วยภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ นครศรีดีดี เมืองเดียวเที่ยวครบทุกเรื่อง (วนิดา เชียงอารีย์ และสาวิกา ขุนราม, 2555) นครศรีดีดี นครศรีดีกว่าเดิม ชีวิตดีดี เที่ยวนครศรีฯ แก่ปชช. รวมถึงภาพรวมของการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยโดย ททท. เช่น ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน ปักขี้ได้ ปักหมุดหยุดเวลา วันธรรมดาเที่ยวไม่ธรรมดา โดยเฉพาะนครสองธรรม ภายใต้ 12 เมืองต้องห้ามพลาดพลัส ซึ่งเป็นการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จังหวัดกระบี่และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไปยังเมืองท่องเที่ยวรอง คือ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครราชสีมามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน และแหล่งธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ของภาคใต้ และยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยหรือรางวัลกินรีเป็นจำนวนมาก อีกทั้งคณะกรรมการมรดกโลกแห่งองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ

(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-UNESCO) ก็ได้ลงมติให้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารได้ขึ้นบัญชีเบื้องต้น (Tentative List) เพื่อเตรียมประกาศเป็นมรดกโลกแห่งใหม่ของประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 (ฉัตรชัย ศุกระกาญจน์, 2558) ทั้งนี้ หากวัดพระมหาธาตุฯได้รับประกาศมรดกโลกแล้วจะทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวติดระดับโลกเหมือนดังเช่นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดสุโขทัยก่อเกิดการแวะเยือนไปยังพื้นที่เชื่อมโยง

ลุ่มน้ำปากพนังตั้งอยู่ในลุ่มน้ำภาคใต้ฝั่งตะวันออกส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสาขาของลุ่มน้ำหลักภาคใต้ฝั่งตะวันออก มีพื้นที่รวมประมาณ 3,183.89 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,989,932 ไร่ ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ครอบคลุมจังหวัดนครศรีธรรมราช 11 อำเภอ (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2559) โดยเฉพาะอำเภอปากพนังมีภูมิศาสตร์และทำเลที่ตั้งซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนที่พึงพิงธรรมชาติในการดำรงอาชีพอันมีภาพลักษณ์เมืองอยู่ช้าอยู่เน้าของนครศรีธรรมราช รวมทั้งวิถีอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจ เช่น วิถีประมง วิถีจาก วิถีเกษตร วิถีศาสนาและความเชื่อ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนมาเรียงร้อยเป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจในความจริงแท้ โดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งจะต้องมีความพร้อมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการมาเยือนของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ก่อเกิดผลในด้านเศรษฐกิจเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนในชุมชนและธุรกิจที่รองรับนักท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Free Individual Traveler - F.I.T.) และรูปแบบคณะทัวร์ (Tour Foup) ซึ่งในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีบริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 18 บริษัท ธุรกิจที่พัก 55 โรงแรม ธุรกิจร้านอาหารจำนวน 35 ร้าน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 16 ร้าน (สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2558) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนังยังไม่มีที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ไม่มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก รวมถึงขาดการสร้างเครือข่ายความรู้ร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน เหล่านี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาศักยภาพและกิจกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการศึกษาไปเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำpakพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำpakพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำpakพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำpakพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

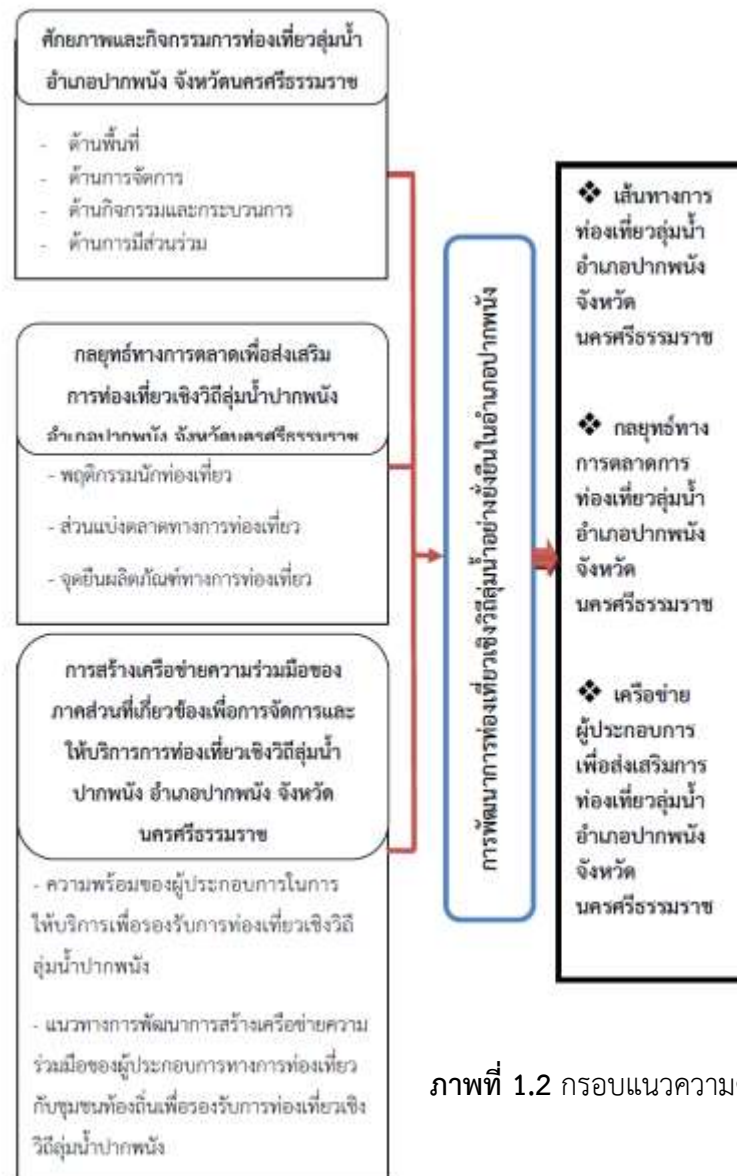
ลุ่มน้ำpakพนังตั้งอยู่ในลุ่มน้ำภาคใต้ฝั่งตะวันออกส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสาขาของลุ่มน้ำหลักภาคใต้ฝั่งตะวันออก มีพื้นที่รวมประมาณ 3,183.89 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,989,932 ไร่ ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ครอบคลุมจังหวัดนครศรีธรรมราช 11 อำเภอ ได้แก่ พื้นที่ทั้งหมดของอำเภopakพนัง อำเภอยะใหญ่ อำเภอร่อนพิบูลย์ อำเภอกุพราภรณ์ อำเภอชะอวด อำเภอหัวไทร อำเภอพระพรหม และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ บางส่วนของอำเภอลานสกา อำเภอทุ่งสง อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช บางส่วนของอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง และอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ในบริเวณพื้นที่แห่งนี้จึงมีการทำนามากที่สุดโดยอาศัยน้ำจากแม่น้ำpakพนังซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญของลุ่มน้ำpakพนัง จึงเป็นแหล่งปลูกข้าวของภาคใต้ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางแห่งความเจริญรุ่งเรืองทุกๆ ด้าน จนเป็นที่รู้จักกันของคนอย่างกว้างขวาง ในนาม “เมืองแห่งข้าวอันน้ำ” เนื่องจากมีหลักฐานของโรงสีไฟจักรไอน้ำที่เคยแสดงความรุ่งเรืองมาตั้งแต่ พ.ศ. 2448 ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เสด็จประพาสเมืองpakพนังและทรงมีพระราชหัตถเลขาตอนหนึ่งว่า “ไม่นึกว่าเมืองpakพนัง จะใหญ่โตมั่งมีถึงเพียงนี้ บรรดาเมืองท่าในแหลมมลายูฝั่งตะวันออก เห็นจะไม่มีแห่งใดดีเท่าpakพนัง” pakพนังในยุคนั้นจึงเป็นเมืองใหญ่ที่มีการค้าเจริญรุ่งเรืองยิ่งกว่าเมืองนครศรีธรรมราช(โครงการพัฒนาลุ่มน้ำpakพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2555)

พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังในเขตอำเภอปากพนังอยู่ในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากต้นจากบ้านขนานาก นาข้าวบ้านชะเมา บ้านหูล่อง และบ้านเพิง ขนมหาล้าน หอยรอกและบ้านท่าพญา กะปิ บ้านโก้งโค้ง กลุ่มเลี้ยงปลากระชังบ้านท้องโก้งกาง ปลากระบอกร้าชุมชนปลายแหลมตะลุมพุก กลุ่มวิถีประมงอ่าวปากพนัง (การถักเลน หาปลาเชื้อและดำจับปลาตุกทะเลด้วยมือเปล่า) ส้มโอบ้านทับทิมสยาม บ้านบางจากและบ้านบางดุก รังนกแอ่นปากพนัง และรวมถึงตำนานงานบุญสารทเดือนสิบและประเพณีแห่ผ้าขึ้นพระบรมธาตุเมืองนครศรีธรรมราชล้วนมีจุดเริ่มต้นจากพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง การเสด็จของรัชกาลที่ 5 เพื่อทรงเปิดโรงสีจักรไอน้ำแห่งแรกของภาคใต้ และการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อหรือศาสนา เช่น พระผุดและร่องรอยพราหมณ์ฮินดูแห่งวัดนันทาราม แม่นางเกะนางโดยหลวงพ่โอภาสี เป็นต้น (สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2559 : 4)



ภาพที่ 1.1 แผนที่พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังและแผนที่แสดงที่ตั้งชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว
ที่มา : มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (2559)

จากการประชุมหารือกับชุมชนที่มีการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัด นครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และการเข้าฟังการเสวนา ทิศทางท่องเที่ยวอำเภอปากพนังที่จัดโดยเทศบาลเมืองปากพนัง เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2559 พบว่า พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ไม่มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากพื้นที่ท่องเที่ยวหลักให้ทั่วถึงของ พื้นที่ รวมถึงเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาศักยภาพและ กิจกรรมการท่องเที่ยวกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังภาพความเชื่อมโยงของกรอบแนวคิดของแผนการวิจัย ภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวความคิดของแผนการวิจัย

1.4 เป้าหมายและตัวชี้วัด

1.4.1 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

ในแผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีเป้าหมายผลผลิตและตัวชี้วัดในการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1.1 เป้าหมายของผลผลิต (Output)

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
1. คู่มือเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	100 เล่ม	สามารถนำเสนอแนวทางในการปฏิบัติได้ชัดเจนและง่ายต่อการดำเนินการ
2. ศักยภาพและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1 ชุด (ชุดไฟล์อิเล็กทรอนิกส์)	ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวทางการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	1 ชุด (ชุดไฟล์อิเล็กทรอนิกส์)	หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น	1 ชุด (ชุดไฟล์อิเล็กทรอนิกส์)	สามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.2 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ในแผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีเป้าหมายผลผลิตและตัวชี้วัดในการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1.2 : เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ผลผลิต	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
1. คู่มือเส้นทางการท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	อย่างน้อย 2 หน่วยงาน	หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนเชิงนโยบาย
2. จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางมาท่องเที่ยวที่ปากพนังเพิ่มขึ้น	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 25%	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
3. เกิดเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว กับชุมชนท้องถิ่น	อย่างน้อย 2 สถานประกอบการ	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และการบริการที่มีอยู่ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของทรัพยากรในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยพื้นที่จะต้องมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการบริหารจัดการที่ดี

การให้บริการการท่องเที่ยว หมายถึง บริการที่ตอบสนองความต้องการให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ การให้บริการที่พัก การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และการให้บริการสินค้าที่ระลึก

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือหมายถึง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง โดยสร้าง

ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัด นครศรีธรรมราช มีช่องทางสำหรับการติดต่อสื่อสาร มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีการสนับสนุนและ อำนวยความสะดวกในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว และร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ

การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง “การตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่มี ผลกระทบในทางลบต่อความต้องการของคนรุ่นต่อไปในอนาคต” เนื่องจากทุกครั้งที่มีการตอบสนองความ ต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน ต้องมีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลกระทบ ในทางลบต่ออนาคตการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นแนวคิดในการแก้ปัญหานี้ โดยการพยายามอนุรักษ์ธรรมชาติ ไว้ในลักษณะที่เป็นส่วนรวมหรือมหภาค คือ หากมีความจำเป็นที่จะดำเนินการให้กระทบต่อคุณภาพ สิ่งแวดล้อมในที่ใดที่หนึ่งก็จะต้องเสริมสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมในที่อื่น ๆ เป็นการชดเชยเพื่อให้ในด้าน มหภาคของคุณภาพสิ่งแวดล้อมคงอยู่ได้ดังเดิม

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการทางการตลาดเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด บุคลากร กระบวนการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้น

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงถึงระยะทางนั้นจะใกล้ หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ มีกิจกรรมมีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ (3) ต้องมีจุดหมายในการเดินทางสำหรับจุดหมายในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือไปอยู่ ประจำ

การท่องเที่ยวเชิงวิถี หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสและเรียนรู้การดำเนินชีวิตของคน ในท้องถิ่น มีลักษณะเป็นวิถีทางสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ภูมิปัญญา การประเพณีปฏิบัติ การใช้ชีวิต การสืบทอดวัฒนธรรมความเชื่อจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสสัมผัสถึง เรื่องราวความเป็นมา อาชีพ ภูมิปัญญา อาหาร ศิลปะ ประเพณีของผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในแผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1.6.1 ประโยชน์ทางการนำไปปฏิบัติ

1) กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม และที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจการท่องเที่ยว ฯลฯ นำไปศึกษาเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากยิ่งขึ้น

2) นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวลุ่มน้ำปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช

3) ชุมชนได้รับการกระจายรายได้ และเกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ ตลอดจนการอนุรักษ์วิถีภูมิปัญญา ผ่านรูปแบบการท่องเที่ยว

1.6.2 ประโยชน์เชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำไปศึกษาเพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

1.6.3 ประโยชน์เชิงวิชาการ

นักวิจัย นักวิชาการและผู้ที่มีสนใจในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในบริบทนาข้าวและชายฝั่ง สามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการศึกษาด้านการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนางานวิจัยเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม และประเทศชาติโดยรวม

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

แผนงานวิจัยการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวความคิดของแผนงานวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ 6 ประการ คือ (1) เป็นการท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม (2) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว (3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม (5) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว และ (6) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 7)

องค์ประกอบของการพัฒนากองเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก คือ (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย (2) ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (3) ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย (4) องค์ประกอบด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว

เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ (5) ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป และ (6) ด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 21-22)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีภาคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ แก่ทุกฝ่าย ทั้งผู้ไปท่องเที่ยวและชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว นอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวและผู้ไปท่องเที่ยวเองในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ และความรู้ เป็นต้น โดยทั่วไปแล้ว รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวธรรมชาติวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น และ รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น (ภฤศสร ฤทธิมนตรี และคณะ, 2557 : 5-6)

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อศึกษา และเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุดิบ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไว้ว่าเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่เน้นการพัฒนา ด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มี ความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ทั้งนี้ Suger (n.d. : unpagged) ชี้ให้เห็นว่าส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงาม ทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย 2 ประเภท (จริญญา เจริญสุดใส, 2544) คือ

1) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดยนักท่องเที่ยวไปพำนักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมือง อาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

2) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดยนักพัฒนาไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้างโดยพยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่าชนนั้น และแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับชนพื้นเมือง

วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2513 อ้างถึงใน อาราวดี ทับสิริกซ์, 2555) เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรม นั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบ ที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษาและดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (กรมศิลปากร, 2513 อ้างถึงใน อาราวดี ทับสิริกซ์, 2555) ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2539 ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ 3 ลักษณะ คือ

1) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกับบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

2) วัฒนธรรมเป็นกรอง และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไข ปัญหา ตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

3) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

2.1.2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยววัฒนธรรม

การท่องเที่ยววัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ประกอบไปด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีต และประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยววัฒนธรรมขึ้น

2.1.2.2 หลักการของการท่องเที่ยววัฒนธรรม

จากแนวคิดของการท่องเที่ยววัฒนธรรมนำไปสู่หลักการของการท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด 4 ประการ คือ

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ข้อมูลที่ได้เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการเที่ยวชมเพื่อเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้และเข้าใจในทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งชุมชนยังภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตน
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ปลูกฝังคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหนกรักษาทรัพยากรวัฒนธรรมในท้องถิ่น นอกจากนี้คนในชุมชนท้องถิ่นยังมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว อาทิ การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านวัฒนธรรมและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเอง

2.1.2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยววัฒนธรรม

การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมอื่น มี 2 องค์ประกอบ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 288)

- 1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีสิ่งดึงดูดใจทั้งหมด 10 ประการ คือ
 - 1.1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
 - 1.2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
 - 1.3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
 - 1.4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
 - 1.5) ศาสนา และพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
 - 1.6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์และมหรสพต่าง ๆ
 - 1.7) ภาษา วรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

1.8) วิถีชีวิต เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียม และ การรับประทานอาหาร

1.9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่าง ๆ

1.10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะในท้องถิ่น

2) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่ คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของ ชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการ ท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้ผลประโยชน์ตอบแทนอย่างยุติธรรม เพื่อการกระจายรายได้ ยกระดับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

2.1.2.4 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรม

คณะกรรมการโบราณสถานแห่งชาติว่าด้วยสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ หรือ International Council on Monuments and Sites (ICOMOS, 2003) ได้ให้ความหมายของเส้นทาง วัฒนธรรม (Cultural Route) ไว้ดังนี้

เส้นทางวัฒนธรรม คือ เส้นทางบก เส้นทางน้ำ หรือทั้งสองอย่างรวมกัน หรือเส้นทาง ประเภทอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพอันโดดเด่นของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และ ประเพณี แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนที่มีพัฒนาการมาอย่างสืบเนื่องและแสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยน ทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความรู้ทั่วไป ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น ภายในประเทศหรือระหว่าง ภูมิภาคในแต่ละช่วงเวลาที่สำคัญ รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

Richards et al. (2007) กล่าวถึง เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมว่ามีขอบเขตกว้างมาก เพราะประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ ด้านที่แตกต่างกัน ทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ รูปแบบการเดินทางที่ หลากหลาย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น ใหม่ ในเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์สามารถแบ่งเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมได้เป็น

1) ระดับท้องถิ่น เช่น เส้นทางวรรณคดีที่ดับลิน ประเทศเยอรมัน (Literary Dublin) ถนน Raglan ถนน Raglan นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสประติมากรรมร่วมสำริดในยุคควี Patrick Kavanagh ริมคลอง Grand Canal หรือ เส้นทางเทศกาลคูมาราที่กาฐมาณฑุ ประเทศเนปาล (The Kumara Festival Route in Katmandu) ที่จัดขึ้นทุก ๆ เดือนกุมภาพันธ์ ที่มีการแข่งขันกีฬาจะเริ่มขึ้นที่ ชายฝั่งตะวันตกชายหาด Kumara และลัดเลาะไปตามความกว้างของชายฝั่ง

2) ระดับภูมิภาค ระดับแคว้น เช่น เส้นทางไวน์ในประเทศฝรั่งเศส (Rue De Vins) รถพาไปเที่ยวเมือง St. Emilion ที่เป็นเมืองมรดกโลก ไร่องุ่น สลับกับชาโต อยู่บนพื้นราบบางเนินบาง

สวยสดชื่น ตื่นตาตื่นใจจริงๆ ระหว่างทางแวะเยี่ยมชมชาโต เจ้าของจะพาเดินชมไร่่องุ่นและห้องบ่มไวน์ อธิบายกระบวนการทำไวน์การชิม ทดสอบชิมไวน์ที่หลากหลาย หรือ ถนนสายโรแมนติกในประเทศเยอรมัน (The Romantische Strasse) เยอรมนี ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมุมมองในยุคหลังสงคราม นำมาพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวนี้ออกแบบมาสำหรับผู้ที่ต้องการสำรวจถนนโรแมนติกทั้งหมดหรือบางส่วนด้วยตัวเองมากกว่าการร่วมงานเลี้ยงแบบชายหาด

3) ระดับชาติ เช่น เส้นทางจากเทือกเขาแอลป์สู่ทะเลบอลติกในประเทศเยอรมัน (The Rout “From the Alps to the Baltic Sea”) เส้นทางนี้นักปั่นจักรยานมองเห็นพื้นที่ขนาดใหญ่ทางทิศตะวันออก ที่ราบลุ่มของเมคเลินบวร์กและบรันเดนบูร์ก เทือกเขาดำของป่าทิวรินเจียและฟรานโกเนีย ตอนบนเนินเขา ของ Lower and Upper Bavaria บริเวณเชิงเขาของเทือกเขา Bavarian Alps มีจุดเด่นของเมืองตามเส้นทางคือเบอร์ลิน นูเรมเบิร์ก และมิวนิครวมทั้งเมืองขนาดกลางที่น่ารักหลายแห่ง เช่น Rostock, Potsdam, Halle, Jena, Bamberg เป็นต้น

4) ระดับนานาชาติ เช่น เส้นทางสายไหม หรือเส้นทางของเมืองฮันเซียติก(The Rout of Hanseatic Towns) แสดงให้เห็นพัฒนาการการขยายการค้าและการกระจายความรู้ เมืองคัตซ์ เช่น Zwolle, Kampen, Hattem และ Deventer ร่องรอยประวัติศาสตร์ยังคงปรากฏอย่างชัดเจนในอนุสาวรีย์ ในศตวรรษที่ 14 และ 15 พบได้ตามริมน้ำที่เคยเป็นเส้นทางขนส่งสำคัญและมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน

นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบการเดินทางอีกหลายประเภทในการท่องเที่ยววัฒนธรรม ซึ่งในหนึ่งองค์ประกอบของการเดินทางท่องเที่ยวอาจมีวิธีการเดินทางที่หลากหลาย เช่น

1) การเดินทางท่องเที่ยวโดยการเดินเท้า โดยมากแล้วจะอยู่ในเส้นทางศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น A close-up of Porto

2) การเดินทางท่องเที่ยวโดยการใช้บริการขนส่งสาธารณะในการเดินทางโดยมากจะใช้ในเมืองใหญ่ๆ เช่น รถประจำทางสาย 100 ในเบอร์ลิน หรือ Tramp no.3T ที่เฮลซิงกิ ประเทศฟินแลนด์ เป็นต้น

3) การเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ เป็นที่นิยมมากในภูมิภาคอเมริกาเหนือ เช่น The Tennessee Scenic Highway หรือ The Lewis and Clark Trail เป็นต้น

4) การเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถจักรยาน โดยต้องเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อจากรถยนต์หรือเส้นทางเดินเท้า แต่การใช้รถจักรยานต้องพัฒนาถนนให้มีเส้นทางสำหรับรถจักรยาน โดยเฉพาะเพื่อความปลอดภัยของผู้ปั่นจักรยาน เช่น ถนนคิงส์ในประเทศฟินแลนด์ (The King’s Road)

5) การเดินทางท่องเที่ยวโดยการขี่ม้าซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ไม่มากและมีโอกาสที่จะพัฒนาได้อีก เช่น การขี่ม้าชมภูเขาไฟที่ไอซ์แลนด์

6) การชมทิวทัศน์ใต้ท้องทะเลโดยใช้เรือที่พื้นเป็นกระจกเป็นพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถเห็นทิวทัศน์ใต้ท้องทะเลได้จากในเรือ

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้ความสำคัญกับการศึกษาเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตทั้งที่มีมานานและที่จัดขึ้นมาในปัจจุบันมีวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เน้นการศึกษา ภูมิปัญญาสร้างสรรค์ วิถีชีวิตผู้คน เอกลักษณ์และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ความเชื่อ จารีตประเพณี จากคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมก่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อำเภอปากพนังเป็นพื้นที่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นเมืองท่าสำคัญในอดีต ความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากร วิถีชีวิตในพื้นที่ดังกล่าวจึงมีความน่าสนใจสามารถนำมาพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวิถีวัฒนธรรม

2.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545: 68-72) ได้ให้แบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีขั้นตอนและกระบวนการ ดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

1) ประเภทของทรัพยากร มีทรัพยากรหลักซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และทรัพยากรรองหรือทรัพยากรสนับสนุน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2) ชนิดของทรัพยากร แบ่งได้ 5 ชนิด

2.1) ทรัพยากรธรรมชาติ : พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำ

2.2) ทรัพยากรวัฒนธรรม : ศาสนา มรดกวัฒนธรรม ชาติพันธุ์

2.3) ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ : งานมหกรรม การแข่งขัน ธุรกิจ โชว์ต่างๆ

2.4) ทรัพยากรกิจกรรม : นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก

2.5) ทรัพยากรบริการ : การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

2.1.3.2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1) เขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ และประเภทของที่พักรับบริการกับนักท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในพื้นที่ มีความสำคัญอะไรที่แตกต่างจากแหล่งอื่น และสิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติได้ดังนี้ ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลาง หรือศูนย์ข้อมูล เท่าไร ฤดูกาลและเวลาที่ใช้ การเข้าถึง การจัดการดูแล ใครเป็นเจ้าของ ใครจัดการ การติดต่ออำนวยความสะดวก สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว มีระดับการใช้มากหรือน้อย ใครมาเที่ยว มาจากไหน มาทำอะไร มีลักษณะประชากรอย่างไร ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอะไรในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม มีสิ่งดึงดูดอะไรที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมสังคม มีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยวทางเข้า ใครเป็นเจ้าของ ใครจัดการ ติดต่อใคร สถิตินักท่องเที่ยวมีระดับการใช้มากหรือน้อย การติดต่อประชาสัมพันธ์ ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้ เป็นใคร มาจากไหน มีลักษณะประชากรอย่างไร ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอย่างไร มีสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร เหตุการณ์นั้นเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องที่อื่นหรือไม่ และความถี่ในการเกิดขึ้น ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งของเหตุการณ์สำคัญจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลายาวนานของเทศกาล การจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยว และประชากรท้องถิ่น กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม

รายการทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่มีความโดดเด่นอย่างไร สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล การเข้าถึง เจ้าของ ผู้ดูแลกิจการ การประชาสัมพันธ์ ระดับกิจกรรม สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทาง ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม

รายการทรัพยากรบริการ ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ผู้ให้บริการ การติดต่อกับผู้ให้บริการ เวลาที่เปิดทำการ บริการที่เสนอ ข้อมูลที่มีให้ ติดต่อใคร ระดับการใช้ปัจจุบัน ซึ่งสามารถเก็บข้อมูล ดังนี้

- บริการด้านที่พักแรม ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ระยะเวลาที่เปิด การเข้าถึงแหล่งบริการ ด้านการจัดการ และมาตรฐานของการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ

- บริการด้านอาหาร ได้แก่ ชื่อและที่ตั้ง ประเภทและอันดับของบริการด้านอาหาร การจัดการด้านการบริการอาหาร สถานที่ขนาดการเปิดปิดบริการ ประเภทของผู้ใช้บริการ และราคา มาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ

- บริการการต้อนรับ ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งของผู้ให้บริการ เวลาที่เปิดทำการบริการที่เสนอให้ ข้อมูลที่มีให้ สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงค่าธรรมเนียมภายใน แหล่งท่องเที่ยว

2) ประเมินทรัพยากร

คุณภาพทรัพยากร พิจารณาดังนี้

- ทรัพยากรนั้นมีความแตกต่างจากทรัพยากรที่อื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนใดต้องปรับปรุง การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใด ตลอดจนอุปสรรคต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใด

- ความโดดเด่นของทรัพยากร พิจารณาดังนี้ สิ่งใดที่ทำให้ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นกว่าทรัพยากรอื่น และมีความแตกต่างเรื่องใด และทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนถึงคุณภาพภูมิในสถานที่นั้นๆ

- อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว พิจารณาดังนี้ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว มีการวัดระดับการใช้และประเมินการใช้อย่างไร ทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยว พิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร ปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้ และทรัพยากรนั้นมีอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตอย่างไร

สรุปได้ว่า ในการดำเนินการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง นั้น จำเป็นต้องอาศัยขั้นตอนการทำความเข้าใจทรัพยากรเกี่ยวกับประเภทและชนิดของทรัพยากร เขียนรายงานสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่พบ จากนั้นนำไปประเมินคุณภาพของทรัพยากร ความแตกต่างจากที่อื่น ความโดดเด่น คุณภาพการบริการ อุปสรรคต่อการพัฒนา เพื่อนำข้อมูลมากำหนดแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ๆ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities)

นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งแม่น้ำในท้องถื่น การปีนผา การดำน้ำแบบดำน้ำลึก (Scuba Diving) หรือดำน้ำตื้น (Snorkeling) การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วม กิจกรรมกับชุมชน เช่น การดูการเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น โดยกิจกรรมทั้งหมดจะเป็น ประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรม ดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

2.1.4.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถกระทำได้หลายรูปแบบในพื้นที่ธรรมชาติที่มีระบบนิเวศต่าง ๆ กัน เช่นกลุ่มระบบนิเวศป่าเขาจะเน้นกิจกรรมที่อาศัยทรัพยากรนันทนาการประเภทป่าไม้ สัตว์ป่า แหล่งน้ำ เช่น อ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ น้ำตกต่าง ๆ สภาพภูมิทัศน์ของลักษณะสัณฐานที่ดิน (Land Forms) และสัณฐานทางธรณีที่เป็นลักษณะเด่นแปลกตา หรือลักษณะเด่นที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และวัฒนธรรมของชุมชนดั้งเดิมในพื้นที่เป็นหลักสำคัญ ส่วนกลุ่มระบบนิเวศแบบเกาะแก่งชายฝั่งมักจะได้รับความสนใจในด้านทรัพยากรทางทะเล (Marine Resources) ที่ยังคงสภาพธรรมชาติสมบูรณ์สวยงาม เช่น ปะการัง ปลาสวยงาม ชายหาดที่สวยงาม ส่วนสภาพป่าเขาหรือแหล่งน้ำต่าง ๆ จะได้รับความสนใจเป็นอันดับรองลงมา ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเน้นไปในส่วนที่เป็นชายฝั่ง (Wetland) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับความนิยมมาก คือ การดูนกต่าง ๆ โดยเฉพาะ นกต่างถิ่นที่หาดูได้ยาก เป็นต้น

2.1.4.2 กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมการท่องเที่ยว การพิจารณาการใช้ประโยชน์ประเด็นนี้เป็นการเน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีกิจกรรมการให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการเรียนรู้ในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมอันหลากหลาย ตลอดจนความเป็นชาติพันธุ์ อันเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ และสร้างความตระหนัก สร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยว ให้กับประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจนำไปสู่การสร้างกระบวนการทางสังคมที่ชุมชนท้องถิ่นมีความพยายามในการปรับตัว ภายใต้บริบทของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องรวมทั้งการสร้างดุลยภาพระหว่างการผลิตในภาคเกษตรกรรมกับการประกอบอาชีพของชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชน ตลอดจนการรวมตัวกันเพื่อต่อสู้การเอารัดเอาเปรียบของบริษัทนำเที่ยวจากภายนอก อย่างไรก็ตาม

ในส่วนของกิจกรรมการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนั้น สกว.สำนักงานภาคและกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ได้ร่วมกันสร้างเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ได้พิจารณาเห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนในอนาคตนั้น ไม่อาจจำกัดตัวเองอยู่แต่เพียงชุมชน หมู่บ้าน แห่งใดแห่งหนึ่งอย่างโดด ๆ ได้ แต่พยายามให้มีการรวมตัวกันของชุมชนท่องเที่ยวหลายๆ แห่ง และสร้างเครือข่ายการจัดการทรัพยากรหรือจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อให้การบริการและมุ่งให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมโดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในการจัดทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน (สินธุ์ สโรบล, 2559)

กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม (Community Participation in Tourism Activities)

การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม สามารถดำเนินการได้ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม โดยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จะพบว่ามีจัดการในพื้นที่ที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น บ้านอู่แฝง จังหวัดตาก เกาะยาว จังหวัดพังงา เป็นต้น ในขณะที่การจัดบ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม มักจะดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่นำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม บ้านเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี บ้านโคกโก่ง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นต้น

กิจกรรมท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม นั้น สิ่งหนึ่ง ชุมชนต้องจัดบริการด้านการมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท เป็นจุดขายที่สำคัญการจัดการกิจกรรมที่ออกแบบสัมผัสวัฒนธรรมในชนบท จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน แต่ต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก

บริการที่เสนอให้ ได้แก่ วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ความปลอดภัย ความสะอาดห้องพักพร้อมอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในการจัดการเป็นการร่วมกิจกรรมที่พักโฮมสเตย์ ที่มีการรวมกลุ่มการจัดตั้งในรูปแบบกลุ่ม ชมรม สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในด้านการจัดการในแต่ละด้าน ดังนี้

1) บ้านพัก

ควรมีโครงสร้างที่ดี ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่ไกลจากเมือง หรือพื้นที่เทศบาล ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน และควรมีสิ่งต่าง ๆ เช่น ที่นอน หมอน น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด ฯลฯ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2) การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว

วัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นการแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาเข้า ออกบ้านพัก อาจจะแตกต่างกันในแต่ละชุมชน

3) การต้อนรับ

คนไทยเป็นผู้มีใจโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การต้อนรับนักท่องเที่ยวดุจดังญาติมิตรจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความอบอุ่น ควรมีการจัดพื้นที่ต้อนรับในลักษณะจุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อดำเนินการต้อนรับ ลงทะเบียน การเข้าพัก หรือการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว อาจต้อนรับด้วย วัฒนธรรมประจำถิ่น เช่น ภาคอีสานและภาคเหนือ ต้อนรับด้วยการบายศรีสู่ขวัญ

4) การสำรองที่พัก

การสำรองที่พักทางโทรศัพท์ ควรได้รับการตอบสนองทันที ควรมีผู้ประสานงาน ส่งรายละเอียดให้กับนักท่องเที่ยว และแจ้งข้อมูลรายละเอียดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5) การลงทะเบียน

ผู้เข้าพักต้องลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนนี้อาจไม่ต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นข้อมูลแบบง่าย

6) การบริการอาหาร

เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดอาหารมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็น การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์และจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ต้องพิจารณาข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ ศาสนา งบประมาณในการจัดทำอาหาร ปัจจัยฤดูกาล อาหารประจำท้องถิ่นและจำนวนนักท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่า การท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชนในชนบทนั้น เป็นการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมโดยการรวมกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ในการจัดการบริหารแก่นักท่องเที่ยวที่จะมาสัมผัสวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งชุมชนอาจมีการจัดที่พักหรือเรียกว่า “โฮมสเตย์” ไว้บริการ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมในการจัดการ การบริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงเอกลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการในด้าน ร่วมคิดวางแผน ร่วมทำกิจกรรม ร่วมดำเนินการและร่วมรับประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชน

ดังนั้น สรุปได้ว่ากระบวนการในการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงวิถีชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จะต้องมีการศึกษาและสำรวจความพร้อมของ

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ก่อนที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น นักวิชาการควรที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
ความหมายของการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสามสิ่งนี้ถือเป็นบริบทของ
การท่องเที่ยว ทั้งนี้ ความหมายการท่องเที่ยวมีนักวิชาที่ต่างสรุปความหมายไปในทิศทางเดียวกัน นั่น
คือ การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจโดยมี
เงื่อนไขของการเดินทาง 3 ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544) คือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่
อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ซึ่งมีใช้เพื่อประกอบ
อาชีพหรือหารายได้

จากความหมายดังกล่าว นักท่องเที่ยว (Tourist) จึงหมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนในเมืองต่างๆ
ด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปทำงานประจำหรือศึกษาต่อ และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่
มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่เมืองนั้น มีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน อีกทั้งยังมีการใช้สิ่งสนับสนุนหรือ
อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวจนกลายเป็นภาพรวม คือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism
Industry) ที่ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพราะเป็น
ผู้ใช้บริการต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น และ
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางอ้อม เช่น ร้านค้า แหล่งบันเทิง ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคใน
มุมมองทางการตลาดเนื่องจาก นักท่องเที่ยว คือ ลูกค้า (Customer) ในการตลาดการท่องเที่ยวนั่นเอง
โดยการดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวนั้นผู้บริหารในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญที่จะเข้าใจ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการนำไปวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ
(Choibamroon, 2016) ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคก็มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายด้วยกัน
อย่างเช่น ปริญ ลักษิตานนท์ (2544 : 54) กล่าวว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคล
ใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับบริหารจัดการและการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นกระบวนการตัดสินใจที่
เกิดขึ้นก่อนและมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ” ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัย
ต่าง ๆ ก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งสอดคล้องกับ Engel (อ้างใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 : 5)
ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและ

บริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ (Solomon, 2007 : 528) หรือหมายถึงกระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมิน การได้รับ การใช้ และการดำเนินการภายหลังการบริโภค สินค้าและบริการ (Blackwell Miniard and Engel, 2006 : 735) ทั้งนี้กระบวนการของผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk, 2007 : G-3) ได้แก่ การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ก็ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ (2548) ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง “สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีปฏิกริยาตอบสนองหรือแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ อันเนื่องมาจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในตัวนักท่องเที่ยวและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น” ซึ่งความหมายดังกล่าวประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 2 ตัว ได้แก่ สิ่งกระตุ้น และการตอบสนองหรือการแสดงพฤติกรรมตอบรับ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกิดจากการได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) จนก่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) เป็นการแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งในทางจิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรม เรียกว่า ทฤษฎี S-R Theory หรือ ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง ทั้งนี้ กล่าวโดยสรุปแล้วการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยทางสังคมไม่ว่าจะเป็นบรรทัดฐานหรือการให้คุณค่ากับสิ่งต่าง ๆ และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม รวมทั้งปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งนอกจากปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวแล้วยังรวมถึงปัจจัยทางลักษณะประชากรซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอยู่ไม่น้อย เพราะผลการวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นว่ารายได้ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ระดับการศึกษา ประเภทของอาชีพ เพศ อายุ รวมทั้งสถานภาพสมรสต่างก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ยังแนะนำให้ทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคว่า ต้องอาศัยโมเดล 6W's 1H หรือที่เรียกอีกอย่างว่า 7O's Model ที่เป็นคำถามและคำตอบที่แสดงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคตั้งแต่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ ฯลฯ ซึ่งในด้านการท่องเที่ยวโมเดลนี้สามารถอธิบายถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว สถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ฯลฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ใคร คือ ตลาดเป้าหมาย (Who is in target market?) เพื่อตอบคำถามว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร (Occupant) เช่น นักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2) นักท่องเที่ยวต้องการอะไร (What does the market buy?) เพื่อตอบคำถามว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว นั่น คือ อะไร (Object) เช่น เส้นทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติผสมผสานวิถีชีวิต เส้นทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น

3) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (Why does the market buy?) เพื่อค้นหาวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Objectives) เช่น เพื่อพักผ่อน ประชุมสัมมนา เรียนรู้กับประสบการณ์ใหม่ๆ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามหลักศาสนา เป็นต้น

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยว (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Organizations) เช่น บริษัทนำเที่ยว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นต้น โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 5 ส่วนที่อาจจะเป็นบุคคลเดียวกันหรือต่างบุคคลกันก็ได้ (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2558) ได้แก่

- ผู้ริเริ่ม (Initiators) ที่เป็นผู้เริ่มต้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากเดินทางไปเที่ยว ซึ่งอาจเป็นเพื่อนร่วมงานที่โพสต์รูปถ่ายไปเที่ยวต่างจังหวัดบน Facebook หรือเห็นโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว

- ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ให้คำปรึกษาและช่วยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นตนเอง เพื่อนร่วมงาน หรือตัวแทนนำเที่ยว

- ผู้ตัดสินใจ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คือ ตัวนักท่องเที่ยว

- ผู้ติดต่อการเดินทาง (Buyer) เป็นผู้ซื้อหรือผู้ที่จองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริษัทนำเที่ยว

- นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว

5) เมื่อใดจะเดินทาง (When does the market buy?) เพื่อค้นหาระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Occasion) เช่น ฤดูร้อน ฤดูหนาว ปีใหม่ ดังเช่นกรณีนักท่องเที่ยวจำนวนมากไปท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน หรือภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์จนแทบจะไม่มีที่เดินในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์

6) การจัดการโปรแกรมการเดินทาง (Where does the market buy?) เพื่อค้นหาว่านักท่องเที่ยวมีการวางแผนการเดินทาง การจองตั๋วเครื่องบิน การสำรองห้องพัก หรือ การติดต่อยานพาหนะอย่างไร

7) กระบวนการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร (How does the market buy?) เพื่อค้นหาว่านักท่องเที่ยวมีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร (Operations) มีขั้นตอนอย่างไร ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลใด มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ โดยกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีดังนี้

- การรับรู้ความต้องการ (Problem Recognition) นักท่องเที่ยวเริ่มเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

- การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย ที่พัก อาหารการกินจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาจเป็นบริษัทนำเที่ยว เพื่อนร่วมงาน อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

- การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เพื่อนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีข้อมูลอยู่มาประเมินว่าจะไปที่ไหนดีจากเกณฑ์ภายในของนักท่องเที่ยว

- การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (Decision) เป็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังว่าจะได้รับอะไรจากการเดินทาง ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ

- พฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว (Post Purchase Behavior) เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะประเมินผลการท่องเที่ยวนั้นกับความคาดหวังก่อนเดินทาง หากสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับมากกว่าความคาดหวัง นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในโอกาสต่อไป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาสรุปได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคอันหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อหรือใช้บริการ โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การมีสิ่งกระตุ้น และการตอบสนองหรือการแสดงพฤติกรรมตอบรับ ทั้งนี้ เมื่อเข้าซื้อหรือใช้บริการก็ต้องได้รับการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ นอกจากนี้ การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคยังต้องอาศัยโมเดล 6W's 1H หรือที่เรียกอีกอย่างว่า 7O's Model ที่เป็นคำถามและคำตอบที่แสดงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคตั้งแต่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ ฯลฯ

2.1.7 ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ภาพลักษณ์ (Image) แปลตามคำศัพท์ว่า ลักษณะของภาพที่เห็น ส่วนใหญ่ใช้ใน ความหมายว่า ภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน ตามที่สาธารณชน มองเห็น เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ ของคนที่เห็น มักเกิดจากลักษณะ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ

Boulding (1975) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ความรู้สึก ของคนเราที่มีต่อ สิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากตนเองเฉพาะตน เป็นความรู้ เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริงคุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ ละบุคคลจะ เก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้ เฉพาะภาพบางส่วนหรือ ลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมัก ตีความหมาย (Interpret) หรือ ให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามี อยู่ในสมองด้วย

จากการได้ศึกษาความหมายของภาพลักษณ์ สรุปว่าภาพลักษณ์ เป็นกระบวนการ ทาง ความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และ ประสบการณ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการรับรู้และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในใจ สร้าง การจดจำและความรู้สึกนึกคิดที่เปลี่ยนแปลงไปได้ยาก

2.1.7.1 ประเภทของภาพลักษณ์

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2549) ได้กล่าวถึงประเภทของภาพลักษณ์ว่าสามารถจำแนก ออกเป็น 6 ประเภทสำคัญ ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากภาพใหญ่ของ สังคม เป็นความหลากหลายของ สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อ การศึกษา พื้นฐานที่มาจากที่ แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการที่มีความรู้และมีประสบการณ์แตกต่างกันไปด้วย รวมทั้งอาจมองในเรื่อง เดียวกันในมุมมองและ ทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบัน ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้น หน้าที่ที่ต้องกระทำคือ การ รู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบัน เพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้อง เหมาะสม และสำรวจ ตรวจสอบ ทบทวนเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิมกับภาพลักษณ์ปัจจุบันให้สอดคล้อง

รับกับความเป็นจริงในปัจจุบัน และคงภาพลักษณ์เดิมที่ติดอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมา

3) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล โดยนำภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานของคุณภาพ ซึ่งเปรียบเสมือนการกำหนด เป้าหมายให้กับตนเอง องค์กร

4) ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ (Product/Service Image) ในตัวสินค้าและบริการ ล้วนแล้วแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเองไม่ต่างกับบุคคลหรือ องค์กร เพียงแต่มีลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้ จับต้องได้ และเป็นรูปธรรมมากกว่า จนเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณชน

5) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นส่วนหนึ่งที่น่าเสนอควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้จดจำได้ว่าสินนี้ ยี่ห้อนี้ การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือลีลาแบบนี้เป็นของสินค้าและบริการประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม เป็นต้น

6) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งๆ ที่ดูภาพรวมหรือภาพกว้างขององค์กร และได้รวมเอาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ข้างต้นเข้ามาไว้ในภาพลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าบริการ ตรา สินค้า ความแตกต่างหลากหลาย การบริหารจัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่ง ๆ ออกมา

ประเภทของภาพลักษณ์ทั้ง 6 ประการนี้ เป็นการมองจากมุมมองของสังคม นับตั้งแต่ระดับบุคคลและองค์กรที่รวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าภาพลักษณ์ไม่ได้เกิดขึ้นแต่เพียงระดับการทำงานขององค์กรเท่านั้น แต่บุคคลหรือสินค้าและบริการก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้เช่นกัน

2.1.7.2 การประเมินภาพลักษณ์

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2541) ได้กล่าวถึง การประเมินภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดว่าเป็นที่ถกเถียงกันทั้งในวงวิชาการและในทางปฏิบัติอยู่เสมอว่าจะทำการประเมินภาพลักษณ์อย่างไรให้เกิดความแม่นยำ เที่ยงตรง และเชื่อถือได้สูงสุด รวมไปถึงการประเมินว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสายตาของกลุ่มเป้าหมายนั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กำหนดไว้แต่เดิมหรือไม่ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและวิธีการประเมินที่ชัดเจนและเหมาะสม ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ดัชนี

ชีวิต และเกณฑ์วัดระดับของการประเมินให้ชัดเจน จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมายของการประเมิน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของการประเมินในแต่ละครั้ง

1) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

Echtner & Ritchie (2003) กล่าวว่า ภาพลักษณ์สถานที่ คือ องค์รวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่งๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่ง ๆ เช่น ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร สภาพแวดล้อม ที่พัก ฯลฯ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมินต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น ๆ โดยภาพลักษณ์สถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาด และมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัย สถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจล เป็นต้น ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อน เพราะคือด้านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้นๆ

Leisen (2001) ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลอิสระ แหล่งข้อมูลจากหน่วยการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว

Baloglu & Mc Cleary (1999) ภาพลักษณ์ของสถานที่ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall or Global Image)

2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Perceptual/ Cognitive Image) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการเห็นหรือการได้ยินจากสื่อต่างๆ รวมถึงการรับรู้ที่ตนเองได้เห็นหรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความเชื่อ (Beliefs) หรือความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นต้น ซึ่งความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลตามสื่อต่าง ๆ จะเป็นปัจจัยหนึ่งในการจูงใจหรือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิด

ความอยากรู้อยากเห็นและเกิดความสนใจที่จะมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มาก่อน

3) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยิน ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติหรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่ต่าง ๆ นั้น

4) ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/ Global Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของสถานที่นั้น (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้น ๆ กล่าวคือ ภาพลักษณ์ตามคุณลักษณะต่าง ๆ ของสถานที่ เช่น ทิวทัศน์ภูมิประเทศอากาศ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น และความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อคุณลักษณะต่าง ๆ นั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของจังหวัดหรือภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่ง ๆ

2.1.7.3 ความสำคัญของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ดียวพร จารุมณีรัตน์ (2548) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนในท้องถิ่นมีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะพึงพอใจต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง เพราะฉะนั้นหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงไม่ตรงกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง และนักท่องเที่ยวก็จะให้ข้อมูลดังกล่าวแก่ผู้อื่น เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบกับสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

2.1.7.4 ปัจจัยที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2551) กล่าวถึง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านประสบการณ์หมายถึง การศึกษาถึงความเป็นมาตรฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม และโรงแรมที่พักเหมาะสม

2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง การศึกษาถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาล ศิลปะ การช่าง สิ่งปลูกสร้าง และ ธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ

3) ด้านราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง การศึกษาถึงราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน อากาศและสภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล และสามารถเดินเที่ยวชมธรรมชาติได้

4) ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่ไม่แออัด วุ่นวาย เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายให้กับชีวิต และสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี

5) ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถค้นพบ และทำสิ่งตื่นเต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ เช่น การเดินป่า แคมป์ปิ้ง ไต่เขา เป็นต้น

6) ด้านการเรียนรู้ หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถเรียนรู้และค้นพบ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ ๆ หรือเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางมาท่องเที่ยวทางด้านสังคม หมายถึง การศึกษาถึงประชากรในแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน การมีน้ำใจ อภัยภัยไมตรีที่ดีและการมีปฏิสัมพันธ์ความสามัคคีกัน

7) ด้านชื่อเสียง หมายถึง การศึกษาถึงการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นรับฟัง

ดังนั้น สรุปได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่แท้จริงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวควบคู่กับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ และภาคีที่เกี่ยวข้องในออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่อาศัยข้อมูลเชิงวิชาการที่ทันสมัยและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เกิดกระแสดึงดูดความสนใจท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง

2.1.8 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ

Susbauer (1969) พบว่า แรงจูงใจมีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันให้ผู้ประกอบการออกจากสภาพการณ์เป็นลูกจ้างในกิจการของผู้อื่น และเป็นแรงกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการก่อตั้งสถานธุรกิจของตนเอง ขณะที่ Rissal (1988) พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการที่สามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการดำเนินอาชีพการประกอบการนอกจากนี้ยังมีทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการได้แก่ Maslow (Maslow, 1970) ได้มีแนวคิดในการจัดลำดับขั้นของการจูงใจตามความต้องการและสัณฐานของมนุษย์โดยได้คิดว่า ความต้องการและสัณฐานของมนุษย์แปรเปลี่ยนไปตามอิทธิพลต่าง ๆ ที่เกิดจากพฤติกรรมของแต่ละบุคคลและช่วงเวลาของชีวิตในแต่ละช่วงกระบวนการความต้องการของ Maslow เป็นลักษณะของกระบวนการที่เป็น Dynamic เขาเชื่อว่าเมื่อบุคคลได้รับสนองความพึงพอใจของความต้องการในลำดับล่างแล้วบุคคลก็จะค้นหาความพึงพอใจในลำดับที่สูงขึ้นไปตามลำดับชุดความต้องการชุดความต้องการในระดับล่างจะมีอำนาจและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่าชุดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไปบุคคลจะไม่สนใจชุดของความต้องการในลำดับที่สูงกว่าจนกระทั่งบุคคลสามารถสนองชุดความต้องการลำดับที่ต่ำกว่าในบางส่วนเป็นอย่างน้อยแต่ก็มีบุคคลบางคนที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีนี้ซึ่งก็มีค่อนข้างน้อยมากและเกิดขึ้นเฉพาะบุคคลที่มีบทบาทที่พิเศษ

กระบวนการที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการ คือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เน้นกระบวนการซึ่งกิจกรรมที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการมีปัจจัยดังต่อไปนี้และความคิดริเริ่ม เป็นความคิดส่วนตัวหรือแบบกลุ่มการจัดวางองค์การการแบ่งปันทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อจัดตั้งองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์การบริหารผู้ประกอบการเป็นผู้ควบคุมดูแลกิจการและจัดการองค์การความเป็นอิสระภาพผู้ประกอบการเป็นผู้รับผลของความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การต่าง ๆ สิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แก่โอกาส ทรัพยากรคู่แข่ง เป็นต้น

2.1.9 แนวคิดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

เครือข่าย (Network) คือ การเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน ประเด็นสำคัญของนิยามข้างต้น คือ

- 1) ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ
- 2) กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

3) การเป็นสมาชิก เครือข่ายต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุยสนทนากันเฉยๆโดยไม่ได้ “รวมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เปรียบเหมือนการเอาก้อนอิฐมากองรวมกัน ย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาอิฐแต่ละก้อนมาต่อกันเป็นกำแพงโดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็นระบบ และก็ไม่ใช่เป็นแค่การรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย และไม่ใช่ว่าการรวบรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ในมือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อการมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อมากก็ยิ่งทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระทำเช่นนี้เปรียบเสมือนการขยายถุงใส่อิฐให้โตขึ้น เพื่อจะได้บรรจุอิฐได้มากขึ้น แต่กองอิฐในถุงก็ยังวางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตามความจำเป็น เมื่อภารกิจบรรลุเป้าหมายแล้ว เครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นหรือมีภารกิจใหม่อาจกลับมารวมตัวกันได้ใหม่ หรือจะเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาวก็ได้

การรวมตัวเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ต้องสกัดเอาส่วนดีหรือ จุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกัน เป็นการผนึกกำลัง (synergy) ในลักษณะที่มากกว่า $1+1 = 2$ แต่ต้องเป็น $1+1 > 2$ เรียกว่าเป็น “พลังทวีคูณ” ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่าผลรวมที่เกิดจากการปล่อยให้ต่างคนต่างทำแล้วนำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การทำให้มีการติดต่อ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่ว่าสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย

2.1.9.1 ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย

การพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใด ๆ ที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกัน เป็นวัฒนธรรมภายในกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่

มีการติดต่อสื่อสารกับภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิม อาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้าจะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลาอย่างมาก จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้

การสร้าง “เครือข่าย” สามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียนและประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ให้ความร่วมมือและทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน เสมือนการเปิดประตูสู่โลกภายนอก

2.1.9.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเครือข่าย เพื่อความยั่งยืน

- 1) สมาชิกที่เข้าร่วม ต้องเข้าใจเป้าหมายในการรวมตัวกันว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จในภาพรวม
- 2) สร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก
- 3) มีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้องแน่ใจว่าทำได้ และกระจายงานได้ทั่วถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่ายและมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ อย่าทำกิจกรรมที่ยากโดยเฉพาะครั้งแรกๆ เพราะถ้าทำไม่สำเร็จอาจทำให้เครือข่ายที่เริ่มก่อตัวเกิดการแตกสลายได้
- 4) จัดให้มีและกระตุ้นให้มีการสื่อสารระหว่างกันอย่างทั่วถึง และสม่ำเสมอ
- 5) สนับสนุนสมาชิกทุกกลุ่ม และทุกด้านที่ต้องการความช่วยเหลือ เน้นการช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยตนเองได้
- 6) สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในเครือข่าย
- 7) สนับสนุนให้สมาชิกได้พัฒนางานอย่างเต็มกำลังตามศักยภาพและความชำนาญที่มีอยู่ โดยร่วมกันตั้งเป้าหมายในการพัฒนางานให้กับสมาชิกแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้สมาชิกแต่ละกลุ่มมีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน เป็นพื้นฐานในการสร้างความหลากหลายและเข้มแข็งให้กับเครือข่าย
- 8) สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ระหว่างบุคลากรทุกระดับของสมาชิกในเครือข่าย ในลักษณะความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน
- 9) จัดกิจกรรมให้สมาชิกใหม่ของเครือข่าย เพื่อเชื่อมต่อกับคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดความเป็นเครือข่ายต่อไป
- 10) จัดให้มีเวทีระหว่างคนทำงานเพื่อพัฒนาหรือแก้ปัญหาในการทำงานด้านต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

11) จัดให้มีช่องทางการทำงานร่วมกัน การสื่อสารที่ง่ายต่อการเข้าถึงที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน

2.1.9.3 การรักษาเครือข่าย

ตราบใดที่ภารกิจเครือข่ายยังไม่สำเร็จย่อมมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาเครือข่ายไว้ ปรคับปรคองให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และบางกรณีหลังจากเครือข่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ก็จำเป็นต้องรักษาความสำเร็จของเครือข่ายไว้ หลักการรักษาความสำเร็จของเครือข่าย มีดังนี้

1) การจัดกิจกรรมร่วมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

เครือข่ายจะก้าวไปสู่ช่วงชีวิตที่ถดถอยหากไม่มีกิจกรรมใดๆที่สมาชิกของเครือข่ายสามารถกระทำร่วมกัน ทั้งนี้เนื่องจาก เมื่อไม่มีกิจกรรมก็ไม่มีกลไกที่จะดึงดูดสมาชิกเข้าหากัน สมาชิกของเครือข่ายก็จะมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กัน เมื่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกลดลงก็ส่งผลให้เครือข่ายเริ่มอ่อนแอ สมาชิกจะเริ่มสงสัยในการคงอยู่ของเครือข่าย บางคนอาจพาลคิดไปว่าเครือข่ายล้มเลิกไปแล้ว

ความยั่งยืนของเครือข่ายจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้มีการจัดกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งกิจกรรมดังกล่าวกลายเป็นแบบแผน (pattern) ของการกระทำที่สมาชิกของเครือข่ายยอมรับโดยทั่วกัน ด้วยเหตุนี้ การที่จะรักษาเครือข่ายไว้ได้ต้องมีการกำหนดโครงสร้างและตารางกิจกรรมไว้ให้ชัดเจน ทั้งในแง่ของเวลา ความถี่ และต้องเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดสมาชิกให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมเดียวที่ใช้สำหรับสมาชิกทุกคน ในสำรวจดูความต้องการเฉพาะของสมาชิกในระดับย่อยลงไปในแต่ละคนและแต่ละกลุ่ม กล่าวคือควรจะมีกิจกรรมย่อยที่หลากหลายเพียงพอที่จะตอบสนองความสนใจของสมาชิกกลุ่มย่อยในเครือข่ายด้วย โดยที่กิจกรรมเหล่านี้ก็ยังคงอยู่ในทิศทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายของเครือข่าย กิจกรรมเหล่านี้อาจจัดในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การวางแผนงานร่วมกัน การพบปะเพื่อประเมินผลร่วมกันประจำทุกเดือน ฯลฯ หรือจัดในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น จัดกีฬาสนทนาระหว่างสมาชิก จัดงานประเพณีท้องถิ่นร่วมกัน เป็นต้น ในกรณีที่เครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างขวางมาก กิจกรรมไม่ควรรวมศูนย์อยู่เฉพาะส่วนกลาง ควรกระจายจุดพบปะสังสรรค์หมุนเวียนกันไปเพื่อให้สมาชิกเข้าร่วมได้โดยสะดวก

2) การรักษาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกเครือข่าย

สัมพันธภาพที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในการรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนต่อไป ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเสมือนน้ำมันที่คอยหล่อลื่นการทำงานร่วมกันให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เมื่อใดที่สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกบาดหมางไม่เข้าใจกัน หรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกันโดยหาข้อตกลงไม่ได้ สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกก็จะเริ่มแตกร้าว ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขอย่างทันท่วงที ก็จะนำไปสู่ความ

เสื่อมถอยและความสิ้นสุดลงของเครือข่ายได้ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกโดยเฉพาะ และควรจัดอย่างสม่ำเสมอไม่ใช่จัดในช่วงที่มีปัญหาเกิดขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้ สมาชิกของเครือข่ายพึงตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสัมพันธภาพเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกันที่อาจเกิดขึ้น สมาชิกควรแสดงความเป็นมิตรต่อกัน เมื่อเกิดความขัดแย้งต้องรีบแก้ไขและดำเนินการไกล่เกลี่ยให้เกิดความเข้าใจกันใหม่ นอกจากนี้ควรมีมาตรการป้องกันปัญหาก่อนที่จะเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน เช่น ในการจัดโครงสร้างองค์กรควรแบ่งอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน และไม่ซ้ำซ้อน การกำหนดเป้าหมายการทำงานที่สมาชิกยอมรับร่วมกัน การจัดสรรทรัพยากรอย่างเพียงพอ การกำหนดผู้นำที่เหมาะสม การกำหนดกติกาอันเป็นที่ยอมรับร่วมกัน เป็นต้น

3) การกำหนดกลไกสร้างระบบจิตใจ

สมาชิกจะยังเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายตราบเท่าที่ยังมีสิ่งจูงใจเพียงพอที่จะดึงดูดให้เข้าไปมีส่วนร่วม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดกลไกบางประการที่จะช่วยจูงใจให้สมาชิกเกิดความสนใจอยากเข้ามีส่วนร่วม ซึ่งตามทฤษฎีแรงจูงใจแล้ว ปัจเจกต่างก็มีสิ่งจูงใจที่ต่างกัน ดังนั้นควรทำการวิเคราะห์เพื่อแบ่งชี้ถึงแรงจูงใจที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละบุคคล แล้วทำการจัดกลุ่มของสิ่งจูงใจที่ใกล้เคียงกันออกเป็นกลุ่ม ๆ อาทิ ค่าตอบแทน เกียรติยศชื่อเสียง การยอมรับ ฯลฯ อันจะนำไปสู่มาตรการในการสร้างแรงจูงใจสำหรับบุคคลในแต่ละกลุ่มอย่างเฉพาะเจาะจง ถ้าจำเป็นจะต้องให้ค่าตอบแทนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจ ควรเป็นการแลกเปลี่ยนกับผลงานมากกว่าการให้ผลตอบแทนในลักษณะเหมาจ่าย กล่าวคือผู้ที่รับค่าตอบแทนต้องสร้างผลงานเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน โดยผลงานที่ได้ต้องสนับสนุนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาเครือข่าย และควรมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน เพื่อสร้างทักษะผูกพันระหว่างผู้รับทุนและผู้ให้ทุน การให้ค่าตอบแทนไม่ควรให้ทั้งหมดในงวดเดียว ทั้งนี้เพื่อให้มีการปรับลดค่าตอบแทนได้หากผู้รับทุนไม่ดำเนินการตามสัญญา

ในกรณีที่ต้องการให้เกียรติยศและชื่อเสียงเป็นสิ่งจูงใจโดยเฉพาะในงานพัฒนาสังคมที่มักจะไม่มียาตอบแทนการดำเนินงาน จำเป็นต้องหาสิ่งจูงใจอื่นมาชดเชยสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ตามทฤษฎีของ Maslow ความต้องการการยกย่องจากผู้อื่น (Esteem Needs) ที่อยู่ในรูปของอำนาจ เกียรติยศชื่อเสียง หรือสถานะทางสังคม เป็นสิ่งที่นำมาใช้จูงใจได้ อาจทำเป็นรูป “สัญลักษณ์” บางอย่าง ที่สื่อถึงการได้รับเกียรติยศ การยกย่องและมีคุณค่าทางสังคม เช่น การประกาศเกียรติยศ เข็มเชิดชูเกียรติ โล่เกียรติยศ เป็นต้น โดยสัญลักษณ์เหล่านี้ต้องมีคุณค่าเพียงพอให้เขาปรารถนาอยากที่จะได้ และควรมีเกียรติยศหลายระดับที่จูงใจสมาชิกเครือข่ายให้ร่วมมือลงแรงเพื่อไต่เต้าไปสู่ระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่อง และควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่รายชื่อคนกลุ่มนี้อย่างกว้างขวาง

4) การจัดหาทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอ

หลายเครือข่ายต้องหยุดดำเนินการไป เนื่องจากขาดแคลนทรัพยากรสนับสนุน การดำเนินงานที่เพียงพอ ทั้งด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร ที่สำคัญคือเงินทุนในการดำเนินงานซึ่งเปรียบเสมือนเลือดที่ไหลเวียนหล่อเลี้ยงเครือข่ายให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ เมื่อขาดเงินทุนเพียงพอที่จะจุนเจือ เครือข่ายอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด หากได้รับการสนับสนุนจะต้องมีระบบ ตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุม และมีการรายงานผลเป็นระยะ หากการดำเนินงานไม่คืบหน้าอาจให้ระงับทุนได้

5) การให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ไขปัญห

เครือข่ายอาจเกิดปัญหาระหว่างการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายที่ เพิ่งเริ่มดำเนินการใหม่ๆ การมีที่ปรึกษาที่ดีคอยให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือจะช่วยให้เครือข่าย สามารถดำเนินการต่อไปได้ และช่วยหนุนเสริมให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ควรมีที่ปรึกษาเพื่อทำ หน้าที่ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ เป็นแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้า และช่วยอบรมภาวะการเป็นผู้นำให้กับ สมาชิกเครือข่าย

6) การสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

องค์กรหรือเครือข่ายที่เคยประสบความสำเร็จกลับต้องประสบกับความล้มเหลว อย่างรุนแรงเมื่อเวลาผ่านไป เพราะไม่ได้ “สร้างคน” ขึ้นมารับไม้ผลัดต่อจากคนรุ่นก่อนเพื่อสานต่อ ภาระกิจของเครือข่าย จำเป็นต้องสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เครือข่ายต้องคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติ เหมาะสม ทั้งด้านความรู้ความสามารถ การมีประสบการณ์ร่วมกับเครือข่ายและที่สำคัญ คือเป็นที่ยอมรับ นับถือและสามารถเป็นศูนย์รวมใจของคนในเครือข่ายได้ ดำเนินการให้คนเหล่านี้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่ม ประสบการณ์ในการทำหน้าที่เป็นสมาชิกแกนหลัก เพื่อสืบสานหน้าที่ต่อไปเมื่อสมาชิกแกนหลักต้องหมด วาระไป

2.1.9.4 การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรเครือข่ายบริการการพัฒนาท้องถิ่น

แนวคิดการบริการภาครัฐด้วยเครือข่ายการทำงาน หรือ Government by Network นั้น ได้ถูกยอมรับในวงกว้างโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ว่าเป็นแนวโน้มการบริหารจัดการ รูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้น และเป็นที่แพร่หลายต่อไปในอนาคต ภายหลังจากที่พบว่ารูปแบบเดิมของการ บริหารจัดการตามลำดับชั้น หรือ Hierarchical Government ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของ ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น

จะเห็นว่าบริการเชิงสังคมหลายอย่างเริ่มมีการจ้างบริษัทเอกชนภายนอกเข้ามา ให้บริการเพื่อความรวดเร็วและทันสมัยในการให้บริการ นอกจากนี้ ความคาดหวังในการรับบริการแบบ

เปิดเสรี ณ จุดเดียวของประชาชน ผลักดันให้หน่วยงานรัฐต้องเปลี่ยนทัศนคติการทำงาน เพื่อบูรณาการระบบการให้บริการที่เชื่อมต่อกันได้ (Integrated Services) ข้อได้เปรียบของการทำงานในลักษณะเครือข่าย คือ

1) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Flexibility) ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณ ลดปริมาณ หรือเปลี่ยนทรัพยากรต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงาน ได้ภายในระยะเวลาอันสั้นเนื่องจากการอาศัยหน่วยงานอื่นภายนอกเป็นผู้ให้บริการในแต่ละส่วน ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างรวดเร็ว

2) การมีส่วนร่วมของหน่วยงานเครือข่ายที่มีความหลากหลายในแนวคิดเอื้อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น (Innovation)

3) การแบ่งงานกันทำ สนับสนุนให้เกิดการทำงานอย่างเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialization) และ

4) ความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นในระดับท้องถิ่น (Speed) อย่างไรก็ตาม ประเด็นท้าทายที่สำคัญซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการสร้างให้เกิดการทำงานแบบเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ประกอบด้วย ความไม่สอดคล้องของเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานในเครือข่าย ความด้อยประสิทธิภาพของระบบการสื่อสารข้อมูลภายในเครือข่าย ปัญหาการไม่ให้ความร่วมมือของบางหน่วยงานในเครือข่าย การขาดข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ร่วมกัน

รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ซึ่งพบเห็นโดยทั่วไป สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยของการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ดังแสดงในภาพที่ 2.1

เครือข่ายแบบจ้างเหมาด้วยสัญญาให้บริการ (Service Contract)

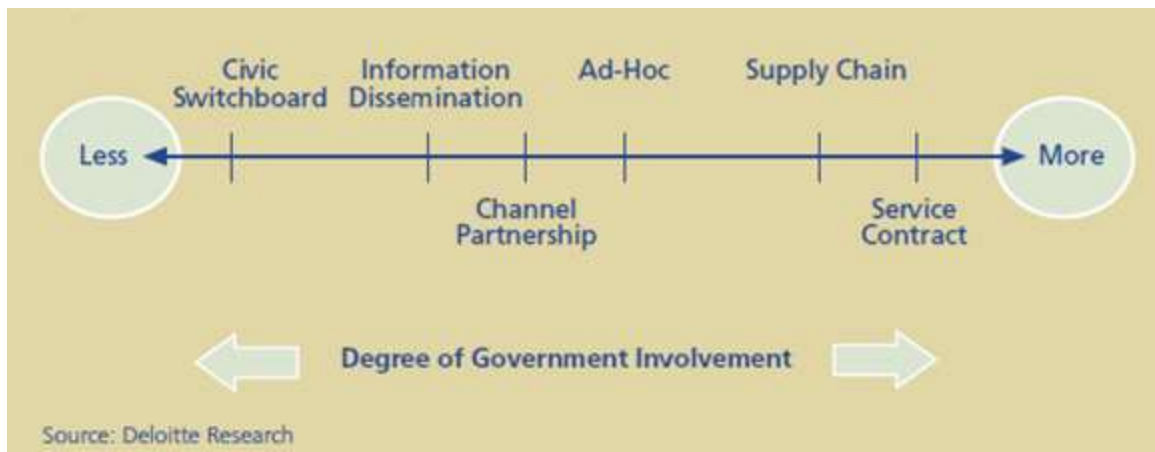
1) เครือข่ายของบริการในห่วงโซ่อุปทานซึ่งส่วนใหญ่พบเห็นในบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Supply Chain)

2) เครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc)

3) เครือข่ายแบบพันธมิตรธุรกิจ (Channel Partnership)

4) เครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination)

5) เครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard)



ภาพที่ 2.1 รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน

ที่มา : Deloitte Research (n.d.)

สำหรับประเทศไทย ความพยายามในการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นทำให้เกิดหน่วยงานใหม่ๆ ในท้องถิ่นจำนวนมากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจ พ.ศ. 2542 ซึ่งได้ให้ความมีอิสระในการปกครองตนเองของหน่วยงานและประชาชนในท้องถิ่นมากขึ้น โดยมีเจตนารมณ์ ให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา ตรวจสอบและกำกับดูแลการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้รับบริการสาธารณะที่ตรงกับความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น การบริหารจัดการภาครัฐรูปแบบเดิมซึ่งอาศัยเพียงอำนาจสั่งการจากหน่วยงานกลาง (Top-down approach) แสดงให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป โดยหน่วยงานระดับท้องถิ่นเริ่มมีอำนาจและได้รับงบประมาณสำหรับกำหนดนโยบายการพัฒนาในพื้นที่ของตนเอง ส่งผลให้แนวคิดการจัดการในลักษณะเครือข่าย เริ่มถูกเล็งเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น สำหรับประเทศไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2.1.10 แนวคิดเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการทุกประเภทจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหรือทรัพยากรทางการบริหารจัดการที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า 4M's ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการบริหาร เพราะการบริหารจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพมีปริมาณเพียงพอ ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุนการดำเนินการเพียงพอ ต้องมีวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแผนงานและโครงการ และต้องมีระบบการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 : 18) ซึ่ง ธงชัย สันติวงษ์ (2543 : 7-8) และ สมคิด บางโม (2545 : 61-62) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยในการจัดการที่เป็นมูลเหตุที่สำคัญและผู้บริหารทุกคนต้องสนใจในงานด้านการบริหารจัดการ คือ

2.1.10.1 คน (Man) ทรัพยากรบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่จะก่อผลสำเร็จให้กับกิจการได้อย่างมาก ทั้งนี้ ในแง่ของปริมาณและคุณภาพ

2.1.10.2 วัตถุดิบ (Materials) การบริหารวัสดุในการดำเนินงานว่าจะทำอย่างไรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด หรือเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

2.1.10.3 เงินทุน (Money) นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์การดำเนินไปโดยไม่ติดขัด และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ได้ซึ่งทรัพยากรการจัดการอื่น ๆ ช่วยให้อุทิศกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการจัดธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เงินทุนที่นำมาใช้ในรูปแบบของการซื้อเครื่องจักร สร้างอาคาร และซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น

2.1.10.4 การจัดการ (Management) คือ กระบวนการจัดการบริหารควบคุมเพื่อให้งานทั้งหมดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่ การบริหารจัดการธุรกิจ เป็นการดำเนินการธุรกิจขนาดย่อมตามขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผนการทำธุรกิจ การจัดองค์การ การบริหารพนักงาน การอำนวยความสะดวกและควบคุม โดยนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ธุรกิจบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ มี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การวางแผน เป็นการประเมินสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างมีหลักเกณฑ์ และดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การวางแผนที่ดีหลังจากดำเนินการเสร็จแล้วจะต้องมีการวัดผลและประเมินผล เพื่อหาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มาแก้ไขต่อไป

2) การจัดองค์การ หมายถึง การประกอบธุรกิจขนาดย่อมหน่วยงานภายในองค์การหรือบริษัทมีน้อยการดำเนินงานไม่ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ลงทุนน้อย โดยมีเจ้าของผู้ประกอบการเป็นผู้จัดการโดยตรง ซึ่งต่างจากบริษัทหรือโรงงานขนาดใหญ่ ในบางครั้งพนักงานในโรงงานหรือบริษัทขนาดย่อมจะทำงานหลาย ๆ หน้าที่พร้อม ๆ กัน

3) การบริหารพนักงาน ธุรกิจขนาดย่อมมีพนักงานภายในน้อย สายงานภายในก็มีไม่มาก หรือบางครั้งเป็นธุรกิจภายในครอบครัว เพราะฉะนั้นการบริหารบางครั้งก็ไม่ตรงตามหลักวิชาการมากนัก การเข้าออกของพนักงานภายในบริษัทหรือสถานประกอบการก็มีสูง ทำให้ต้องมีการรับพนักงานบ่อยครั้ง

4) การอำนวยการ ส่วนมากแล้วเจ้าของผู้ประกอบการหรือ ผู้จัดการจะประสานกับพนักงานเอง สั่งการเอง ไม่ได้แยกออกเป็นแผนกหรือสายงาน ถ้าผู้บริหารขาดความเป็นผู้นำ และไม่มีความรู้ทางการบริหารและการจัดการจะทำให้เกิดปัญหาในการบริหาร

5) การควบคุมงาน จากการที่ธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจภายในครอบครัว การควบคุมงาน การดำเนินการไปอย่างหยาบ ๆ การควบคุมส่วนมากจะเป็นการควบคุมโดยใช้สายตาและเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่ได้ในแต่ละวัน โดยเปรียบเทียบกับพนักงานคนอื่นที่ได้รับมอบงานเหมือน ๆ กัน ไม่ต้องใช้เทคนิคและวิธีการในการตรวจสอบมากนัก

ส่วน Du Brin and Ireland (1993 : 245) กล่าวว่า ทรัพยากรองค์การ ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบของและทรัพยากรสารสนเทศ และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545 : 6-7) ได้สรุปว่า การจัดการเป็นเรื่องของการผสมผสานหรือบูรณาการทรัพยากรการจัดการ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) วิธีการ (Method) ตลาด (Market) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และเวลา (Time)

ดังนั้น สรุปได้ว่าเพื่อในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เมืองประกอบที่สมบูรณ์แบบและเหมาะสมกับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ จึงควรที่จะมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังเพื่อที่จะส่งเสริมความเข้มแข็ง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎา โชติช่วง (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การคมนาคม การบริการการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว ที่สามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก และทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การคมนาคม การบริการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในทิศทางเดียวกัน โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์จากสูงไปต่ำ คือ

การบริการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการคมนาคม ตามลำดับ

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และองค์ประกอบที่สำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา โดยวิเคราะห์ตามแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแนวทางของ Shaw and Williams (2004) ดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำกลุ่ม และใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมระหว่างการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่ให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ สปาโคลนร้อนและทรายร้อน การชมบึงตแดง การเก็บหอยตลับ การพายเรือคายัค ทั้งนี้ กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดพังงา มุ่งเน้นการส่งเสริมและขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครมีศักยภาพทางการจัดการใน 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และศักยภาพทางการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครคือ ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านการมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ด้านรายได้ มุ่งที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนที่มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่

กฤษณ์ โคตรสมบัติ (2553) ได้ทำการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง มีศักยภาพในระดับมากถึง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพการเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ความสำคัญ และการให้การศึกษา ด้านความร่วมมือของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ด้านคุณค่าความสำคัญ และการให้การศึกษา ด้านความร่วมมือของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว และด้านองค์กรในการจัดการและการบริหารการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน พบว่า แนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่จะช่วยส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นแต่ทั้งนี้สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากนัก เพราะส่วนใหญ่ยังเป็นการบริหารจัดการของกลุ่มนายทุนและกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนั้น ผลการศึกษาดังกล่าวสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนนั้นควรมีการดำเนินการ (1) จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการ โดยบูรณาการความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นในการวางแผนดำเนินการ (2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นในรูปแบบธรรมชาติและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมป่าไม้ น้ำตก หาดทรายตามแก่งต่างๆ รอบพื้นที่ (3) ควรมีการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภค (4) ควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย (5) ควรพัฒนาระบบการรักษาความสะอาด และ (6) การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง

ธัญญา พรหมบุรมย์ และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงลึก พบว่า องค์ประกอบการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 10 ด้าน ได้แก่ (1) ที่พัก (2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (3) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว (4) การเดินทาง (5) ความคุ้มค่าเงิน (6) บุคลากรแนะนำท่องเที่ยว (7) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (8) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และ (9) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (10) แหล่งท่องเที่ยว จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มที่ทำกิจกรรมผสมผสานท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมและสุขภาพ (2) กลุ่มที่ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม โดยเฉพาะชาวต่างชาติมักจะมาเรียนในเรื่องการทำอาหารไทย มวยไทย (3) กลุ่มที่ทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ และ (4) กลุ่มที่ทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรียงตามความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านบุคลากรแนะนำการท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ที่ดี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือด้านความคุ้มค่าของเงิน ด้านศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการเดินทางหรือการขนส่งในพื้นที่ ด้านสภาพแวดล้อม และบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยว

ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประเมินความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านการเดินทาง และบริการขนส่งในพื้นที่ ได้แก่ ความสะดวกสบายและเชื่อถือได้ ความปลอดภัยคุณภาพการให้บริการ ราคาที่จ่ายบริการโดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจน้อยสุด เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่น ดังนั้น ทางกลุ่มจังหวัดควรจะต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ในด้านดังกล่าวเพื่อยกระดับ ความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่เขาเที่ยวมาในกลุ่มจังหวัด ต่อไป

ภูษนิศา เตชเถกิง (2555 : 98-99) ได้ทำรายงานผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่นและการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ก็พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามด้านต่าง ๆ ได้แก่

1) ด้านการให้ผู้บริการโดยคนในชุมชน (People) เรียงจากลำดับมากไปหาน้อย คือ (1) มีมนุษยสัมพันธ์ อ่อนโยน (2) ให้บริการอย่างเต็มที่ (3) ให้คำแนะนำที่ดี และ (4) แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ย่อมสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาเที่ยว

2) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับด้าน People ทั้งนี้ ด้าน Physical Evidence เรียงจากลำดับมากไปหาน้อย คือ (1) บรรยากาศและทิวทัศน์ที่สวยงาม (2) ความสะอาดและมีการรักษาสีเงาของสถานที่ท่องเที่ยว และ (3) ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงป้ายอธิบายข้อมูลในแหล่งเที่ยวนั้น ๆ

3) ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product) เรียงจากลำดับมากไปหาน้อย คือ (1) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี และอาหารพื้นเมือง (2) มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่หลากหลาย (3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (4) มีความหลากหลายของสินค้าหรือหัตถกรรมพื้นบ้าน (5) มีการให้ข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และมีโปรแกรมท่องเที่ยวหลากหลายให้เลือก (6) บริการยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดีและปลอดภัย (7) มีการดูแลรักษาความปลอดภัย (8) มีบริการที่พักแรม และ (9) มีสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ตู้เอทีเอ็ม ธนาคาร โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น

4) ด้านราคา (Price) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ (1) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว และ (2) มีการลดราคาสำหรับช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

5) ด้านการกระบวนกร เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ (1) ความสะดวกในการติดต่อเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว และ (2) ให้บริการที่ตรงเวลา มีความครบถ้วนตามระบุในโปรแกรมทัวร์

6) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ (1) มีข้อมูลท่องเที่ยวที่ศูนย์ข้อมูลของชุมชน และ (2) มีข้อมูลท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของชุมชน

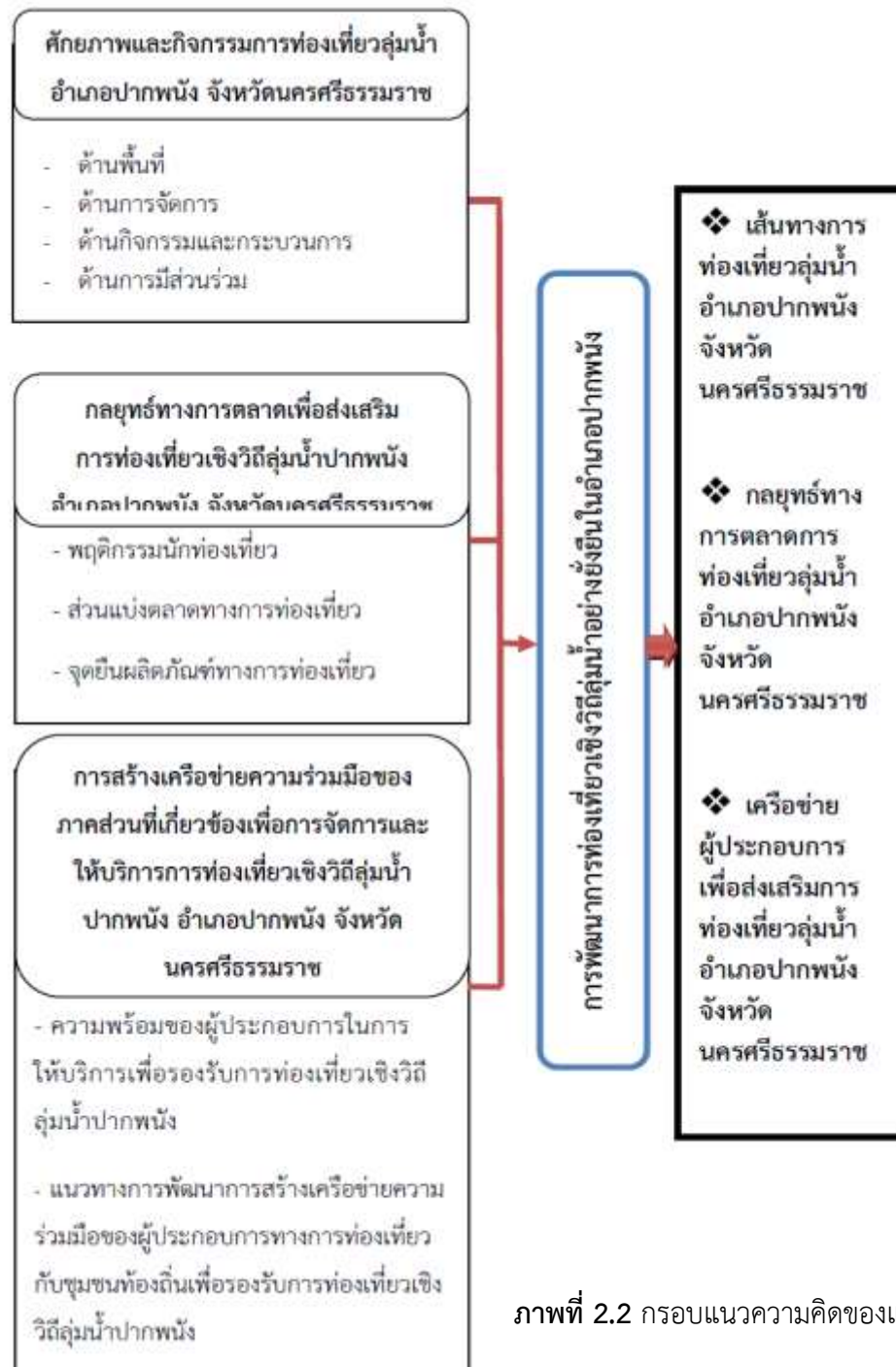
7) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ (1) มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น และ (2) มีการจัดทำ เว็บไซต์ของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

เกดมณี ตั้งรุ่งเรืองอยู่ (2552 : 123-124) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดมุ่งเน้นที่ลูกค้ากับผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้ความสำคัญของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในระดับต้นๆ ได้แก่ (1) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งมุ่งให้ข้อมูลข่าวสาร ให้รางวัล อวยพรวันเกิด โทรศัพท์ขอบคุณ (2) การตั้งราคา (Price) โดยคำนึงถึงต้นทุนและคุณภาพของบริการ (3) การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product) เพื่อให้มีความแตกต่างจากที่อื่นๆ รวมถึงออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบ (4) พนักงานผู้ให้บริการที่ให้ความเป็นกันเองต่อลูกค้า และ (5) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่เน้นสร้างความพึงพอใจเป็นสำคัญพร้อมกับใส่ใจข้อติติงและนำไปปรับปรุง

นพชัย ฟองอิสสระ (2559 : บทคัดย่อ) การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ตำบลแม่ยาวอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์สังเกตและสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและชุมชน จำนวน 13 คน ผ่านการสังเกตแบบมีส่วนร่วมลงพื้นที่ภาคสนามและวิจัยเอกสารผลการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์บ้านสองแควพัฒนา ถูกสร้าง ผ่านความเชื่อและพิธีกรรมของชาติพันธุ์อาข่าแบบดั้งเดิมและถูกขับเคลื่อนโดยเทศบาล ตำบลแม่ยาว ตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลแม่ยาว นอกจากนี้ อดีตผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นอาสาสมัครได้ผลักดันโครงการดังกล่าวร่วมกับภาครัฐให้เกิดขึ้นส่งผลให้การสร้าง เครือข่ายทางสังคมการท่องเที่ยววัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสอง แควพัฒนาเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2556 และเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้าน ในปี พ.ศ. 2557 ภายใต้วิถีนการท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน กิจกรรมการแสดงอย่างไรก็ตามในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 ความร่วมมือต่อกิจกรรม ในชุมชนของชาวบ้านได้มีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวครั้งใหญ่ โดยเปลี่ยนความเชื่อดั้งเดิมสู่การรับความเชื่อศาสนาคริสต์ เนื่องจากข้อจำกัดของกฎระเบียบสังคมอาข่าไม่สอดคล้อง ต่อ การดำเนินชีวิต ประจำวันและเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในช่วงการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาโดยการใช้ศาสนาเป็นหนทางปรับตัวสู่กระแสนิยมแม้ว่าจะมีการละทิ้งกฎอาข่าแต่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นใหม่นั้นถูกแทนที่ด้วยความสัมพันธ์แบบทางการด้วยมติจากวาระการประชุมเพื่อให้กิจกรรมในสังคมดำเนินต่อไป

ประภาส อธิพนปสรณ์ (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าการจัดองค์กรชาวบ้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านผู้นำ ด้านเป้าหมาย ด้านกิจกรรมร่วมกับการประสานงานและการสื่อสาร และการติดตามประเมินผล พบว่าในภาพรวม 6 ด้าน ระดับค่าเฉลี่ยของสมาชิกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย คือด้านกิจกรรมร่วมกัน ด้านการประสานงานและการสื่อสาร ด้านโครงสร้างด้านเป้าหมายร่วมกันด้านผู้นำ และด้านการติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมของชาวบ้านโคกโก่งใน 4 ด้าน พบว่า 30 ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมีส่วนร่วมมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ร่วมรับประโยชน์ ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และร่วมวางแผน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ความพึงพอใจด้านวัฒนธรรม และวิถีชุมชนมากที่สุด ด้านกิจกรรมที่เตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว และด้านความพอใจโดยรวม ส่วน 3 ด้านที่เหลืออยู่ในระดับพอใจปานกลาง คือ การต้อนรับ การบริการ ด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่ สำหรับปัญหาอุปสรรค ด้านความปลอดภัยที่รู้สึกจากนักท่องเที่ยวเรื่องแสงสว่าง การจัดเวรยามในการดูแลความเรียบร้อย สำหรับแนวทางพัฒนาในด้านจัดองค์กรชาวบ้านในเรื่องการพัฒนาความเข้าใจให้เห็นความสำคัญ การติดตามประเมินผล ขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมควรพัฒนาและให้ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการวางแผน และจากนักท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาเพิ่มความพึงพอใจด้านสถานที่พักและหมู่บ้าน ด้านการต้อนรับและการบริการและด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม ชนบทกับภาคการเกษตรในชนบทการท่องเที่ยวสามารถเสริมรายได้ภาคเกษตร นาผลผลิตการเกษตรที่มีอยู่หรือสินค้าท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เด่นในชุมชนมาเชื่อมกับการท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับเกษตรที่มีในท้องถิ่น หรือเชื่อมโยงผลผลิตการเกษตรจากท้องถิ่นไปสู่เมืองโดยอาศัยการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาภาคเกษตรของชาวชนบทในการท่องเที่ยว

2.3 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวความคิดของแผนการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน (3) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (4) เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัยมีกระบวนการดำเนินการวิจัยของแผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการวิจัย

3.1.1 ด้านพื้นที่ พื้นที่ศึกษาของโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ ดำเนินการในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และพื้นที่เชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว

3.1.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

1) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น คือ เทศบาลเมืองปากพนัง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นครศรีธรรมราช

3) ตัวแทนภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พัก และผู้ประกอบการขายของที่ระลึก และในระดับจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ นายยกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช

4) ตัวแทนจากภาคชุมชนท้องถิ่น เช่น กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนั้ง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง ชมรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นปากพนัง หน่วยงานหรือชุมชนผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในพื้นที่อำเภอปากพนัง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น และในระดับจังหวัด คือ สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช

5) ตัวแทนนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เคยและไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

แผนงานวิจัยได้บูรณาการเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจาก 3 โครงการย่อย ดังนี้

3.2.1 โครงการย่อยที่ 1 ใช้แบบสำรวจ แบบสังเกตการณ์ แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลพื้นที่และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม) และใช้เครื่องมือบันทึกเสียงสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชน และผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแบบเจาะลึกและแบบไม่เป็นทางการ

3.2.2 โครงการย่อยที่ 2 ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นเพิ่มเติม) แบบสอบถามที่นักท่องเที่ยวตอบเอง (Self-administered Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และแบบเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) ซึ่งไม่กำหนดคำถามที่แน่นอนตายตัว แต่กำหนดเป็นคำถามประเด็นหลักโดยผู้ถามสามารถปรับเปลี่ยนคำถามให้เหมาะสมกับสถานการณ์และผู้ตอบแต่ละคนได้ โดยคณะผู้วิจัยจะใช้สมุดจดบันทึกภาคสนาม (Field Note) เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูปในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.3 โครงการย่อยที่ 3 ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการจัดการการตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมในการบริหารจัดการของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง ข้อมูลความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง) และสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นคำถามที่ใช้เป็นแนวทางสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาการศักยภาพการ

ท่องเที่ยว และทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แผนงานวิจัยได้บูรณาการการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 3 โครงการย่อย ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลภาคเอกสาร การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การค้นคว้าจากเอกสารเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดต่อไปนี้

1) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บทความวิชาการ รายงานการวิจัยทั้งในแบบรูปเล่ม และ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ตามเว็บไซต์ ฐานข้อมูลทางด้านธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำวิจัย (โครงการย่อยที่ 1)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งรายงานโดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นครศรีธรรมราช และกรมการท่องเที่ยว รวมถึงบทความวิชาการและรายงานการวิจัยทั้งในแบบรูปเล่มและในแบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ตามเว็บไซต์ และฐานข้อมูลทางด้านธุรกิจเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำวิจัย (โครงการย่อยที่ 2)

3) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช (โครงการย่อยที่ 3)

3.3.2 ข้อมูลภาคสนามหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

1) การสำรวจทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (โครงการย่อยที่ 1)

2) การเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างตามที่ระบุข้างต้น ในประเด็นความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง และข้อมูลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการตลาด (ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการ หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท่องเที่ยว) เพื่อร่วมกันกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (โครงการย่อยที่ 2)

3) การเก็บแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการศักยภาพการท่องเที่ยว และทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (โครงการย่อยที่ 3)

3.4 การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล

แผนงานวิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูลจาก 3 โครงการย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

โครงการย่อย	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
โครงการย่อยที่ 1	การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและ และการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากการสำรวจตรวจสอบทรัพยากรด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ รวมทั้งการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกชุมชน สังเกตการณ์การสัมภาษณ์รายเดี่ยวรายกลุ่ม และการประชุมระดมความคิดเห็น แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาคำตอบ (Content Analysis)	การศึกษาวิเคราะห์ ประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยตัวแทนจากทุกภาครัฐในพื้นที่ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เอกชน ตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูล ด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (จำนวน) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง
	การสังเคราะห์ข้อมูล : - จัดหมวดหมู่ คุณค่า ความสำคัญ และประโยชน์ทางการท่องเที่ยว - จัดอันดับความพร้อมทางการท่องเที่ยว เพื่อนำมาออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่เพื่อการท่องเที่ยวจากการประเมินศักยภาพ	

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โครงการย่อย	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
โครงการย่อยที่ 2	การวิเคราะห์ส่วนตลาด การกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพั่นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล และการประชุมกลุ่มย่อย แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาคำตอบ (Content Analysis)	การศึกษาข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (จำนวน) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตาราง
	การสังเคราะห์ข้อมูล : กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพั่น ที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ	
โครงการย่อยที่ 3	ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการศักยภาพการท่องเที่ยว และการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพั่น ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)	การศึกษาและสำรวจความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) สถิติเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่า T-Test และ F-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของธุรกิจ โดยตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนบันทึกข้อมูลในแฟ้มข้อมูล ตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของข้อมูลจะถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจก

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โครงการย่อย	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
		แจกแบบปกติก่อนจะวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นต่อไป
	การสังเคราะห์ข้อมูล : วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	

3.5 การแปลผลข้อมูล

แผนงานวิจัยได้นำเสนอการแปลผลข้อมูลและการให้ความหมายจาก 3 โครงการย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.2 การแปลผลข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณของแต่ละโครงการย่อย

โครงการย่อย	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
โครงการย่อยที่ 1	ความเป็นมา วิถีชีวิต อาชีพ วันสำคัญ ประเพณี วัฒนธรรม ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอธิบายเป็นความเรียงและจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อหาความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันด้วย	ค่าคะแนนความคิดเห็นของการประเมินศักยภาพมาแล้วเปรียบเทียบกับระดับความคิดด้วยแบบมาตราส่วน
โครงการย่อยที่ 2	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ส่วนตลาด การกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการประชุมระดมความคิดเห็นอธิบายเป็นความเรียงและจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อหาความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันด้วย	ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยว นำเสนอผลออกมาเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ ในส่วนข้อคำถามที่ให้แสดงความต้องการ ความคิดเห็น และความสำคัญจะนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ระดับความคิดเห็น และระดับความสำคัญโดยค่าเฉลี่ย คือค่าคะแนนความคิดเห็นที่นำมาเฉลี่ยแล้ว

ตารางที่ 3.2 การแปลผลข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณของแต่ละโครงการย่อย

โครงการย่อย	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
		เปรียบเทียบกับระดับความคิดด้วยแบบ มาตราส่วนการประเมินค่า Likert Scale ใช้เกณฑ์ในการแปลผลความหมาย ค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการ ระดับ ความคิดเห็น และระดับความสำคัญ แบ่ง ออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) มาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61- 3.40) น้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60) และ น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80)
โครงการย่อยที่ 3	ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการ พัฒนาการศึกษากาการท่องเที่ยว และ ทางการพัฒนาความพร้อมของ ผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการ ท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง อธิบายจาก การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เชิงลึกนำเสนอเป็นความเรียงและ จัดเป็นหมวดหมู่เพื่อหาความสัมพันธ์ที่ เชื่อมโยงกัน	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ในการรองรับการบริการแก่นักท่องเที่ยว ที่มาเยือนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ในความพร้อม ตามประเภทของธุรกิจ ใช้ เกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ย ของความพร้อมของผู้ประกอบการ 5 ระดับ ได้แก่ ความพร้อมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) ความพร้อมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ความพร้อมปาน กลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40) ความพร้อม น้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60) และความ พร้อมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

แผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช
เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาออกมาเป็น 4 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้อง
กับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2 เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอ
ปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

4.3 เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยว
วิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.4 เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ
ปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

**4.1 ผลการศึกษาและการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่
สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช**

ดำเนินการโดยโครงการย่อยที่ 1 ซึ่งทำการศึกษาข้อมูลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) การศึกษาทรัพยากร
การท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวแล้วจึงสังเคราะห์เป็นวิธีการท่องเที่ยวของลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง
จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (2) ศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ
ปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช รายละเอียดมีดังนี้

**4.1.1 ผลการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง
ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช** แสดงผลออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา และ
ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา ประวัติความเป็นมาของอำเภอปากพนัง เริ่มตั้งแต่
พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดปกครองท้องที่ให้มี
มณฑลเทศาภิบาลใน ร.ศ. 114 อำเภอปากพนังมีชื่อว่า อำเภอเบ็ญต๊ะ หมายถึง สถานที่ที่คลื่นซัดเอาทรายเข้า
ทะเลเข้าสู่หาด ซึ่งสมัยโบราณใช้ทรายเป็นเงินตราแลกเปลี่ยนสินค้า และในวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2445 ได้มี
พระบรมราชโองการให้เปลี่ยนชื่ออำเภอเบ็ญต๊ะ เป็นอำเภอปากพนัง (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2552 :
31-32 และ นิเวศ วรคุณากร, 2561 : สัมภาษณ์)

ปากพนังเป็นเมืองท่ามาตั้งแต่ครั้งอดีต และถือเป็นศูนย์กลางทางการค้าและเศรษฐกิจที่สำคัญ เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเล และมีอ่าวภายในบริเวณปากแม่น้ำปากพนัง เหมาะแก่การเดินเรือและการกระจายสินค้าต่อไปยังหัวเมืองสำคัญอื่น ๆ ทำให้สภาพเศรษฐกิจในสมัยก่อนเฟื่องฟูมาก เนื่องจากมีสำเภาจากเมืองจีนและเรือขนส่งสินค้าขนาดใหญ่มาเทียบท่าและกระจายสินค้า และนอกจากนี้ยังปรากฏในพระราชหัตถเลขาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในคราวเสด็จเยือนปากพนัง เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2448 ความตอนหนึ่งว่า "อำเภopakพนังนี้ ได้ทราบอยู่แล้วว่าเป็นที่สำคัญอย่างไร แต่เมื่อไปถึงฟังรู้สึกกว่าตามที่คาดคะเนนั้น ผิดไปเป็นอันมาก ไม่นึกว่าจะใหญ่โตมั่งมีถึงเพียงนี้" และอีกตอนหนึ่งว่า "เมื่อจะคิดว่าตำบลนี้มีราคาอย่างไรเทียบกับเมืองสงขลา เงินผลประโยชน์แต่อำเภอกเดียวนี้ น้อยกว่าเมืองสงขลาอยู่ 20,000 บาทเท่านั้น บรรดาเมืองท่าในแหลมมาลายูฝั่งตะวันออกเห็นจะไม่มีแห่งใดดีเท่าปากพนัง" อำเภopakพนังแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 18 ตำบล 133 หมู่บ้าน ทั้งนี้ การเดินทางเข้าถึงอำเภopakพนัง จากตัวเมืองนครศรีธรรมราชสามารถเดินทางได้หลายรูปแบบการเดินทาง ได้แก่ เช่ารถขับเอง รถโดยสาร (แบบด่วน และแบบธรรมดา) รถตู้โดยสารปรับอากาศ แท็กซี่มอเตอร์ไซด์เช่ามาจากตัวเมือง

2) ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 7 วิธี ดังนี้

2.1) ตามรอยพ่อ ร.9 และ ร.5 ได้แก่ โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โรงสีจักรไอน้ำแห่งแรกของภาคใต้ในสมัย ร.5 แหลมตะลุมพุก และการล่องเรือฟังเรื่องเล่าบ้านของพ่อ ร.9 โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1) โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ประตูน้ำอุทกวิทยาสถาปัตย์ พิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 สิริราชสมบัติครบ 50 ปี (พ.ศ. 2539) และพระตำหนักประทับแรมปากพนัง ตั้งอยู่ที่ ม.5 ต.หูล่อง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 075-516127-8



ภาพที่ 4.1 โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ภายในพิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติฯ จัดแสดงโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการน้ำ จัดเป็น 1 ใน 70 เส้นทางตามรอยพระบาท ปี 2559 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมนิทรรศการและวิถีทัศน์ความเป็นมาของปากพนัง ศึกษาเรียนรู้ตามรอยพ่อ ร.9 และเดินชมทัศนียภาพ

2.1.2) โรงสีโบราณแม่ครู ตั้งอยู่ที่ริมถนนปากพนัง-ปากแพรก เลขที่ 69 ม.4 บ้านบางนาว ต.บางพระ อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 097-3549111, 083-6414888



ภาพที่ 4.2 โรงสีโบราณแม่ครู

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นพื้นที่แสดงเรื่องราวที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) เสด็จเปิดโรงสีแห่งนี้ เมื่อ พ.ศ. 2447 เนื่องด้วยจีนไค้วฮักห้ง ได้ขอกู้เงินพระคลังมาสร้างโรงสี เป็นโรงสีไฟ (จักรไอน้ำ) ที่สร้างขึ้นแห่งแรกของภาคใต้ ปากปล่องโรงสีไฟทำด้วยปูนซีเมนต์ โครงสร้างเดียวกับรางรถไฟ ซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ จึงเป็นแห่งเดียวที่ไม่เหมือนโรงสีอื่น ๆ

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมซากอาคารโรงสีไฟและปากปล่องโรงสีไฟที่มีสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ เดินชมทัศนียภาพริมแม่น้ำปากพนัง และศึกษาเรียนรู้วิถีประมงริมแม่น้ำปากพนัง

2.1.3) แหลมตะลุมพุกตั้งอยู่ที่ ต.แหลมตะลุมพุก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช

โทร. 081-5352882



ภาพที่ 4.3 แหลมตะลุมพุก

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นปลายแหลมรูปพระจันทร์เสี้ยวอันเกิดจากกระแสน้ำพัดและกัดเซาะ โดยซื้อลุมพุกมาจากปลาชนิดหนึ่งที่ชุกชุมมาก นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์วาทภัยพิบัติ ใต้ฝุ่นแฮเรียตล่มเมื่อ 25 ตุลาคม 2505

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ การนั่งชมปลายแหลมรูปพระจันทร์เสี้ยว หรือขับรถผ่านป่าสนแล้วขึ้นหอคมวิวิ การชมภาพอดีตของเหตุการณ์วาทภัยพิบัติใต้ฝุ่นแฮเรียตที่ร้านอาหารครัวกำนันหรือที่ทำการ อบต.แหลมตะลุมพุก และฟังเรื่องเล่าวาทภัยที่บ้านคุณยายลอง คงจุด นอกจากนี้ ยังสามารถแวะซื้ออาหารทะเลสดๆ แบบวันต่อวัน เช่น ปลากระบอก ปลาเขือ ปลาเกะพง ปลาทุเลา กุ้งแชบ๊วย กุ้งโอฮัก กุ้งไข่หลัง ปูม้า ปูดำ เป็นต้น

2.1.4) กิจกรรมการล่องเรือฟังเรื่องเล่าบ้านของพ่อ ร.9 มีให้บริการที่ทำเรือริมถนนพานิชย์สัมพันธ์ ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช ซึ่งมีผู้ประกอบการ หน่วยงานท้องถิ่น และชุมชนท่องเที่ยวให้บริการเรือ ได้แก่ บ้านชายคลอง โทร. 075-333831 ส.ภักดี (ท่าน้ำนนท์) โทร. 075-333333 บ้านระเบียงน้ำ โทร. 075-518327 เทศบาลเมืองปากพนัง โทร. 075-517266 หรือ 075-517630 และเรือวัดศรีสมบุญ โทร. 083-1738680 มัคคุเทศก์นำเที่ยว ได้แก่ นายธนาชาติ เกิดสิน (ดีเจอุ๊ด) โทร. 091-0546100 นายเลือดไทย ไหมนวล โทร. 088-7670020 นายพรเทพ เสงรักษา โทร. 083-1738680



ภาพที่ 4.4 การล่องเรือแม่น้ำปากพนัง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นการล่องเรือชมวิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง ฟังเรื่องราวประวัติศาสตร์ ร.5 เสด็จปากพนัง เมื่อ พ.ศ. 2447 โรงสีริมแม่น้ำ คอนโดรังนกริมแม่น้ำ ประตุน้ำอุทกวิทยาประสิทธิ์ วัดต่าง ๆ (วัดศรีสมบุญ วัดคงคาสวัสดิ์ วัดนันทาราม วัดรามประดิษฐ์ วัดนาควาริ) สะตือทะเลอ่าวใน (อ่าวปากพนัง) ชมวิถีประมงพื้นบ้านวิถีประมงชายฝั่งท่าเรือโบราณใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ล่องเรือชมวิถีสองฝั่งแม่น้ำ รับประทานอาหารบนเรือพร้อมฟังการบรรยายนำชมจากมัคคุเทศก์

2.2) วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนังล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำปากพนังเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ ย่านชุมชนตลาดเก่า ทำน้ำเก่า วัดสองฝั่งแม่น้ำ ชมเมืองเก่า เช่น ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดรังนกนางแอ่น ตลาดริมน้ำร้อยปี ตลาดย้อนยุค เป็นต้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.2.1) คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก ร้านขวัญมูย ตั้งอยู่ที่ 23 ถ.พาณิชย์สัมพันธ์ ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.5 การทำรังนกแอ่น

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์คือเป็นแหล่งผลิตรังนกทั้งแบบน้ำและแบบแห้งและศูนย์ถ่ายทอดความรู้การทำรังนก

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมกระบวนการทำรังนก
สาธิตการสร้างคอนโดรังก์ การลงทุนทำรังนก

2.2.2) ตลาด 100 ปี ตั้งอยู่ที่ ถ.ชายน้ำ ต.ปากพั่นฝั่งตะวันออก อ.ปากพั่น
จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.6 ตลาด 100 ปี

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อปลากระบอกร้า รองลงมาปลาตุกร้า พุงปลา เป็นแหล่งซื้อขายอาหารทะเลทั้งสดและแห้ง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ นักท่องเที่ยวแวะซื้อของนั่งเรือข้ามฟากชมวิวคอนโดรังก์ริมแม่น้ำปากพั่น ชมตลาด ย่านชุมชน ล่องเรือชมทัศนียภาพ เดินชมทัศนียภาพ

2.2.3) ตลาดเช้าเมืองนัง ถ.พาณิชย์สัมพันธ์ และ ถ.บางว่า ต.ปากพั่น
ฝั่งตะวันออก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.7 ตลาดเช้าเมืองนัง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ แหล่งขายอาหารการกินขึ้นชื่อ ได้แก่ ร้านขายของขนมพื้นบ้านป่าเขี้ยว (ขนมแข่ง ขนมชั้น ขนมตาบอด) ขนมป้าเนย (ขนมไข่ปลา ขนมข้าวเม่า) หมี่ผัดป้าสาว ขนมจีนป้าทัย เป็นต้น นอกตลาดย่านถนนบางวัง ก็ยังมีแหล่งขายอาหารการกินอีกด้วย เช่น ร้านกาแฟกวนเฮียงฮุย พิซซ่าขนมขึ้นชื่อแยกเซอร์โฟโต้ ร้านลิ้เอี้ยะจ้วน (ขนมกระป๋อง ขนมเปี๊ยะทอด) ร้านขายข้าวยาและหมี่ผัด ร้านขนมเปี๊ยะโกชัย เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ เดินชมตลาด และซื้อขนมพื้นบ้าน (ขนมชั้น ขนมตะโก้ ขนมกวน ข้าวต้มมัด ข้าวเหนียวปิ้ง ขนมไข่ปลา ขนม ตาบอด ข้าวเม่า) รับประทานขนมจีนป้าทัย และถ่ายรูป

2.2.4) ตลาดย้อนยุคปากพนัง ตั้งอยู่ที่ ริมคลองบางฉนาก เขตเทศบาลเมืองปากพนัง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.8 ตลาดย้อนยุคปากพนัง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นตลาดย้อนยุคที่นำเสนออาหารขนมพื้นถิ่นในสมัยอดีตและปัจจุบัน ริมคลองบางฉนากและริมถนนชายแม่น้ำปากพนัง อาหารและสินค้าที่น่าสนใจ เช่น ขนมพื้นบ้าน ได้แก่ ไอติมกะทิสด ข้าวยาห่อใบบัวแม่ต้อย หมี่แดงเมืองนังห่อใบบัว ขนมตาบอด ขนมเปียกปูน ขนมชั้น ขนมขี้มอด ขนมข้าวเหนียวเปียกมะพร้าวอ่อนกะทิสด ขนมเปียกปูนกะทิสด ขนมขี้หมาพองเซ (ขนมดู) ขนมรังนก ขนมจาก ทอดมันกุ้ง กรวยข้าวเจ้า (ข้าวกรวยบัว) มะม่วงเบาแช่อิ่ม ลูกตาลลอยแก้ว ไตปลากระบอก โจ๊กกะลา ของฝากเจ๊จุ่ม (ปลาแห้ง กุ้งแห้ง ปลาหมึกแห้ง) มะม่วงหวาน มะนาวโห่ ป่าไผ่ ขนมโคริมเขื่อน เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ เยี่ยมชมกลุ่มผลิตภัณฑ์เลือกซื้ออาหารสินค้าของฝาก ชมตลาด ย่านชุมชน พักผ่อนริมน้ำ

2.3) วิถีศาสนาและความเชื่อ เช่น พระพุทธรูปและศิวิลิ่งพันปี ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาล
แม่นางโดย พ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน โบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้อายุร้อยกว่าปีแห่งวัดรามประดิษฐ์
เป็นต้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.3.1) วัดรามประดิษฐ์ ตั้งอยู่ที่ 160 ถ.พานิชสัมพันธ์ ต.ปากพั่น อ.ปากพั่น
จ.นครศรีธรรมราช โทร. 094-6151814, 081-4150207



ภาพที่ 4.9 วัดรามประดิษฐ์

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ จุดเด่นที่
พระอุโบสถมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมผสมผสานทั้งไทยและจีน โดยมีลูกกรงทางเข้ามาจากจีน วัดสร้างมาก่อน
โบสถ์ ต่อมาวัดก็ร้างแล้วก็บูรณะ ปรับปรุง สมัยพ่อท่านใหม่ สร้าง พ.ศ. 2421 โบสถ์ครึ่งปูน ครึ่งไม้ อายุมากกว่า
120 ปี โบสถ์ใหม่สร้าง พ.ศ. 2520 แต่ฉลองพร้อมกรุงเทพฯ 200 ปี เรือนรับรองสร้างใหม่แทนศาลาการเปรียญ
แต่ยังใช้หลังคาดินเผาแบบเดิมไว้ นอกจากนี้ ยังมีแท่งศิวิลิ่งอายุ 1,200 ปี ซึ่งนำมาจากชุมชนพราหมณ์บ้าน
โมคลาน อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช อีกด้วย

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมความงามของโบสถ์ และ
ภาพจิตรกรรมฝาผนังโบราณ สักการะพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ ไหว้พระและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชมตลาด ย่านชุมชน
เดินชมทัศนียภาพ พักผ่อนริมน้ำ

2.3.2) วัดนันทาราม ตั้งอยู่ที่ 160 ถ.พานิชสัมพันธ์ ต.ปากพั่น อ.ปากพั่น

จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.10 หลวงพ่อผุด (วัดนันทาราม)

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นสถานที่ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร.9) สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์อัครราชกุมารี เสด็จมานมัสการพระผุดเมื่อ 3 กันยายน 2518 เดิมเป็นวัดใต้ฝั่งตะวันออก (วัดใต้ท่าออก) ทั้งนี้ เมื่อวันแรม 13 ค่ำ เดือน 8 พ.ศ. 2404 เกิดฝนตกฟ้าคะนอง ฝ่าต้นทองหลางใกล้วิหารลูกไหม้เกิดมีพระผุดสีทองในต้นไม้เป็นพระหินทรายแดงยุคอยุธยาเกิดสงคราม 9 ท้าว จึงฝังไว้ใต้ดินจนเกิดปฏิหารย์ดังกล่าวในสมัยรัชกาลที่ 5

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ไหว้พระ และทำบุญ

2.3.3) ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ตั้งอยู่ที่ 90/5 ซ.พิศาล ต.ปากพั่นตะวันออก

อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.11 ศาลาหลวงพ่อโอภาสี

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นสถานเดิมของหลวงพ่โสภาสีก ภายในอาคารมีภาพหลวงพ่ในอิริยาบถต่าง ๆ

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ไหว้พระขอพร

2.3.4) วัดเกาะนางโดย ตั้งอยู่ที่ 230 ม.14 ต.คลองน้อย อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 082-2793501, 086-7806899



ภาพที่ 4.12 วัดเกาะนางโดย

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นเนินเขาเตี้ยๆ ที่มีน้ำหอมล้อม มีเรื่องราวแม่นางโดยที่เป็นพระเมสแห่งพระเจ้าจันทรภาณุ (พงษาสุระ) หรือพระเจ้าศรีธรรมโศกราชแห่งราชวงศ์ปทมนวงศ์ อาณาจักรตามพรลิงค์ (พุทธศตวรรษที่ 18) ทรงพาผู้คนหนีไข้ห่า (ท้องร่วง) มาพักอาศัยอยู่ที่นี่จนสิ้นพระชนม์) อีกตำนานก็เล่าว่านางยมโดยเป็นลูกสาวตามองล่าและยายลำพังแห่งเมืองประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งถูกทำโทษเพราะไปรับขันหมากผู้ชายซ้อนกันถึงสองคน และลอยแพมาถึงเกาะแห่งนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ นั่งพักผ่อนหย่อนใจริมบ่อน้ำธรรมชาติ ไหว้แม่นางโดย (แม่นางยมโดย) ทำบุญ เสาเหรีญแม่นางโดย รูปหล่อแม่นางโดยพร้อมเรือสำเภามโบล่เก่า (อุบลล่เก่า – ล่เกา) เดินชมทัศนียภาพ พักผ่อนริมน้ำ

2.3.5) วัดนาควารี (หูล่อง) ตั้งอยู่ที่ ถ.ศรีสมบุญ ต.ปากพั่นฝ่งตะวันตก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช โทร. 087-6211020



ภาพที่ 4.13 วัดนาควารี (หูล่อง)

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นวัดที่มีอายุกว่า 200 ปี ท่ามกลางชุมชนริมแม่น้ำสมัยอดีตที่มีการทำโพงพางและช่อง (ถูง) ซึ่งตัววัดอยู่ข้างๆ โพงพางที่ทำเป็นช่อง จึงเรียกว่า หูล่อง (หูล คือ ข้างๆ) อยู่ติดกับคลองลัด (คลองสุขุม) ตั้งชื่อตามสนามสกุลของพระยายมราช (ปั้น สุขุม) ผู้เป็นสมุหเทศาภิบาลมณฑลนครศรีธรรมราชที่สั่งให้ขุดคลองลัดนี้) มีพระนอนศิลปะอยุธยาตอนปลาย ธรรมาสันประดับลวดลายพระนารายณ์บรรทมสินธุ์คล้ายกับหน้าบันของปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นโบสถ์ที่มีหน้าบัน 2 ชั้น วัดของเกจิอาจารย์ชื่อดังแห่งลุ่มน้ำปากพั่น พ่อท่านแปลกผู้ปลุกเสกปลัดขิกสุดยอดของภาคใต้ ให้คุณด้านเมตตาและป้องกันภูติ (งูไม่กล้าเข้าปากมากัด) เก่งด้านการถอนพิษู อีกทั้งยังเก่งด้านการทำเรือเพรียว (เรือล่องฟ้า 1 และ 2 เป็นเรือเพรียวโบราณ) ท่านมรภาพเมื่อประมาณ พ.ศ. 2523

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ไหว้พ่อท่านแปลก และไหว้พระนอน (วิหารพระนอนที่ใหญ่รองจากวัดธาตุน้อย) ชมวิหารเก่าซึ่งมีพระพุทธรูปไสยาสน์ และธรรมาสันประดับลวดลายพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ ชื้อขนมพื้นถิ่นย่านตลาดหน้าวัด เดินชมทัศนียภาพ

2.3.6) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ตั้งอยู่ที่ ถ.พานิชสัมพันธ์ ต.ปากพั่นฝั่งตะวันตก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.14 ศาลเจ้าฮกเกี้ยน

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นศาลเจ้าที่สร้างเพื่อให้เป็นที่พักพิงใจของชาวจีนฮกเกี้ยนซึ่งอพยพมาจากประเทศจีนเมื่อร้อยกว่าปีที่แล้ว

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ไหว้พระแม่กวนอิม ปูนเกล้า กัง กว๊างอ่อง มาโจ้วโป้ และเจ้าที่ศาลเจ้า เสี่ยงใบเซียมซี เดินชมทัศนียภาพ

2.4) วิถีประมง เช่น นั่งเรือหางยาวชมชุมชนในบาง (คลอง) ชุมชนรอบอ่าวปากพั่น เพื่อชมทัศนียภาพ การดำรงชีวิตของชาวประมงในพื้นที่ การยกยอ การดักปลา/ ปู การถักเส้นเก็บหอย และการเลี้ยงปลากระพง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.4.1) การล่องเรือหางยาวชมชุมชนบ้านเกาะไชยและชุมชนบ้านโค้งโค้ง



ภาพที่ 4.15 ทิวทัศน์ชุมชนบ้านเกาะไชยและชุมชนบ้านโค้งโค้ง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ชุมชนประมง
พื้นบ้าน (ปลาดอกไม้ ปลาดุกทะเล ปูดำ ปลากระบอก) ชุมชนทำผลิตภัณฑ์จากต้นจาก (น้ำตาลจาก ตับจากมุง
หลังคา) ถนนคอนกรีตที่มีต้นจากเป็นอุโมงค์

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ถ่ายรูปในอุโมงค์ต้นจาก
ล่องเรือเที่ยวในบาง (ลำคลอง) ล่องเรือลอดูโสมค์จาก ชมวิถีสองฝั่งคลองหรือแม่น้ำปากพนัง และเดินข้ามสะพาน
ไม้ที่วางเป็นท่อนให้ก้าวเดิน เดินชมทัศนียภาพ ศึกษาเรียนรู้วิถีเกษตร/ ประมง

2.4.2) ชายทะเลสะพานตัวที่ ตั้งอยู่ที่ ม.3 (บ้านชายทะเล) ต.ปากพนัง
ฝั่งตะวันออก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 089-5870419 (ร้านเม็ดทรายซีฟู้ดส์)



ภาพที่ 4.16 ชายทะเลสะพานตัวที่

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นแหล่งชมวิถี
ประมง โดยมีสัตว์ทะเลที่จับมาทำเป็นอาหาร เช่น ปลากระบอก กุ้งแชบ๊วย ปูม้า ปูดำ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นจุดชม
พระอาทิตย์ขึ้นจากทะเล (หวันขึ้นเล) ที่ดูสวยงามมากแห่งหนึ่ง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมทัศนียภาพ ชมวิถีประมง
ริมฝั่ง ล่องเรือไปตกปลากลางทะเล รับประทานอาหารริมหาด ถ่ายรูป ตกปลา

2.5) วิถีเกษตร วิถีข้าว วิถีจาก วิถีเกษตรกร สวนส้มโอทับทิมสยามวิถีพอเพียง โดยมี
รายละเอียดต่อไปนี้

2.5.1) วิถีจากปากพนัง ตั้งอยู่ที่ ไร่จันทรงชี ม.2 ม.4 ต.ขนานนก อ.ปากพนัง
จ.นครศรีธรรมราช



ภาพ 4.17 วิถีจากปากพนัง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ไร่จันทรงชี พื้นที่
แสดงองค์ความรู้การทำผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยจาก (น้ำตาลจาก ขนมะจาก ตับจากสำหรับbungหลังคาหรือทำฝานัง
กระท่อมหรือขนาน น้ำสมจาก ฯลฯ)

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ เดินชมไร่จาก ชมการสาธิต
ทำน้ำตาลจาก (การต้มน้ำตาลจาก การโหมจาก) เดินชมทัศนียภาพ ถ่ายรูป หรือทดลองทำน้ำตาลจาก

2.5.2) สวนส้มโอทับทิมสยาม ตั้งอยู่ที่ 65 ม. 15 ต.คลองน้อย (บ้านบางดุก)
อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 081-4348972, 089-4728425



ภาพที่ 4.18 สวนส้มโอทับทิมสยาม

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นแหล่งปลูกส้มโอทับทิมสยามที่ได้พันธุ์มาจาก ต.ประจัน อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี โดยพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) มีเนื้อสีเหมือนทับทิมรสชาติหวานและกรอบผิวภายนอกจะมีขนบาง ๆ รอบผล ส้มโอทับทิมสยามมีสีคล้ายกับอัญมณีทับทิมสยาม ราคา 250-300 บาท/ ลูก เมื่อนำไปขายจะมีราคาสูง 800-1,500 บาท/ ลูก (ตลาด อดต. กรุงเทพฯ ขาย 800 บาท/ ลูก ห้างสรรพสินค้า ขาย 1,000-1,500 บาท/ ลูก)

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ เป็นศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรอำเภอปากพนัง (มีฐานการเรียนรู้) การใช้ระบบอัจฉริยะด้านการจัดการน้ำภายในสวน ชมสวนส้มโอทับทิมสยาม 48 ไร่ (และฝั่งตรงข้ามอีก 12 ไร่) เลือกซื้อส้มโอทับทิมสยาม การสาธิตการเลี้ยงไก่ การผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์

2.5.3) ศูนย์เรียนรู้ข้าวพันธุ์พื้นเมือง ตั้งอยู่ที่ 40/1 ม.1 ต.ขนานนาก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 089-9096728



ภาพที่ 4.19 ข้าวพันธุ์พื้นเมือง

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนเกี่ยวกับการทำนาข้าว มีพันธุ์ข้าวพื้นเมืองเฉพาะถิ่น คือ ข้าวกาบดำ ซึ่งมีเมล็ดข้าวมาก 400-500 เมตร/รวง แต่จะไม่สมบูรณ์ทุกเม็ด มักจะหว่านช่วงเข้าพรรษา (กรกฎาคม) และเก็บเกี่ยวหลังวันออกพรรษา (ข้าวตอกออกเต็ม คือ เข้าพรรษา และออกพรรษา) โดยจะออกรวงมากที่สุดในช่วงมกราคม เพราะเป็นช่วงวันที่มีเวลามืดมากกว่ากลางวัน) ข้าวพื้นเมืองอื่นๆ เช่น ข้าวช่อหลุมพี ข้าวเล็บนก ข้าวเหลือง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวช่อนางงาม และข้าวยาโค (ข้าวร้อยวัน) เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมการสาธิตการสีข้าว การให้ความรู้พันธุ์ข้าวต่าง ๆ

2.6) วิถีอาหาร ขนมลาบ้านหอยรอก หมีเมืองนัง อาหารทะเล ปลากระบอก ของฝาก น้ำตาลจาก เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมลา ส้มโอบัณฑิมสยาม น้ำส้มจาก มันกุ้ง กะปิ ปลากระบอกตากแห้ง ปลากระบอกผ่า ปลากระบอกร้า เป็นต้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.6.1) ศูนย์เรียนรู้การทำอาชีพขนมลาบ้านศรีสมบุญ (หอยรอก) ตั้งอยู่ที่ ซ.ถนนศรีสมบุญ 8 (วชิโต) ตรงข้ามวัดศรีสมบุญ ต.หูล่อง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 0895915128



ภาพที่ 4.20 ศูนย์เรียนรู้การทำอาชีพขนมลาบ้านศรีสมบุญ (หอยรอก)

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นแหล่งผลิตขนมลา เนื่องในงานบุญสารทเดือนสิบที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ มีการสาธิตทำขนมลาให้ชมพร้อมลงมือทำได้

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ชมกระบวนการทำขนมลา ชิมขนมลา ร่วมลงมือทำขนมลา เยี่ยมชมกลุ่มผลิตภัณฑ์ เลือกซื้ออาหารสินค้าของฝาก

2.6.2) ขนมจีน และหมีเมืองนัง (ป้าแข) ตั้งอยู่ที่ ถ.ชาชน้ำ ต.ปากพนังฝั่ง ตะวันออก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โทร. 089-6518417



ภาพที่ 4.21 ขนมจีนและหมีเมืองนัง (ป้าแข)

ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นแหล่งทำเส้นขนมจีน และหมีผัดเมืองนัง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ รับประทานอาหารพื้นถิ่น ได้แก่ ขนมจีน และหมีผัด

2.7) วิถีประเพณีเมืองนัง ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว เทศกาลผัดหมี และของดีเมืองปากพั่น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.7.1) ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว จัดงานในบริเวณศาลาประชาสันต์ ริมคลองบางฉลาก ถ.ชายน้ำ ต.ปากพั่นฝั่งตะวันออก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช ในช่วงวันออกพรรษา เดือน 11 ตามปฏิทินจันทรคติ (ประมาณเดือนตุลาคม) ระยะเวลา 5 วัน จัดโดยเทศบาลเมืองปากพั่น โทร. 075-517266 หรือ 075-517630



ภาพที่ 4.22 ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว

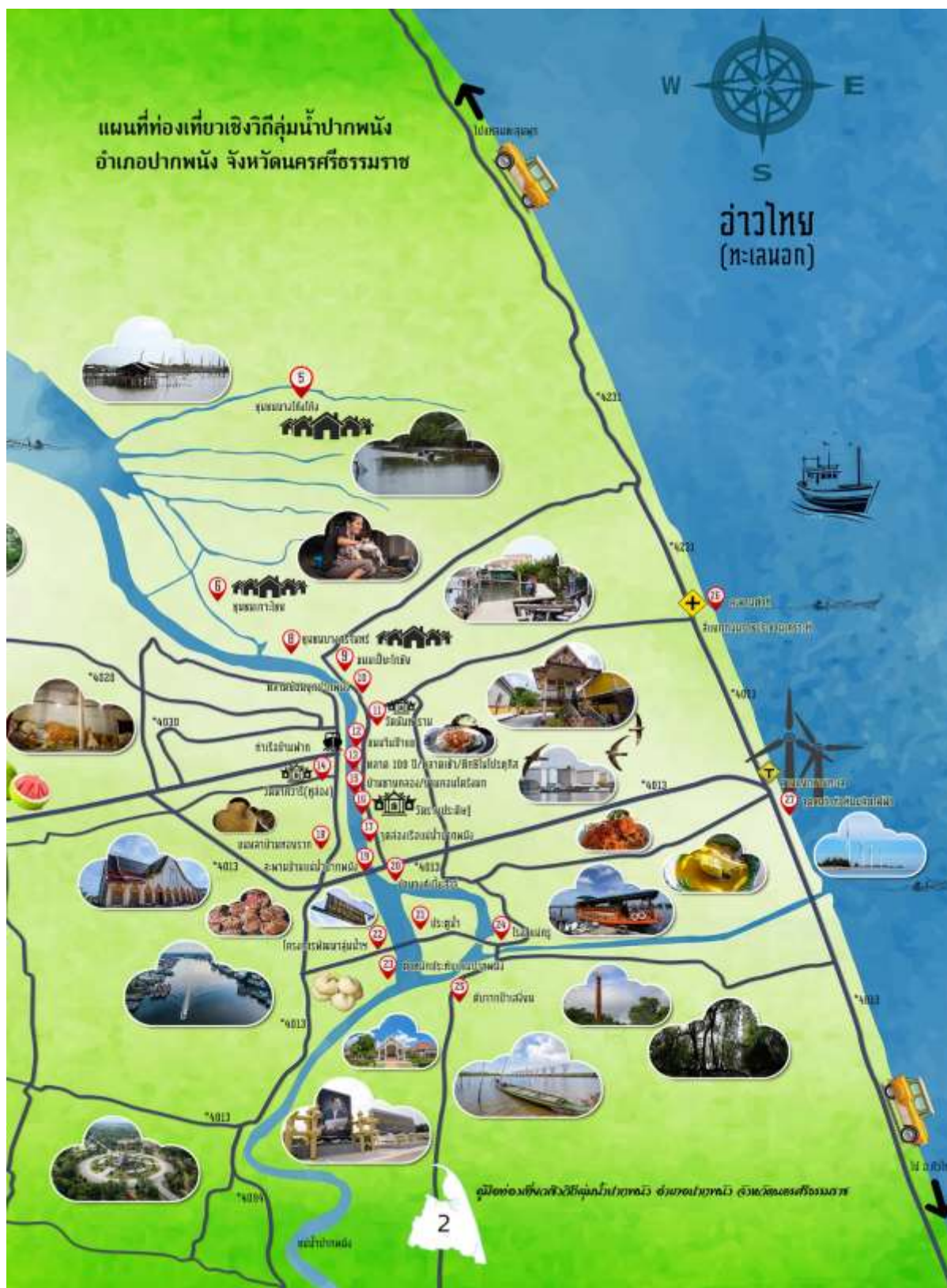
ลักษณะเด่นของพื้นที่หรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ เป็นงานประเพณีประจำปีของผู้คนลุ่มน้ำปากพั่น ใน อ.ปากพั่น อ.เชียรใหญ่ และ อ.หัวไทร เป็นการนำเรือขุดสมัยก่อนที่ใช้ในการสัญจรทางน้ำเป็นหลักมาสร้างความสนุกสนานรื่นเริง แบ่งฝีพายเป็น 3 แบบ คือ 7 ฝีพาย 12 ฝีพาย และ 16 ฝีพาย บางครั้งอาจมีถึง 20 ฝีพาย โดยการแข่งขันเรือเพรียวของกลุ่มน้ำปากพั่นมีขึ้นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2526 แข่งขัน 3 ประเภท ได้แก่ รุ่นเล็ก 11-12 ฝีพาย รุ่นกลาง 14-15 ฝีพาย และรุ่นใหญ่ 18-20 ฝีพาย

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ การประกวด/ชุมนุมเรือพระและเรือขุดสวยงาม การประกวดขวัญใจชาวเรือ การสาธิตทำขนมต้ม/ลูกเห็ด การแข่งขันชดหลุดหรือขว้างโคลนใส่กันตามวิถีชาวบ้านในสมัยโบราณ ซึ่งสร้างความสนุกสนานแก่ผู้ร่วมงานเป็นอย่างมาก ภาคกลางคืนมีการแสดงหนังตะลุง มโนราห์ รำวงเวียนครก การแข่งขันชกมวยไทย การแข่งขันชกมวยทะเล และตลาดย้อนยุค

ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปออกมา 7 วิธี ดังตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.23

ตารางที่ 4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่	ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว	ที่ตั้ง	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1.	โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ	ต.หูล่อง	กรมชลประทาน
2.	งานลากพระแข่งเรือเพรียว	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	เทศบาลเมืองปากพนัง
3.	บ้านขนมลา	ต.หูล่อง	อบต.หูล่อง
4.	วัดรามประดิษฐ์	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ
5.	วิถีจากปากพนัง	ต.ขนานนก ต.บ้านเพิง	พื้นที่ส่วนบุคคล
6.	คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	พื้นที่ส่วนบุคคล
7.	ตลาด 100 ปี	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	เทศบาลเมืองปากพนัง
8.	ล่องเรือปากพนัง	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	เทศบาลเมืองปากพนัง/ ภาคเอกชน
9.	วัดนันทาราม	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ
10.	กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย บ้านโกงโค้ง	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	พื้นที่ส่วนบุคคล
11.	ศาลาหลวงพ่อโสภาสี	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	พื้นที่ส่วนบุคคล
12.	สวนส้มโอทับทิมสยาม	ต.คลองน้อย	พื้นที่ส่วนบุคคล
13.	ตลาดเช้าเมืองนัง	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	เทศบาลเมืองปากพนัง
14.	ตลาดย้อนยุคปากพนัง	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	เทศบาลเมืองปากพนัง
15.	วัดเกาะนางโดย	ต.คลองน้อย	สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ
16.	วัดนาควารี	ต.ปากพนังฝั่งตะวันตก	สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ
17.	ชายทะเลสะพานตัวตี	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	อบต.แหลมตะลุมพุก
18.	ศาลเจ้าฮกเกี้ยน	ต.ปากพนังฝั่งตะวันตก	มูลนิธิศาลเจ้าฮกเกี้ยน
19.	ข้าวพันธุ์พื้นเมือง	ต.ขนานนก	พื้นที่ส่วนบุคคล
20.	แหลมตะลุมพุก	ต.แหลมตะลุมพุก	อบต.แหลมตะลุมพุก
21.	โรงสีโบราณแม่ครู	ต.บางพระ	พื้นที่ส่วนบุคคล
22.	ขนมจีนหมีเมืองนัง	ต.ปากพนังฝั่งตะวันออก	พื้นที่ส่วนบุคคล



ภาพที่ 4.23 การกระจายตัวของทรัพยากรการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง

4.1.2 ผลการประเมินระดับศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถี ลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยมีกลุ่มตัวอย่างตอบแบบประเมินจำนวน 20 คน ประกอบด้วย

4.1.2.1 ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเทศบาลเมืองปากพนัง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง จำนวน 3 คน

4.1.2.2 ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นครศรีธรรมราช จำนวน 3 คน

4.1.2.3 ตัวแทนภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง และในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ตัวแทนสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำนวน 3 คน

4.1.2.4 ตัวแทนจากภาคชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นปากพนัง ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนเจ้าของและผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในพื้นที่อำเภอปากพนัง จำนวน 3 คน

4.1.2.5 ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จากสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 5 คน

4.1.2.6 ตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จำนวน 3 คน

โดยมีผลการประเมินระดับศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถี
ลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าคะแนนระดับศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

ที่	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ย	ระดับ
		ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรม	ด้านการมีส่วนร่วม		
1	โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ	4.25	4.05	4.40	4.10	4.20	มาก
2	งานลากพระแข่งเรือเพรียว	4.00	3.50	3.80	3.37	3.67	มาก
3	บ้านขนมลา	3.93	3.67	3.64	3.42	3.66	มาก
4	วัดรามประดิษฐ์	4.14	3.62	3.32	3.03	3.53	มาก
5	วิถีจากปากพนัง	3.68	3.35	3.47	3.45	3.49	มาก
6	คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก	4.22	3.93	2.88	2.87	3.48	มาก
7	ตลาด 100 ปี	4.25	3.29	2.88	3.15	3.39	ปานกลาง
8	ล่องเรือปากพนัง	3.80	3.30	3.25	3.11	3.36	ปานกลาง
9	วัดนันทาราม	3.84	3.43	3.08	3.08	3.36	ปานกลาง
10	กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย	3.69	3.12	3.31	3.24	3.34	ปานกลาง
11	ศาลาหลวงพ่อโสภาสี	3.53	3.46	3.07	3.17	3.31	ปานกลาง
12	สวนส้มโอทับทิมสยาม	3.84	3.43	3.34	3.08	3.28	ปานกลาง
13	ตลาดเช้าเมืองนัง	3.95	2.83	2.87	3.40	3.27	ปานกลาง
14	ตลาดย้อนยุคปากพนัง	3.38	3.27	2.88	3.46	3.25	ปานกลาง
15	วัดเก่านางโดย	3.60	3.20	3.14	2.74	3.17	ปานกลาง
16	วัดนาควารี	3.76	2.66	3.08	2.68	3.05	ปานกลาง
17	ชายทะเลสะพานด้วที่	3.22	3.16	2.88	2.93	3.05	ปานกลาง
18	ศาลเจ้าฮกเกี้ยน	3.28	3.28	2.88	2.71	3.04	ปานกลาง
19	ข้าวพันธุ์พื้นเมือง	3.11	2.97	2.88	3.06	3.01	ปานกลาง
20	แหลมตะลุมพุก	3.75	2.68	2.87	2.70	2.99	ปานกลาง
21	โรตีสีโบราณแม่ครู	3.63	2.63	2.87	2.26	2.85	ปานกลาง
22	ขนมจีน หมีเมืองนัง	2.66	2.83	2.87	2.60	2.74	ปานกลาง
เฉลี่ยรายด้าน		3.71	3.26	3.17	3.07	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ พบว่าโดยภาพรวมมีค่าคะแนนศักยภาพ เฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ งานลาก

พระแข่งเรือเพรียว บ้านขนมลา วัดรามประดิษฐ์ และวิถีจากปากพนัง ตามลำดับ และกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ ชายทะเลสะพานควัฒิ ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ข้าวพันธุ์พื้นเมือง แหลมตะลุมพุกโรงสีโบราณแม่ครูขนมจีนหมีเมืองนัง ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ได้รับการประเมินศักยภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพื้นที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ด้านกิจกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และด้านการมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายทรัพยากรและกิจกรรม พบว่า มีศักยภาพด้านพื้นที่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 แห่ง คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริตลาด 100 ปีคอนโดนกแอนธูรกิจรงนก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25, 4.25 และ 4.22 ตามลำดับ ตามด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านพื้นที่ในระดับมาก ประกอบด้วย วัดรามประดิษฐ์ (4.14) งานลากพระแข่งเรือเพรียว (4.00) ตลาดเช้าเมืองนัง (3.95) บ้านขนมลา (3.93) บ้านขนมลา (3.84) สวนส้มโอทับทิมสยาม (3.84) ล่องเรือปากพนัง (3.8) วัดนาควาริ (3.76) แหลมตะลุมพุก (3.75) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย (3.69) วิถีจากปากพนัง (3.68) วิถีจากปากพนัง (3.63) วัดเกาะนางโดย (3.60) ศาลาหลวงพ่อโอภาสี (3.53) ตามลำดับ และมีศักยภาพด้านพื้นที่ในระดับปานกลางจำนวน 5 แห่งประกอบด้วยตลาดย้อนยุคปากพนัง (3.38) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน (3.28) ชายทะเลสะพานควัฒิ (3.22) ข้าวพันธุ์พื้นเมือง (3.11) ขนมจีน หมีเมืองนัง (2.66) ตามลำดับ

ด้านการจัดการ พบว่า มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายทรัพยากรและกิจกรรม พบว่า มีค่าระดับศักยภาพในระดับมาก จำนวน 8 แห่ง ประกอบด้วยโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ(4.05)คอนโดนกแอนธูรกิจรงนก (3.93) บ้านขนมลา (3.67) วัดรามประดิษฐ์ (3.62) งานลากพระแข่งเรือเพรียว (3.50) ศาลาหลวงพ่อโอภาสี (3.46) วัดนันทาราม (3.43) สวนส้มโอทับทิมสยาม (3.43) และแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่มีศักยภาพในระดับปานกลาง ประกอบด้วย วิถีจากปากพนัง (3.35) ล่องเรือปากพนัง (3.30) ตลาด 100 ปี (3.29) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน (3.28) ตลาดย้อนยุคปากพนัง(3.27) วัดเกาะนางโดย (3.2) ชายทะเลสะพานควัฒิ (3.16) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย (3.12) ข้าวพันธุ์พื้นเมือง (2.97) ตลาดเช้าเมืองนัง (2.83) ขนมจีน หมีเมืองนัง (2.83) แหลมตะลุมพุก (2.68) วัดนาควาริ (2.66) โรงสีโบราณแม่ครู (2.63) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม พบว่า มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายทรัพยากรและกิจกรรม พบว่า มีระดับศักยภาพมากที่สุด คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามด้วยระดับมาก จำนวน 3 แห่ง/กิจกรรม คือ งานลากพระแข่งเรือเพรียว (3.80) บ้านขนมลา (3.64) และวิถีจากปากพนัง (3.47) ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีศักยภาพในระดับปานกลาง ประกอบด้วย สวนส้มโอทับทิมสยาม (3.34) วัดรามประดิษฐ์ (3.32) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย

(3.31) ล่องเรือปากพ่อง (3.25) วัดเกาะนางโผ (3.14) วัดนันทาราม (3.08) วัดนาควารี่ (3.08) ศาลาหลวงพ่อ
โสภาสี (3.07) คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนกตลาด 100 ปี ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ตลาดย้อนยุคปากพ่อง ชายทะเลสะพาน
ตัวที่ และข้าวพันธุ์พื้นเมือง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 2.88) ส่วนตลาดเข้าเมืองนังขนมจีน หมี่เมืองนังแหลมตะลุมพุก
โรงสีโบราณแม่ครู (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 2.87) ตามลำดับ

ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายทรัพยากรและกิจกรรม พบว่า โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพ่องอันเนื่องมาจาก
พระราชดำริ มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามด้วย ตลาดย้อนยุคปากพ่อง (3.46)
ตลาดย้อนยุคปากพ่อง (3.45) บ้านขนมลา (3.42) ตามลำดับ ทรัพยากรและกิจกรรมที่มีศักยภาพอยู่ในระดับปาน
กลางประกอบด้วย ตลาดเข้าเมืองนัง (3.40) งานลากพระแข่งเรือเพรียว (3.37) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย
(3.24) ศาลาหลวงพ่อโสภาสี (3.17) ตลาด 100 ปี (3.15) ล่องเรือปากพ่อง (3.11) สวนส้มโอทับทิมสยามวัดนันทา
ราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (3.08) ข้าวพันธุ์พื้นเมือง (3.06) วัดรามประดิษฐ์ (3.03) ชายทะเลสะพานตัวที่ (2.93)
คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก (2.87) วัดเกาะนางโผ (2.74) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน (2.71) แหลมตะลุมพุก (2.70) วัดนาควา
รี่ย (2.68) ตามลำดับ และพบว่า ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับต่ำ จำนวน 2 แห่ง คือ ขนมจีน หมี่เมือง
นัง (2.60) โรงสีโบราณแม่ครู (2.26) ตามลำดับ

4.1.3 ผลการศึกษาการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ ปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสำรวจพื้นที่และการประเมินศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถี
ลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่องในโครงการย่อยที่ 1 และการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยโครงการ
ย่อยที่ 2 จึงนำผลการศึกษามาประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับตัวแทนภาคเอกชนในพื้นที่ บริษัทนำเที่ยว และนักวิชาการ
ทางด้านการท่องเที่ยว ได้ข้อสรุปเพื่อเสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ได้จำนวน 6 เส้นทาง โดยจำแนกออกเป็น
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 2 เส้นทาง เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ
ปากพ่องสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน จำนวน 3 เส้นทาง และ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่อง
สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มสังสรรค์-เลี้ยงรุ่น จำนวน 1 เส้นทาง มีรายละเอียดดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป 2 เส้นทาง ได้แก่

1.1) เส้นทางที่ 1 : ล่องเรือชมบาง-เล่าขานวาทภัยแหลมตะลุมพุก-ตามรอย ร.9-คอนโด
รังนก- เรือข้ามฟากบาทเดียว-ขนมลาดำนานงานบุญ-สวนส้มโอทับทิมสยาม

08.00 น. **วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร** ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบด
ตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ไหว้พระแอดขอพรให้ปัดภัย ชมผ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ
6 นิ้ว พระเจ้าขุ พระนารายณ์ศิลาพันปี ดักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข

- 10.00 น. **ล่องเรือชมวิถีประมง** ชาวแหลมตะลุมพุก (การถีบเลนเก็บหอย กระชังเลี้ยงปลา การจับปลากระบอกขึ้นชื่อแห่งปากพนัง การทำกะปิ) ค้นหาปริศนามหัศจรรย์ของสายน้ำไหลจากใต้ขึ้นเหนือและปลายแหลมรูปพระจันทร์เสี้ยว
- 11.30 น. ฟังเรื่องเล่าขาน**วาทภัยแหลมตะลุมพุก** พ.ศ. 2505 จากคุณยายลอง คงจูด ผู้อาศัยในบ้านที่เหลือเพียงหลังเดียวจากเหตุการณ์ครั้งนั้น
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (ร้านอาหารริมทะเลย่านแหลมตะลุมพุก)
- 13.15 น. แวะถ่ายรูปกลางอุโมงค์ป่าสนงามเหมือนฉากภาพยนตร์ลอร์ดออฟเดอะริงส์เขียวละ
- 13.40 น. กราบไหว้**ขอพรองค์เทพเจ้ากวนอู**ที่ศาลเจ้าในชุมชนริมทะเลแหลมตะลุมพุก พร้อมฟังเรื่องราวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่เอาเสื้อผืนหมอนใบขำมน้ำขำทะเลมาตั้งรกรากอยู่ที่นี่
- 14.30 น. **ย่านคอนโดรีงนก**...แวะซื้อรังนกพร้อมชมกระบวนการคัดสรรรังนกแบบสดๆ เดินชมย่านเมืองเก่าปากพนังพร้อมฟังอดีตที่ยิ่งใหญ่ในยุคข้าวเฟื่องฟูตามมาด้วยยุครังนกที่รุ่งเรือง ถ่ายภาพให้ซิกๆ ด้วยฉากตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสของบ้านรังนกหลังแรกในปากพนัง ตลาดร้อยปี...แวะซื้อขนมเปียะโกชัย ปลากระบอกร้า และเหล้ากุ่มหอยปูปลานานาชนิดที่มีทั้งสดและแห้ง เอามาจากชุมชนล้วนๆ
- 15.15 น. **วัดพระผุด** ชมพระผุดอายุนับร้อยปีที่เกิดจากอภินิหารชวนทึ่ง...พร้อมตามรอยเสด็จล้านเกล้าฯ รัชกาลที่ 9 พร้อมพระบรมวงศานุวงศ์ที่วัดแห่งนี้ และพลาดไม่ได้กับคิวลิงค์อายุ 1,200 ปี ที่รอนแรมมาจากชุมชนโมคลาน ชุมชนโบราณที่ผสมผสานระหว่างพุทธและพราหมณ์ในอดีต
- 15.45 น. นั่งเรือข้ามฟากถูกสุดในประเทศไทย...บาทเดียว เค้าบอรรยากาศคอนโดรีงแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิตผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง
- 16.00 น. **บ้านหอยราก**...ชมหมู่บ้านทำขนมลา ขนมขึ้นชื่อในงานบุญเดือนสิบที่นับเป็นงานมหากุญแจอันยิ่งใหญ่ของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทดลองทำขนมลาที่ทำหายยิ่งนัก...อย่าทำขนมลาติดกระตະนะจ๊ะ!!!
- 16.45 น. แวะชมความงามของทัศนียภาพของแม่น้ำปากพนังและ**ประตูน้ำอุทกวิทยาประสิทธิ์**กั้นระหว่างน้ำเค็มและน้ำจืด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร.9) ระหว่างทางชมปากปล่องโรงสีไฟฟ้าที่ได้รับการกล่าวขานชื่อจาก มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ว่า “**กระถางต้นไม้สูงสุดในโลก**”
- 17.30 น. ชม**สวนส้มโอทับทิมสยาม** ซึ่งสีของเนื้อส้มโองามดุจดังทับทิมสยาม มีรสชาติหวานกรอบ
- 18.30 น. ส่งคณะถึงที่พัก



ภาพที่ 4.24 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เส้นทางที่ 1

1.2) เส้นทางที่ 2 : สวนส้มโอทับทิมสยาม-เกาะนางโดย-วัดนาควาริ-วัดพระผุด-ศาลาหลวงพ่อโอภาสี-โครงการพระราชดำริฯ-โรงสีแม่ครู

- 08.00 น. วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบฏ ตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ใ้หัวพระแอตขอพรให้ปุดหาย ชมผ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ 6 นิ้ว พระเจ้าผู้พระนารายณ์ศิลาพันปี ตักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข
- 09.30 น. ชมสวนส้มโอทับทิมสยาม ซึ่งสีของเนื้อส้มโองามดั่งทับทิมสยาม มีรสชาติหวานกรอบ
- 10.30 น. วัดเกาะนางโดย ดำเนินพระเมสีแห่งพระเจ้าจันทรภาณุ (พงษาสุระ) หรือพระเจ้าศรีธรรมโศกราชแห่งราชวงศ์ปทุมวงศ์
- 11.30 น. วัดนาควาริ ชมเรื่องราวที่มานงานแข่งเรือเพียวชักพระที่สุดแห่งลุ่มน้ำปากพนัง
- 12.00 น. นั่งเรือข้ามฟากถูกสุดในประเทศไทย...บาทเดียว เคล้าบรรยากาศคอนโดนกแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิตผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง แล้วถ่ายภาพให้ชิค ๆ ด้วยฉากตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสของบ้านรั้งนหลังแรกในปากพนัง ตลาดร้อยปี...แวะซื้อขนมเปี๊ยะโกชัย ปลากระบอกร้า และเหล้ากุ่มหอยปูปลานานาชนิดที่มีทั้งสดและแห้ง เอามาจากชุมชนลำน ๆ
- 12.30 น. รับประทานอาหารพื้นถิ่น...ขนมจีนแม่แซ และหมีผัดเมืองนัง
- 13.30 น. วัดพระผุด ชมพระผุดอายุนับร้อยปีที่เกิดจากอภินิหารชวนทึ่ง...พร้อมตามรอยเสด็จล้านเกล้าฯ รัชกาลที่ 9 พร้อมพระบรมวงศานุวงศ์ที่วัดแห่งนี้ และพลาดไม่ได้กับศิวลึงค์อายุ 1,200 ปี ที่รอนแรมมาจากชุมชนโมคลาน ชุมชนโบราณที่ผสมผสานระหว่างพุทธและพราหมณ์ในอดีต
- 14.15 น. ศาลาหลวงพ่อโอภาสี เป็นสถานที่เกิดของหลวงพ่อโอภาสี ซึ่งท่านเชี่ยวชาญในการนั่งสมาธิฐานและการบาลี ภายในอาคารมีภาพหลวงพ่อในอิริยาบถต่าง ๆ
- 14.45 น. แวะชมความงามของทัศนียภาพของแม่น้ำปากพนังและประตูน้ำอุทกวิทยาประสิทธิ์กั้นระหว่างน้ำเค็มและน้ำจืด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร.9) ระหว่างทางชมปากปล่องโรงสีไฟที่ได้รับ การกล่าวขานชื่อจาก มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ว่า “กระถางต้นไม้สูงสุดในโลก”
- 15.30 น. ชมโรงสีแม่ครูซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) เสด็จเปิดโรงสีแห่งนี้ เมื่อ พ.ศ. 2447 เนื่องด้วยเงินไคว้ ฮักหงี ได้ขอกู้เงินพระคลังข้างที่มาสร้างโรงสี ทั้งนี้ โรงสีนี้เรียกว่า โรงสีไฟ (จักรไอน้ำ) ที่สร้างขึ้นแห่งแรกของภาคใต้ ปากปล่องโรงสีไฟทำด้วยปูนซีเมนต์ โครงสร้างเดียวกับรางรถไฟซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงเป็นแห่งเดียวที่ไม่เหมือนโรงสีอื่นๆ (เฉพาะวันอาทิตย์) เทียวชมตลาดย้อนยุค แสดงอัตลักษณ์การขายขนมพื้นถิ่นในสมัยอดีตและปัจจุบัน ข้าวยาหอโบบัวแม่ต๋อย หมีแดงเมืองนังหอโบบัว ขนมตาบอด ขนมเปี้ยกปูน ขนมชั้น ขนม

ซุ้มอด ขนมห้าวเหนียวเปียกมะพร้าวอ่อนกะทิสด ขนมหเปียกปูนกะทิสด ขนมห้หมาพองเซ (ขนมดู)
 ขนมรังนก ขนมหาก หอดมนักั เกรียบข้าวเจ้า (ข้าวเกรียบว่าว) มะม่วงเบาแซ่ฉีม ไตปลากระบอก
 โจ๊กกะลา มะม่วงหาว มะนาวโห่ ป้าไลขนมโคริมเชื่อน เป็นต้น

17.00 น. กลับถึงที่พัก (ย่านตัวเมือง)



ภาพที่ 4.25 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำอำเภอปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เส้นทางที่ 2

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน 3 เส้นทาง ได้แก่

2.1) เส้นทางที่ 1 วัดพระมหาธาตุฯ – ปากพนัง...หมู่บ้านขนมลา-เรือข้ามฟากบาทเดียว-ย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก- วิถีประมงคนลุ่มน้ำปากพนัง-เกษตรพอเพียงด้วยวิถีข้าวและวิถีจาก-คอนโดรงนกแอ่น-โครงการพระราชดำริฯ

- 08.00 น. **วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร** ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบลดตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ไหว้พระแอดขอพรให้ปวดหาย ชมฝ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ 6 นิ้ว พระเจ้าชู พระนารายณ์ศิลาพันปี ตักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข
- 10.00 น. ปากพนัง ชม**หมู่บ้านทำขนมลา** ชมขึ้นชื่อในงานบุญเดือนสิบที่นับเป็นงานมหามงคลอันยิ่งใหญ่ของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทดลองทำขนมลาที่ทำหายยิ่งนัก...อย่าทำขนมลาดิดกระทะเละ!!!
- 11.30 น. **นั่งเรือข้ามฟากถูกสุดในประเทศไทย**...บาทเดียว เคล้าบรรยากาศคอนโดนกแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิตผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง – ชมวิถีชุมชน**ตลาดร้อยปี** การขายอาหารทะเลสดๆ อาหารทะเลแบบแห้ง ขนมเปียะโกชัย – ถ่ายภาพให้ชิคๆ ด้วยฉากตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสของบ้านรังนกหลังแรกใน**ย่านคอนโดรงนก** – แวะซื้อรังนกพร้อมชมกระบวนการคัดสรรรังนกแบบสดๆ
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน พร้อมล่องเรือชมวิถีสายน้ำทั้งสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง
- 13.15 น. ชมความเป็นมาและเรื่องราวในอดีตของปากพนัง และความเป็นมาของ**โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ**ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร.9) ณ **พิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว** ฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี จากนั้นถ่ายรูปชมความงามของแม่น้ำปากพนังและประตูน้ำอุทกวิทยาประสิทธิ์
- 15.00 น. **วิถีข้าวพื้นเมือง** ณ ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนตำบลขนานนก ชมการทำนาข้าวซึ่งมีพันธุ์ข้าวพื้นเมืองเฉพาะถิ่น คือ ข้าวกาบดำ ซึ่งมีเม็ดข้าวมาก 400-500 เมตร/ รวง นอกจากนี้ ยังมีข้าวพื้นเมืองอื่นๆ เช่น ข้าวช่อหลุมพี ข้าวเล็บนก ข้าวเหลือง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวช่อนางงาม และข้าวยาโค (ข้าวร้อยวัน) เป็นต้น
- 16.30 น. **วิถีจาก**...ชมการแสดงองค์ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยจาก (น้ำตาลจาก ขนมจาก ตับจาก สำหรับมุงหลังคาหรือทำฝานั่งกระโจมหรือขนาน้ำส้มจาก ฯลฯ)
- 18.00 น. เดินทางกลับที่พัก (ในตัวเมืองนครศรีธรรมราช)



ภาพที่ 4.26 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำอำเภอปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 1

- 2.2) เส้นทางที่ 2 วัดพระมหาธาตุฯ - ปากพนัง...ล่องเรือในบาง-เรือข้ามฟากบาทเดียว-
วิถีประมงคนลุ่มน้ำปากพนัง เกษตรสมัยใหม่ที่สวนส้มโอทับทิมสยาม-ตลาด 100 ปี-คอนโดรีงนกแอ่น
- 08.00 น. วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบถ
ตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ไหว้พระแอดขอพรให้ปวดหาย ชมฝ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ
6 นิ้ว พระเจ้าชู พระนารายณ์ศิลาพันปี ตักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข
- 10.30 น. ล่องเรือในบาง (ลำคลอง) ชมวิถีประมงชุมชนบ้านเกาะไชย บ้านบางศรีจันทร์ บ้านโค้งโค้งขาวและ
ชุมชนแหลมตะลุมพุก (การถักเส้นเก็บหอย กระชังเลี้ยงปลา การจับปลากระบอกขึ้นชื่อแห่งปากพนัง
การทำกะปิ) ค้นหาปริศนามหัศจรรย์ของสายน้ำไหลจากใต้ชั้นเหนือและปลายแหลมรูปพระจันทร์
เสี้ยว
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (ร้านอาหารริมทะเลย่านแหลมตะลุมพุก)
- 13.30 น. **นั่งเรือข้ามฟากถูกสุดในประเทศไทย** บาทเดียว เคล้าบรรยากาศคอนโดรีงนกแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิต
ผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง – ชมวิถีชุมชน**ตลาดร้อยปี** การขายอาหารทะเลสดๆ อาหารทะเลแบบ
แห้ง ขนมเปียะโกชัย – ถ่ายภาพให้ชิคๆ ด้วยฉากตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสของบ้านรังนกหลังแรกใน
ย่านคอนโดรีงนก – แวะซื้อรังนกพร้อมชมกระบวนการคัดสรรรังนกแบบสดๆ
- 15.00 น. ชมสวนส้มโอทับทิมสยาม ซึ่งสีของเนื้อส้มโองามดุจดั่งทับทิมสยาม มีรสชาติหวานกรอบ พร้อมรับ
ฟังการบรรยายเกี่ยวกับการทำเกษตรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Smart Farm)
- 17.00 น. เดินทางกลับที่พัก (ในตัวเมืองนครศรีธรรมราช)



ภาพที่ 4.27 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอำเภอปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 2

- 2.3) เส้นทางที่ 3 วัดพระมหาธาตุฯ-ปากพนัง...ล่องเรือในบาง-เรือข้ามฟากบาทเดียว-วิถี
ประมงคนลุ่มน้ำปากพนัง ย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก-ตลาด 100 ปี-คอนโดรีงนกแอ่น
- 08.00 น. **วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร** ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบถ
ตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ไหว้พระแอตขอพรให้ปัดหาย ชมฝ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ
6 นิ้ว พระเจ้าขู้ พระนารายณ์ศิลาพันปี ตักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข
- 10.30 น. **ล่องเรือในบาง** (ลำคลอง) ชมวิถีประมงชุมชนบ้านเกาะไผ่ บ้านบางศรีจันทร์ บ้านโค้งโค้งขาวและ
ชุมชนแหลมตะลุมพุก (การถีบเลนเก็บหอย กระชังเลี้ยงปลา การจับปลากระบอกขึ้นชื่อแห่งปากพนัง
การทำกะปิ) ค้นหาปริศนามหัศจรรย์ของสายน้ำไหลจากใต้ชั้นเหนือและปลายแหลมรูปพระจันทร์
เสี้ยว
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (ร้านอาหารริมทะเลย่านแหลมตะลุมพุก)
- 13.15 น. ฟังเรื่องเล่าขานจากเหตุการณ์ **วาทภัยแหลมตะลุมพุก พ.ศ. 2505** จากคุณยายลอง คงจูด
ผู้อาศัยในบ้านที่เหลือเพียงหลังเดียวจากเหตุการณ์ครั้งนั้น และการตั้งโรงเรียนราชประชานุเคราะห์
แห่งแรกของไทยโดยพระราชกุศลของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร.9)
- 15.00 น. **นั่งเรือข้ามฟากถูกสุดในประเทศไทย...บาทเดียว** เคล้าบรรยากาศคอนโดรีงนกแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิต
ผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง – ชมวิถีชุมชน **ตลาดร้อยปี** การขายอาหารทะเลสดๆ อาหารทะเลแบบ
แห้ง ขนมเปียะโกชัย – ถ่ายภาพให้ชิคๆ ด้วยฉากตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสของบ้านริมนกหลังแรกใน
ย่านคอนโดรีงนก – แวะซื้อรังนกพร้อมชมกระบวนการคัดสรรรังนกแบบสดๆ
- 16.30 น. ร่วมถ่ายภาพความงามของแม่น้ำปากพนังและ **ประตูน้ำอุทกวิทยาสถิติ**ที่กั้นระหว่างน้ำเค็ม
และน้ำจืด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริของ
พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ร. 9)
- 18.00 น. เดินทางกลับที่พัก (ในตัวเมืองนครศรีธรรมราช)



ภาพที่ 4.28 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน เส้นทางที่ 3

3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย (สังสรรค์-เลี้ยงรุ่น)

1 เส้นทาง คือ เส้นทาง วัดพระมหาธาตุฯ-สวนส้มโอทับทิมสยาม-เรือข้ามฟากบาทเดียว-ตลาดร้อยปี-คอนโดรีนงก-หลวงพ่โอภาสี-มหัศจรรย์พระผุดและศิวิลิ่งพันปี-กังหันยักษ์ริมทะเล-ล่องเรือดินเนอร์ยามเย็น

08.00 น. **วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร** ชมความงามของพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ไร้เงาพันปี แห่ผ้าพระบดตามรอยเสด็จพระเจ้าตากสิน ไหว้พระแอดขอพรให้ปวดหาย ชมฝ้ายกร้อยปี พระ 4 หู พระ 6 นิ้ว พระเจ้าขุ พระนารายณ์ศิลาพันปี ตักบาตรพระร้อยเต็มบุญให้อิ่มสุข

09.30 น. **ชมสวนส้มโอทับทิมสยาม** ซึ่งสีของเนื้อส้มโองามดั่งทับทิมสยาม มีรสชาติหวานกรอบ

10.30 น. **นั่งเรือข้ามฟาก**ถูกสุดในประเทศไทย...บาทเดียว เคล้าบรรยากาศคอนโดรีนงกแอ่นริมน้ำ และวิถีชีวิตผู้คนสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง **ตลาดร้อยปี**...แวะซื้อขนมเปียะโกชัย ปลากระบอกร้า และเหล้ากุ่มหอยปูปลานานาชนิดที่มีทั้งสดและแห้ง เอามาจากชุมชนล้วนๆ แวะชมความคลาสสิกของตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสซึ่งเป็นคอนโดรีนงกหลังแรกๆ จากนั้น แวะไหว้ศาลเจ้าฮกเกี้ยนขอพรจากเหล่าเทพเจ้าชิมรังนกปากพนังและชมการคัดรังนกแบบสดๆ ใน**ย่านคอนโดรีนงก**

11.30 น. **ศาลาหลวงพ่โอภาสี** เป็นสถานที่เกิดของหลวงพ่โอภาสี ซึ่งท่านเชี่ยวชาญในการนั่งสมาธิธรรมฐานและการบาลี ภายในอาคารมีภาพหลวงพ่ในอิริยาบถต่างๆ

12.00 น. **วัดนันทารม** ชม**พระผุด**อายุนับร้อยปีที่เกิดจากอภินิหารชวนทึ่ง...พร้อมตามรอยเสด็จล้านเกล้าฯรัชกาลที่ 9 พร้อมพระบรมวงศานุวงศ์ที่วัดแห่งนี้ และพลาดไม่ได้กับศิวิลิ่งค้ออายุ 1,200 ปี ที่รอนแรมมาจากชุมชนโมคลาน ชุมชนโบราณที่ผสมผสานระหว่างพุทธและพราหมณ์ในอดีต

12.30 น. **รับประทานอาหารกลางวัน** (ย่านแหลมตะลุมพุก)

13.45 น. **ถ่ายรูป**รวมแก๊ง ณ **กังหันยักษ์**ผลิตไฟฟ้าพลังลมริมอ่าวไทย

15.30 น. **จิบชา**กาแฟเคล้าบรรยากาศอุโมงค์จากริมคลอง ณ **บ้านวงศ์เปี้ย**สัจจ

16.30 น. **ชมโรงสีแม่ครู**ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) เสด็จเปิดโรงสีแห่งนี้ เมื่อ พ.ศ. 2447 เนื่องด้วยเงินไค้ อักห์ ได้ขอกู้เงินพระคลังข้างที่มาสสร้างโรงสี ทั้งนี้ โรงสีนี้เรียกว่า โรงสีไฟ (จักรไอน้ำ) ที่สร้างขึ้นแห่งแรกของภาคใต้ ปากปล่องโรงสีไฟทำด้วยปูนซีเมนต์ โครงสร้างเดียวกับรางรถไฟซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงเป็นแห่งเดียวที่ไม่เหมือนโรงสีอื่นๆ

17.15 น. **ล่องเรือชมวิถีสายน้ำ**ทั้งสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง ชมการวางยอจับปลา (ยอยักษ์ ยอเลื่อน) วัดวาอารามและชุมชนริมน้ำ ปากปล่องโรงสีริมแม่น้ำที่มีต้นไม้เรียกว่า “กระถางต้นไม้สูงที่สุดในโลก” ไฮไลท์สำคัญ...สะดือทะเล ปากอ่าวปากพนัง พร้อมชมวิวแหลมตะลุมพุกที่มีภูมิประเทศคล้ายพระจันทร์เสี้ยว และสายน้ำที่ไหลจากใต้ขึ้นเหนือแห่งเดียวไทย

รับประทานอาหารเย็นบนเรือ พร้อมชมความงามของพระอาทิตย์ตกลับทิวเขาหลวง



ภาพที่ 4.29 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว (สังสรรค์-เลี้ยงรุ่น)

4.1.4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถี ลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลจากการสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่าศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำโดยภาพรวมมีค่าคะแนนศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มที่มีศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ งานลากพระแข่งเรือเพรียว บ้านขนมลา วัดรามประดิษฐ์ และวิถีจากปากพนัง ตามลำดับ

กลุ่มที่มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ชายทะเลสะพานตั่วที่ ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ข้าวพันธุ์พื้นเมือง แหลมตะลุมพุกโรงสีโบราณแม่ครูขนมจีนหมี่เมืองนัง ตามลำดับ

ปากพนังมีศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังมากที่สุด คือในด้านพื้นที่ มีศักยภาพในระดับปานกลางในด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมจากการศึกษาสามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1) ด้านพื้นที่

ศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำด้านพื้นที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 แห่ง คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตลาด 100 ปี คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก กลุ่มที่มีศักยภาพด้านพื้นที่ในระดับมาก ประกอบด้วยวัดรามประดิษฐ์งานลากพระแข่งเรือเพรียวตลาดเช้าเมืองนัง บ้านขนมลา บ้านขนมลาสวนส้มโอทับทิมสยาม ล่องเรือปากพนัง วัดนาควารี แหลมตะลุมพุก กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย วิถีจากปากพนัง วิถีจากปากพนัง วัดเกาะนางโดย ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวด้านพื้นที่ที่ควรได้รับการพิจารณา ได้แก่

1.1) ตลาดย้อนยุคปากพนัง ที่มีอุปสรรคในด้านจัดการความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมากและให้ความรู้สึกแออัดควรมีการจัดการด้านการรองรับนักท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังพบว่าขาดปัจจัยในด้านป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางที่เข้าใจง่ายเนื่องจากจากการพิจารณาเป็นรายได้มีค่าคะแนนในด้านนี้ต่ำที่สุด

1.2) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน มีคุณค่าในทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมสูงสุด แต่ทั้งนี้พบว่า มีค่าคะแนนต่ำในด้านเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางภายในพื้นที่ง่ายและไม่ยุ่งยากมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางที่เข้าใจง่ายเพราะมีค่าคะแนนศักยภาพค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเชิงพื้นที่พบว่า ศาลเจ้าฮกเกี้ยน มีอุปสรรคในการเข้าถึงตัวแหล่งเนื่องจาก สังเกตเห็นได้ยาก และเส้นทางในการเข้าถึงค่อนข้างแคบจำเป็นต้องเดินผ่านพื้นที่ส่วนบุคคล ควรพัฒนาเป็นจุดแวะด้วยกิจกรรมทางเรือเล็กหรือเรือใหญ่ควรใช้การสัญจรทางน้ำเป็นหลักและเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

1.3) ข่ายทะเลสะพานตัวที่ ในด้านพื้นที่พบว่าตั้งอยู่ห่างออกไปจากย่านชุมชนริมน้ำปากพนัง มีค่าคะแนนค่อนข้างต่ำในด้านลักษณะที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่นได้และมีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางที่เข้าใจง่าย ดังนั้นข่ายทะเลสะพานตัวที่ควรพัฒนาพื้นที่ให้มีความน่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เพียงพอที่จะเดินทางไป ปรับภูมิทัศน์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามอีกจุดหนึ่งของอำเภอปากพนัง ได้เห็นวิถีชีวิตที่น่าสนใจของชาวประมงชายฝั่ง นอกจากนี้ควรพัฒนาป้ายสัญลักษณ์เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางมากขึ้น

1.4) ข้าวพันธุ์พื้นเมือง เป็นทรัพยากรที่แสดงถึงวิถีชีวิต ความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เนื่องจากมีค่าคะแนนระดับศักยภาพสูงที่สุด แต่ทั้งนี้พบว่า มีค่าคะแนนต่ำสุดในด้าน ลักษณะที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่นได้ เนื่องจากศูนย์เรียนรู้ข้าวพื้นเมืองอยู่ในพื้นที่ตำบลขนานบก ห่างไปจากบริเวณเทศบาลตำบลปากพนัง การเข้าถึงค่อนข้างยาก ประกอบกับไม่มีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางที่เข้าใจง่าย เพราะเป็นประเด็นที่มีค่าคะแนนศักยภาพในระดับต่ำที่สุดในด้านพื้นที่ ดังนั้น หากจะใช้พื้นที่ดังกล่าวเพื่อนำเสนอวิธีเกษตรให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต้องพัฒนาป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง รวมทั้งพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวให้คู่กับการเดินทางไปไกลจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และจัดการพื้นที่นอกจากนี้ยังได้ในด้าน

1.5) ขนมหิน หมีเมืองนัง พบว่า ต้องพัฒนาป้าย แผนที่และสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางที่เข้าใจง่ายเนื่องจากมีค่าคะแนนระดับศักยภาพต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ๆ ดังนั้น ป้ายบอกทางป้ายสื่อความหมายยังจำเป็นแม้จะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการบริการ อาหาร

2) ด้านการจัดการ

ศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำด้านการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่มีค่าระดับศักยภาพด้านการจัดการสูงสุดอยู่ในระดับมากจำนวน 8 แห่ง ประกอบด้วย โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนกบ้านขนมลา วัดรามประดิษฐ์ งานลากพระแข่งเรือเพรียว ศาลาหลวงพ่อโอภาสี วัดนันทาราม สวนส้มโอทับทิมสยามเนื่องจากทรัพยากรและกิจกรรมดังกล่าวมีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน ในลักษณะขององค์กร ศูนย์การเรียนรู้ละ ธุรกิจส่วนบุคคล และพื้นที่ส่วนบุคคล ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวด้านการจัดการที่ควรได้รับการพิจารณา ได้แก่

2.1) วิถีจากปากพนัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในประเด็นการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่มีการจัดพื้นที่เพื่อสะท้อนให้เกิดการเรียนรู้กระบวนการทำน้ำตาลจากทุกระบวนการแต่อย่างไรก็ตามยังพบว่ามีคะแนนต่ำสุดในการจัดการด้านความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณากับสภาพทรัพยากรพบว่า ในการเรียนรู้วิถีจากมีการนำนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานไปเยี่ยมชมสาธิตการปาดจาก ซึ่งมีการพาไปเรียนรู้ในป่าจากในสถานที่จริง ดังนั้นเพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

พื้นที่รองรับควรมีการจัดทำนิทรรศการหรือพื้นที่สำหรับสาธิตการทำน้ำตาลจากเพื่อให้เอื้อต่อนักท่องเที่ยวทุกวัยที่อาจจะไม่สะดวกในการลงไปเยี่ยมชมในป่าจาก ในการสังเกตการณ์ตม้น้ำตาลจากควรมีป้ายเตือนระวังในเรื่องการเข้าใกล้พื้นที่ร้อนจากเตา เป็นต้น

2.2) ล่องเรือปากพวง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดการด้านความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว เนื่องจากเรือขนาดใหญ่ค่อนข้างมีความแข็งแรงดูปลอดภัย อัตราการเล่นเรืออยู่ในระดับพอดี มีการเตรียมความพร้อมด้านเสื้อชูชีพ อย่างไรก็ตามก็ควรพิจารณาเรื่องของการเฝ้าระวังด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในด้านการจัดการ ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ล่องเรือได้จำนวนมากต่อครั้ง ดังนั้นการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในเรื่องของการจัดการขยะจึงเป็นสิ่งสำคัญ ควรจัดให้มีกฎระเบียบในการล่องเรือ ควบคุมการทิ้งขยะลงแม่น้ำ ส่งเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เห็นคุณค่าของแม่น้ำควบคู่กันไปด้วยเช่นกัน

2.3) ตลาด 100 ปี พบว่า ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่การจัดการด้านความปลอดภัยการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ พบว่าในตลาด 100 ปี เป็นตลาดริมน้ำที่มีการวางอาหารทะเลและสินค้าผลิตภัณฑ์เป็นเสน่ห์แสดงอัตลักษณ์ของพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตาม ทางเดินในบริเวณดังกล่าวยังแคบและเสี่ยงอันตรายจากการลื่นล้ม ประกอบกับบริเวณที่จะเดินเชื่อมไปยังศาลเจ้าฮกเกี้ยน เป็นทางเดินไม้ ไม่มีราวจับ อาจจะไม่ปลอดภัยสำหรับกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มผู้ใหญ่เท่าที่ควร ดังนั้นการปรับปรุงภูมิทัศน์จัดวางร้านค้าให้เป็นระบบตลอดจนการดูแลเรื่องความปลอดภัยตรงทางเดินเชื่อมยังแหล่งท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกการขึ้นลงเรือข้ามฟากจึงเป็นสิ่งที่ต้องนำมาพิจารณา

2.4) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน มีจุดแข็งในด้านการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่อยู่เสมอ เนื่องจากเป็นสถานที่ส่วนบุคคล แต่พื้นที่ยังมีข้อควรระวังโดยเฉพาะในด้านการจัดการด้านความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว เนื่องจากทางเดินจากท่าเรือข้ามฟากไปยังศาลเป็นทางเดินไม้ค่อนข้างอันตรายและบางจุดแสงสว่างน้อย ควรปรับปรุงจัดให้มีทางเดินที่มีราวจับ พื้นไม้ที่ไม่ลื่น เพิ่มแสงสว่างตรงทางเข้า สามารถปรับด้านหน้าให้เป็นท่าเรือเล็กหรือท่าเรือใหญ่ให้เป็นอีกจุดแวะพักอีกจุดหนึ่งในการล่องเรือแม่น้ำปากพวง

2.5) ตลาดย้อนยุคปากพวง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเฝ้าระวังด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรม เนื่องจากมีการส่งเสริมให้มีการใช้วัสดุจากธรรมชาติ มีการจัดเก็บขยะและการส่งเสริมความเป็นไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังคงพบว่ามีข้อจำกัดในด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีค่าคะแนนในระดับที่ต่ำที่สุดในด้านการจัดการ ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นการเพราะจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวค่อนข้างมีจำนวนมากทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวเช่น ม้านั่งสำหรับรับประทานอาหาร เป็นต้น ดังนั้น ควรหาแนวทางในการ

กระจายนักท่องเที่ยวไปยังจุดอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียง หรือการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อชะลอการ
ท่องเที่ยวในจุดหลัก เป็นต้น

2.6) วัดเกาะนางโดย พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการคำนึงขีดความสามารถใน
การรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยว มีพื้นที่ขนาดกว้างมีที่จอดรถเพียงพอเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในตำบล
คลองน้อย ห่างจากเขตเทศบาล มีพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ แต่พบจุดด้อยในด้านการจัดการดูแล
รักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ บางอย่างมีการชำระชุดโทรมไป การดูแลภูมิทัศน์ ความสะอาดควรปรับปรุง
นอกจากนี้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวมีการชำระไปตามกาลเวลา ควรจัดให้มีการบูรณะ
ซ่อมแซมจัดภูมิทัศน์ ปรับปรุงพื้นที่นำสิ่งที่สำคัญในพื้นที่มานำเสนอให้โดดเด่น

2.7) ชายทะเลสะพานตัวที พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยน
เรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ที่มาเยือน เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นจุดสงบเหมาะสำหรับการเรียนรู้ประมง
ชายฝั่ง มีชุมชนประมงอยู่ใกล้เคียง นักท่องเที่ยวสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้คนในพื้นที่ที่ตกปลาในบริเวณนั้น
สิ่งที่สามารถส่งเสริมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานประเพณี และมีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยว ค่อนข้างต่ำ มีระดับศักยภาพต่ำกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ สามารถพัฒนากิจกรรมหรือการแข่งขัน
ประจำปีเกี่ยวกับวิถีประมง เช่น แข่งขันตกปลา โดยใช้ความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งรัฐและเอกชน ทำให้
บริเวณดังกล่าวมีคุณค่าทางด้านการท่องเที่ยวขึ้นมาได้

2.8) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดการ
ด้านความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว และมีการคำนึงถึงคุณภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน
เนื่องจากพบว่าชุมชนได้มีการจัดเตรียมเสื้อชูชีพ ตาข่ายก้างแดด และหมวกสำหรับนักท่องเที่ยว สามารถพัฒนา
เป็นกิจกรรมการล่องเรือทางเลือกอีกกิจกรรมให้กับพื้นที่ได้ดี เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาจำกัด นอกจากนี้
กิจกรรมดังกล่าวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวไปเรียนรู้วิถีประมงได้ใกล้ชิดมากขึ้น เช่นไปดูการงมหอย จับปลาด้วย
มือ เป็นต้น อย่างไรก็ตามจะต้องคำนึงขีดความสามารถในการรองรับของเรือ รวมทั้งให้มีการเฝ้าระวังด้าน
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรม การควบคุมขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว มีมาตรการในการป้องกัน
สิ่งแวดล้อม ผู้นำชุมชนควรส่งเสริมการจัดการขยะในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อพัฒนาเป็นจุดขายอีกจุดโดยเฉพาะการเดิน
ชมทัศนียภาพริมน้ำ ชมอุโมงค์ป่าจาก เป็นต้น

2.9) ศูนย์การเรียนรู้ข้าวพันธุ์พื้นเมือง ตำบลขนานนก พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด
คือ มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่อยู่เสมอคือยังมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่น้อยมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
การเตรียมความพร้อมในการรองรับได้นักท่องเที่ยวยังน้อย สามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์เรียนรู้ มีโรงแสดง
นิทรรศการเกี่ยวกับการปลูกข้าวพื้นเมือง ควรมีการนำเอาอุปกรณ์ของใช้ของชาวนาในการปลูกข้าวในอดีตมา
รวบรวม จัดแสดงและมีสาธิตการปลูกข้าวหรือมีกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชาวปากพนัง จะทำ
ให้พื้นที่นี้มีความน่าสนใจและคุ้มค่าต่อการเดินทางมาเยี่ยมชม

2.10) ตลาดเช้าเมืองนั้ง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดเช้าเมืองนั้งสามารถใช้เป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม โดยการรับประทานอาหารเช้า มีอาหารหลากหลายประเภทที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความชอบที่ต่างกัน แต่อย่างไรก็ดีควรระมัดระวังในด้านการจัดการขยะ ควรมีการเฝ้าระวังด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีค่าคะแนนต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่น ๆ ควรมีการรณรงค์การลดใช้พลาสติก ใช้วัสดุจากธรรมชาติจะทำให้ตลาดมีเสน่ห์ขึ้นมาได้อีกด้วย

2.11) ขนมหิน หมี่เมืองนั้ง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเฝ้าระวังด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เน้นรับประทานที่ร้าน เน้นอัตลักษณ์วัฒนธรรม การกินของคนปากพั้ง นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากอาหารถิ่น อย่างไรก็ตามควรมีการจัดการพื้นที่สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ หรือเพิ่มอาหารถิ่นประเภทอื่น ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เลือกรับประทาน และเชื่อมโยงสินค้าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

2.12) แหลมตะลุมพุก พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากพื้นที่แหลมตะลุมพุกมีขนาดใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก มีถนนเข้าถึง มีการคำนึงถึงคุณภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวพบว่าร้านอาหารต่าง ๆ ได้นำเสนอเรื่องราวของแหลมตะลุมพุกผ่านป้ายสื่อความหมายอย่างง่าย และภาพขนาดใหญ่ มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่เนื่องจากมีบริเวณที่เป็นธุรกิจร้านอาหาร มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว มีที่จอดรถเพียงพอ แต่ขาดการเชื่อมโยงกับเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ พายุแฮเรียส 2505 ที่ตะลุมพุก ปัจจุบันยังมีบุคคลที่ถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านี้ได้อยู่ มีบ้านที่เป็นอนุสรณ์สามารถนำเสนอเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยวได้จนสามารถเชื่อมโยงไปยังพระมหากรุณาธิคุณของรัชกาลที่ 9 ในการช่วยเหลือความทุกข์เข็ญของชาวบ้าน โรงเรียนราชประชานุเคราะห์เป็นโรงเรียนที่ก่อตั้งขึ้นมาเป็นครั้งแรกด้วยเหตุจากวาทภัยต่าง ๆ ยังเปิดและจัดการเรียนการสอนอยู่ในปัจจุบันสามารถนำเรื่องราวของเหตุการณ์บูรณาการกับการเรียนการสอนในหลักสูตร ให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้เรื่องราวดังกล่าวก่อนที่จะข้อมูลจะสูญหายไป โรงเรียนควรบูรณาการเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่นกับการเรียนการสอน หรือมีห้องนิทรรศการนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ ฝึกนักเรียนให้เป็นมัคคุเทศก์อาสาบอกเล่าเรื่องราวในชุมชนของตนเอง เรื่องราวจะไม่สูญหายไปจากชุมชน เปิดโอกาสให้เด็ก เยาวชน และคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดสื่อความหมายเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่

2.13) วัดนาควารี พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่อยู่เสมอ เนื่องจากเป็นสถานที่ทางศาสนสถานที่มีการใช้ประโยชน์และดูแลโดยคณะสงฆ์ สภาพแวดล้อมจึงค่อนข้างพร้อมในการรองรับเข้าไปเยี่ยมชม มีพื้นที่เพียงพอมีลานจอดรถ พื้นที่ดังกล่าวมีจุดเด่นคือหน้าต่างอุโบสถที่มีความสวยงามแปลกตา เป็นที่สนใจของกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวและการถ่ายภาพ ทั้งนี้อย่างไรก็ตามวัดนาควารีควรนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจในด้านความศรัทธาและความเชื่อ ให้มีกิจกรรมในการไหว้พระบูชาพระ

ภายในอุโบสถมีพระนอนที่ควรมีการปรับปรุงดูแลให้สามารถเป็นอีกจุดในการรองรับนักท่องเที่ยวของปากพั่นฝั่งตะวันออกได้อีกหนึ่งจุด

2.14) โรงสีโบราณแม่ครู พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวหากมีการพัฒนาให้น่าสนใจเนื่องจากเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ แต่อย่างไรก็ตาม ควรพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งเรียนรู้การค้าข้าวของปากพั่นในอดีต เนื่องจากสภาพพื้นที่มีคุณค่าในเชิงประวัติศาสตร์ แต่ปัจจุบันถูกทิ้งร้างไม่มีการจัดการ รวมทั้งไม่มีการจัดการด้านความปลอดภัย และขาดกระบวนการในการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า ค่าคะแนนในด้านดังกล่าวค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ๆ

3) ด้านกิจกรรม

3.1) ศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าที่มีระดับศักยภาพมากที่สุด คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพั่นอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตามด้วยระดับมากจำนวน 3 แห่ง/กิจกรรม คือ งานลากพระแข่งเรือเพรียวบ้านชนมลาวิถีจากปากพั่น ตามลำดับ แหล่งท่องเที่ยวข้างต้นก่อให้เกิดประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว จากการเข้าเรียนรู้โครงการพัฒนาพื้นที่ฯ การเข้าร่วมชมการแข่งขันเรือเพรียว การได้เรียนรู้การทำขนมลม และการทำน้ำตาลจาก มีค่าระดับศักยภาพสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น ๆ โดยส่วนใหญ่มีศักยภาพในด้านกิจกรรมในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ควรได้รับการพิจารณา ได้แก่

3.2) สวนส้มโอทับทิมสยาม ปัจจุบันนำเสนอให้เห็นกระบวนการในการเพาะปลูกและการดูแล สื่อความหมายกิจกรรมโดยเจ้าของพื้นที่ อย่างไรก็ตาม สวนส้มโอสามารถนำเสนอเทคนิคกระบวนการใหม่ ๆ กับการทำการเกษตรในยุคปัจจุบัน การนำเอาแนวคิดและเทคโนโลยีมาใช้ และพัฒนานิทรรศการการเรียนรู้เพื่อรองรับกลุ่มศึกษาดูงาน

3.3) วัดรามประดิษฐ์ พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีกิจกรรมงานประเพณี เช่น แข่งเรือ เนื่องจากมีค่าคะแนนระดับศักยภาพสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ภายในวัดรามประดิษฐ์มีโบสถ์โบราณที่สวยงาม ควรอนุรักษ์ตัวโบสถ์ พร้อมทั้ง จัดระบบจัดเก็บวัตถุโบราณในวัดให้เป็นระเบียบ สามารถใช้โบสถ์โบราณนี้ในการทำกิจกรรมหรือจัดงานประจำปี สามารถพัฒนาจัดกิจกรรมพิเศษประจำปีขึ้นมา เช่น การสวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น ใช้บรรยากาศความเป็นโบสถ์เก่าแก่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม

3.4) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีกิจกรรมงานประเพณี เช่น แข่งเรือมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ที่มาเยือน เช่น การประกอบอาชีพ มีกิจกรรมเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์อาหาร นอกเหนือจากการล่องเรือชมทัศนียภาพทั่วไปแล้ว เรือเล็กสามารถพัฒนากิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น หรือวิถีประมง

3.5) ล่องเรือปากพนัง มีความโดดเด่นในด้านการมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ที่มาเยือน เช่น การประกอบอาชีพ การเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ เป็นต้น มีค่าคะแนนระดับศักยภาพสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ กิจกรรมหลักของการล่องเรือปากพนังคือการบรรยายในระหว่างล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำ อย่างไรก็ตามควรเพิ่มจุดแวะพักเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงสัมผัสเรียนรู้วิถีอื่น ๆ สองฝั่งน้ำ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสัมผัสวิถีชีวิตของลุ่มน้ำปากพนัง เช่น สัมผัสวิถีประมง หรือการจัดทำท่าแวะพักเพื่อขึ้นไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ไหว้พระ 3 วัด เป็นต้นจะทำให้การล่องเรือใหญ่ไม่น่าเบื่ออีกด้วย

3.6) วัดเกาะนางโดย วัดนันทาราม วัดนาควาริ ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ให้ความสำคัญกับกิจกรรมเชิงวิถีความเชื่อและศรัทธา กิจกรรมที่สามารถทำได้เป็นหลักคือการไหว้พระ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญในแง่ของความเชื่อและความศรัทธาควรให้ความสำคัญกับสิ่งที่เคารพนับถือของสถานที่นั้น ๆ แล้วเชื่อมโยงเป็นเส้นทางไหว้พระการรวบรวมศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ ไว้เป็นระเบียบมีการดูแลจัดทำระบบการสื่อความหมายให้ชัดเจนสามารถ สามารถกลายเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีความเชื่อและศรัทธาได้

3.7) คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนกนอกเหนือจากการเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตรังนกแอ่น ธุรกิจรังนกสามารถนำมาพัฒนาเป็นเส้นทางอาหารร่วมกันกับ ตลาด 100 ปี ตลาดย้อนยุคปากพนัง ข้าวพันธุ์พื้นเมือง ตลาดเช้าเมืองนัง ชายทะเลสะพานตัวที ขนมหิน หมี่เมืองนัง ล้วนเป็นสถานที่ที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในด้านอาหาร สามารถพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสัมผัสอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ดี ความอุดมสมบูรณ์ทางอาหารในพื้นที่ปากพนัง สามารถนำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ด้วยการจัดให้มีงานเทศกาลอาหารปากพนัง ซึ่งสามารถจัดขึ้นเป็นกิจกรรมประจำปี

3.8) ตลาดย้อนยุคปากพนัง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการร่วมมือของรัฐ เอกชน จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ที่มาเยือน อย่างไรก็ตามดีอาหาร สินค้าในตลาดน้ำที่พบเห็นส่วนใหญ่มักเป็นอาหารของฝากที่หาซื้อได้เหมือนตลาดน้ำทั่วไป เพื่อเป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ให้คนในพื้นที่ ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และสินค้าของท้องถิ่นเป็นหลัก ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น

3.9) แหลมตะลุมพุก มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนและผู้ที่มาเยือน โดยทางชุมชนได้จัดทำนิทรรศการป้ายสื่อเรื่องราววาทภัยตะลุมพุก มีการประกอบอาชีพ การเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ มีกิจกรรมฝึกหัดหรือเยี่ยมชม วิถีชีวิตชาวประมง ผลิตภัณฑ์อาหาร อย่างไรก็ตามก็ควรเพิ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาพธรรมชาติและภูมิศาสตร์ของพื้นที่นั้นคือการพิชิตปลายแหลมที่ยาวที่สุด เอาความเป็นที่สุดมาเล่นกับพื้นที่นี้ ตลอดจนเลือกมุมถ่ายภาพที่สามารถสร้างจินตนาการเรื่องราวต่าง ๆ จะทำให้การเดินทางไม่น่าเบื่อ

3.10) โรงสีโบราณแม่ครู พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด สามารถสะท้อนกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น ด้วยโรงสีโบราณที่ยังเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการพัฒนาใด ๆ เป็นพื้นที่ที่เคยรกร้าง แต่ปัจจุบันได้เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชมไปดูความเจริญรุ่งเรืองของความเป็นอยู่ข้าวอู่ข้าวอู่น้ำของภาคใต้ในอดีต เพื่อส่งเสริม

กิจกรรมการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวควรพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นิทรรศการที่จะทำให้ผู้มาเยี่ยมชมได้เรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง หรือจัดกระบวนการให้มีคนดูแลนำชม

4) ด้านการมีส่วนร่วม

ศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำด้านการมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายแห่ง/กิจกรรม พบว่า โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมมากที่สุด ตามด้วย ตลาดย้อนยุคปากพนังบ้านขนมลา ตามลำดับ ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมที่ควรได้รับการพิจารณา ได้แก่

4.1) ตลาดย้อนยุคปากพนัง ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม และโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนา และการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ มีค่าระดับศักยภาพน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ คือ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนยังมีให้เห็นน้อยส่วนใหญ่เป็นความร่วมมือของภาคชุมชนกับเทศบาลเมืองปากพนัง สิ่งที่น่าสนใจเกิดพบว่าสินค้าที่จำหน่ายในตลาดย้อนยุคมีสินค้าจากชุมชนท้องถิ่นปากพนังน้อยกว่าสินค้าจากที่อื่นหากเปรียบเทียบกันในระดับนี้ ดังนั้น ตลาดย้อนยุคควรร่วมมือกับภาคชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนท้องถิ่นก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่

4.2) บ้านขนมลา พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรวมกลุ่มของชุมชน ในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีค่าศักยภาพน้อยที่สุดในประเด็น ชุมชนมีความเข้มแข็งมีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแม้ว่า ขนมลาบ้านศรีสมบุรณ์ (หอยราก) จะดูเหมือนทำกันในลักษณะชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ในด้านการผลิตยังมีการแยกผลิตกันไปตามบ้าน ไม่ได้มีการรวมกลุ่มกิจกรรม ดังนั้นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ดูงาน ควรมีพื้นที่ที่สามารถรองรับการเรียนรู้การทำขนมลา สร้างกิจกรรมเชิงประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทรัพยากร และกิจกรรมที่มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางประกอบด้วย

4.3) ตลาดเช้าเมืองนัง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ผลกระทบจากการท่องเที่ยว และโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ แต่ยังมีข้อด้อยเกี่ยวกับโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะตลาดเช้าอยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลเมืองปากพนังอยู่แล้ว ตลาดเช้าเมืองนังสามารถนำมาเป็นจุดกระจายนักท่องเที่ยวให้ได้รับประสบการณ์อาหารท้องถิ่นได้เช่นกัน

4.4) งานลากพระแข่งเรือเพรียว พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการรวมกลุ่มของชุมชน ในการจัดการในรูปแบบของ กลุ่มหรือชมรม ชุมชนยังมีบทบาทน้อยในด้านการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากอยู่ภายใต้การรับผิดชอบของหน่วยงานที่จัดงาน อย่างไรก็ตาม เทศกาลแข่งเรือเพรียวเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ เป็นสีสันให้กับพื้นที่ สามารถนำมาใช้ในการจัดงานกิจกรรมทุก ๆ ปี เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมจากที่อื่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าท้องถิ่นปากพนัง

4.5) กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไข่ พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรชุมชน จากการพูดคุยทำให้ทราบว่าผู้นำชุมชนพยายามให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ มีค่าระดับศักยภาพสูงสุด ชุมชน มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลาง ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย จากการสังเกตพื้นที่ในชุมชนเกาะไข่และพื้นที่ใกล้เคียง มีปัญหาเกี่ยวกับการเป็นพื้นที่รองรับขยะ ตลอดจนขาดความรู้แนวทางในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีค่าคะแนนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ

4.6) ศาลาหลวงพ่อโสภาสี พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนมีความเข้มแข็งมีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นที่ในความรับผิดชอบของบุคคลประกอบกับเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองปากพนัง อย่างไรก็ตามพบว่า การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่ำที่สุด ดังนั้น เห็นควรเปิดโอกาสให้บุคคลในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวหรือจัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือมัคคุเทศก์อาสาคอยอธิบายบรรยายให้ความรู้แก่ผู้ที่มาเยี่ยมชม

4.7) ตลาด 100 ปี พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม เนื่องจากปัจจุบันตลาดร้อยปีเป็นตลาดริมน้ำที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เปรียบเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหลักอีกแห่งหนึ่ง มีกิจกรรมนั่งเรือข้ามฟาก นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังพบว่า ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ผลกระทบจากการท่องเที่ยว และโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันน้อยที่สุด สิ่งที่น่าพิจารณาเนื่องจากความเป็นตลาดริมน้ำ โอกาสที่จะเกิดการทิ้งขยะลงแม่น้ำจึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณา ชุมชนควรร่วมมือกับเทศบาลเมืองปากพนังในการจัดภูมิทัศน์และรณรงค์การลดใช้พลาสติกที่อาจจะกลายเป็นขยะในแม่น้ำลำคลอง

4.8) ล่องเรือปากพนัง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรชุมชน พบว่าภาคเอกชนที่ดำเนินกิจกรรมล่องเรือ ตลอดจนมัคคุเทศก์ประจำพื้นที่พยายามบรรยายให้ความรู้ควบคู่ไปกับการส่งเสริมจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม

เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเป็นของเอกชน ดังนั้น ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ควรมีการรวมกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวท่องเที่ยวท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.9) สวนส้มโอทับทิมสยาม พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือมีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของ กลุ่มหรือชมรม ดำเนินการจนเป็นที่รู้จักในนามส้มโอบ้านแสงวิมาน แต่ที่มีค่าคะแนนต่ำในปัจจัยด้านชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มกันพัฒนาเป็นศูนย์หรือหน่วยเรียนรู้เกี่ยวกับส้มโอทับทิมสยาม จะช่วยส่งเสริมให้สินค้ามีมูลค่าและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รองรับกลุ่มศึกษาดูงานได้เป็นอย่างดี

4.10) วัดนันทาราม พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือมีการรวมกลุ่มของชุมชน ในการจัดการในรูปแบบของ กลุ่มหรือชมรม ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว พบว่าชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากวัดนันทารามอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานในพื้นที่ ควรมีการร่วมมือกันในการพัฒนาบูรณะแหล่งท่องเที่ยว จัดเก็บวัตถุสำคัญ จัดทำเป็นอีกศูนย์เรียนรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่ ให้มีศักยภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ควรมีชุดกรรมการเพื่อดูแลสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต

4.11) ข้าวพันธุ์พื้นเมือง พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมการปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองเพื่อให้เกิดการเรียนรู้คุณค่าของข้าวปากพนังในอดีต พื้นที่ยังได้รับโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน ค่อนข้างน้อย ในการนำเสนอศูนย์เรียนรู้ข้าวพันธุ์พื้นเมืองควรมีการร่วมมือกันทั้งภาคชุมชน รัฐและเอกชนเพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งเรียนรู้ข้าวพื้นเมือง

4.12) วัดรามประดิษฐ์ พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรวมกลุ่มของชุมชน ในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม และโอกาสในได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ อย่างไรก็ตามควรส่งเสริมให้โรงเรียนในบริเวณใกล้เคียงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น มาเป็นมัคคุเทศก์อาสาสมัคร

4.13) ชายทะเลสะพานตัวที่ พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ เนื่องจากเป็นพื้นที่สาธารณะ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่สามารถปรับปรุงภูมิทัศน์ในบริเวณดังกล่าวให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้ จากการศึกษายังพบว่าศักยภาพน้อยที่สุดในด้านการมีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม ยังไม่มีการรวมกันเพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ร้านอาหารที่เป็นของเอกชน ชุมชนประมงในบริเวณดังกล่าวสามารถรวมกลุ่มกันพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวให้สามารถดึงดูดและรองรับการท่องเที่ยวได้

4.14) คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวเป็นของเอกชนในการดำเนินการและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในรูปแบบของธุรกิจรังนกควรมีการรวมตัวกันในนามของกลุ่มในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับปากพนังเพราะนกแอ่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่และเหมาะที่จะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้

4.15) วัดเกาะนางโดย พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดให้วัดเกาะนางโดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ พบว่าชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวน้อย ดังนั้น ควรเปิดโอกาสให้สถานศึกษานักเรียนเข้ามาช่วยกันดูแลพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4.16) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรม มีโอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน แต่โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐต่ำ ศาลเจ้าฮกเกี้ยนเป็นสถานที่ที่สะท้อนความเจริญของชุมชนจีนในอดีต ดังนั้น สมาคมฮกเกี้ยนควรร่วมมือกันฟื้นฟูความเป็นชุมชนจีนในอดีต โดยการเปิดศาลเจ้าให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสักการบูชา ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนฮกเกี้ยนจากที่อื่นมาท่องเที่ยวปากพนัง

4.17) แหลมตะลุมพุก พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สาธารณะ และมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่โดยรวม มีการรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม อย่างไรก็ตามก็ยังไม่มีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวแหลมตะลุมพุกควรมีการร่วมมือกันทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคสถานศึกษา ชุมชนในท้องถิ่น ฟื้นฟูเรื่องราวของเหตุการณ์วาทภัยและการตามรอยพระมหากษัตริย์คุณของ รัชกาลที่ 9 ให้สามารถรักษาเรื่องราวของชุมชนสืบสานไปยังรุ่นอื่น ๆ ได้รับทราบไม่สูญหายไปกับบุคคล

4.18) วัดนาควารี ด้านการมีส่วนร่วม พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนและภาครัฐ แต่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังน้อย พื้นที่หลายส่วนภายในวัดไม่ได้มีการนำมาเปิดใช้ให้เกิดประโยชน์ทางด้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องร่วมกันพัฒนาปรับปรุง เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เช่นการนำชมวัด การจำหน่ายดอกไม้บูชาพระ เป็นต้น ปากพนังมีทรัพยากรที่มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมในระดับต่ำจำนวน 2 แห่งคือ

4.19) ขนمجิน หมีเมืองนัง ด้านการมีส่วนร่วม มีค่าคะแนนศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมสูงในด้านพบชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการอนุรักษ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สะท้อนวิถีอาหารในพื้นที่ปากพนัง แต่พื้นที่

ร้านขนมจีนส่วนใหญ่มีขนาดเล็กรองรับจำนวนไม่มากต่อรอบ สามารถรวมกลุ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อหาแนวร่วมในส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่

4.20) โรงสีโบราณแม่ครู ด้านการมีส่วนร่วม พบประเด็นที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นของเอกชนควรมีการร่วมมือกันพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวไว้รองรับการท่องเที่ยวในอนาคต และพบว่ยังไม่มีกรรวมกลุ่มของชุมชนในการจัดการในรูปแบบของกลุ่มหรือชมรมเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เสริม ในอนาคตอาจร่วมมือกับธุรกิจท่องเที่ยวเปิดเป็นจุดแวะชมเรียนรู้เมืองอยู่ข้าวอยู่น้ำในอดีตได้เช่นกัน

4.2 ผลการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

ดำเนินการโดยโครงการย่อยที่ 2 ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแปลผล และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเป็นรายบุคคลจำนวนทั้งหมด 30 คน (สัมภาษณ์เฉพาะนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง) โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามเป็น 5 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว และข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยจำแนกข้อมูลผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.2.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งข้อมูลผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า

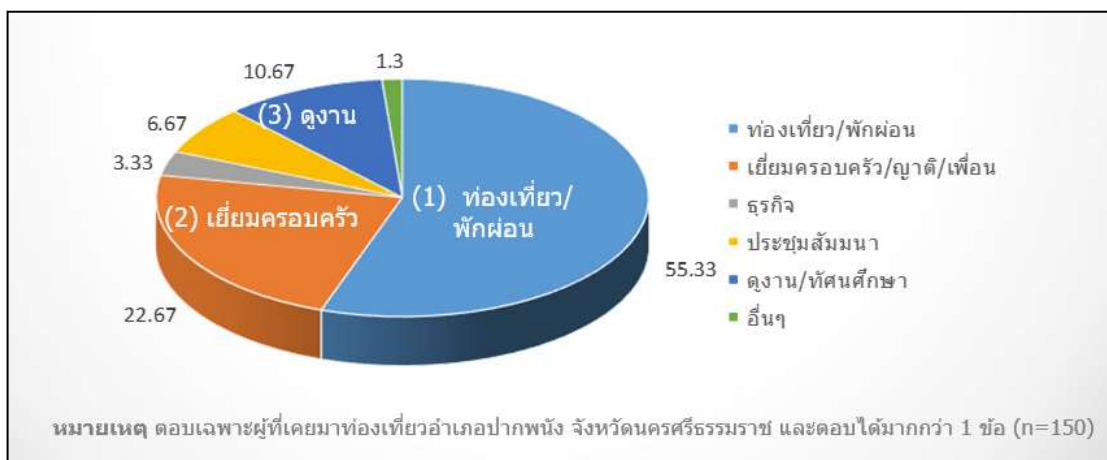
1.1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.1.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ดูงาน/ทัศนศึกษา อื่น ๆ ธุรกิจและประชุมสัมมนา ตามลำดับ

1.1.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน อื่น ๆ ธุรกิจ ดูงาน/ทัศนศึกษา และประชุมสัมมนา ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน อื่น ๆ (เช่น บวชนาค ทำบุญ ทอดกฐิน ทำงาน

ศึกษาต่อ มาอาศัยอยู่ในประเทศไทย ดำน้ำ ตื่นน้ำฝั่งพระจันทร์ หาประสบการณ์แปลกใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง และรู้จักเพื่อนใหม่ เป็นต้น) ธุงาน/ทัศนศึกษา ติดต่อธุรกิจและประชุมสัมมนา ตามลำดับ



ภาพที่ 4.30 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.2) เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีทัศนียภาพสวยงาม รongลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง มีวัฒนธรรมและประเพณีโดดเด่น ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น มีความปลอดภัย และอื่น ๆ ตามลำดับ

1.2.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีทัศนียภาพสวยงาม รongลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น มีวัฒนธรรมและประเพณีโดดเด่น มีความปลอดภัย และอื่น ๆ ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีทัศนียภาพสวยงาม รongลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง มีวัฒนธรรมและประเพณีโดดเด่น ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น มีความปลอดภัย และอื่น ๆ (เช่น ค่าใช้จ่ายน้อย มาดูตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อมาพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง สนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศ กระจายรายได้ส่วนท้องถิ่น อาหารไทย ประกอบอาชีพ เกษียณอายุ เป็นต้น) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.31 เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3) บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

1.3.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ รองลงมา ได้แก่ มากับเพื่อน มากับคู่รัก/คู่สมรส มากับหน่วยงาน/องค์กร เดินทางมาคนเดียว และมากับบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ

1.3.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ รองลงมา ได้แก่ มากับเพื่อน มากับคู่รัก/คู่สมรส เดินทางมาคนเดียว มากับบริษัทนำเที่ยว มากับหน่วยงาน/องค์กร และอื่น ๆ ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ รองลงมา ได้แก่ มากับเพื่อน มากับคู่รัก/คู่สมรส เดินทางคนเดียว มากับหน่วยงาน/องค์กร มากับบริษัทนำเที่ยว และอื่น ๆ ตามลำดับ



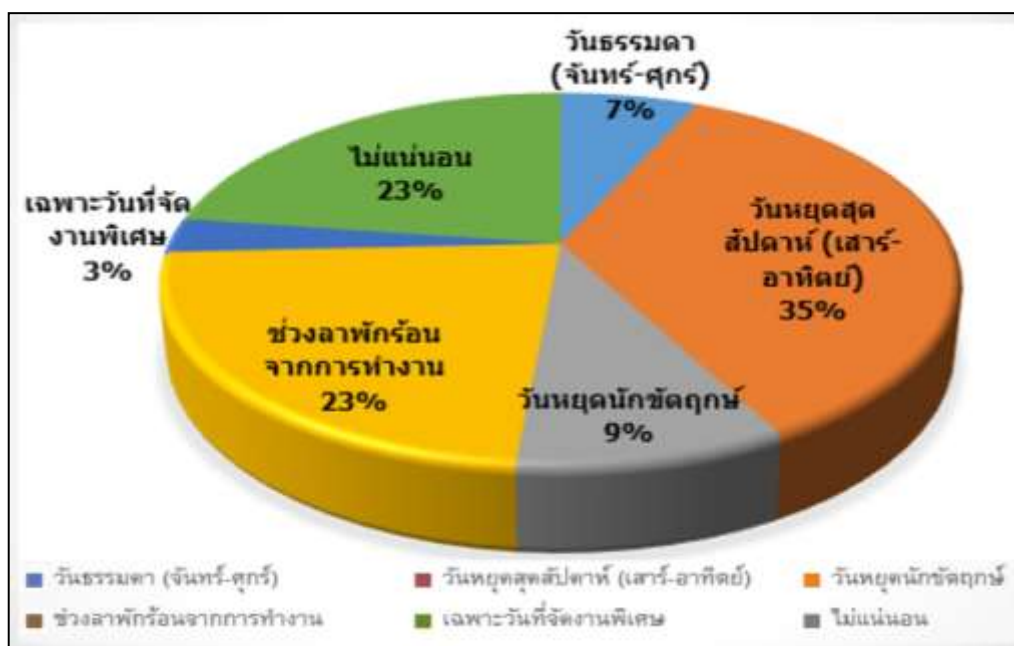
ภาพที่ 4.32 บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว

1.4) ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว

1.4.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มักเดินทางในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) รองลงมา ได้แก่ ช่วงเวลาไม่แน่นอน ช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ ช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และเฉพาะวันที่จัดงานพิเศษ ตามลำดับ

1.4.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มักเดินทางในช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน รองลงมา ได้แก่ ช่วงเวลาไม่แน่นอน ช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และเฉพาะวันที่จัดงานพิเศษ ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) รองลงมา ได้แก่ ช่วงลาพักร้อนจากการทำงานและช่วงเวลาไม่แน่นอนเป็นจำนวนเท่ากัน วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และเฉพาะวันที่จัดงานพิเศษ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.33 ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว

1.5) ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว

1.5.1) นักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่เกิน 2,000 บาท รองลงมา ได้แก่ ช่วงค่าใช้จ่าย 2,001 - 4,000 บาท ช่วงค่าใช้จ่าย 4,001 - 6,000 บาท มากกว่า 10,000 บาท ช่วงค่าใช้จ่าย 6,001 - 8,000 บาท และช่วงค่าใช้จ่าย 8,001 - 10,000 บาท ตามลำดับ

1.5.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่เกิน 1,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ ช่วงค่าใช้จ่าย 1,001 - 2,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ช่วงค่าใช้จ่าย

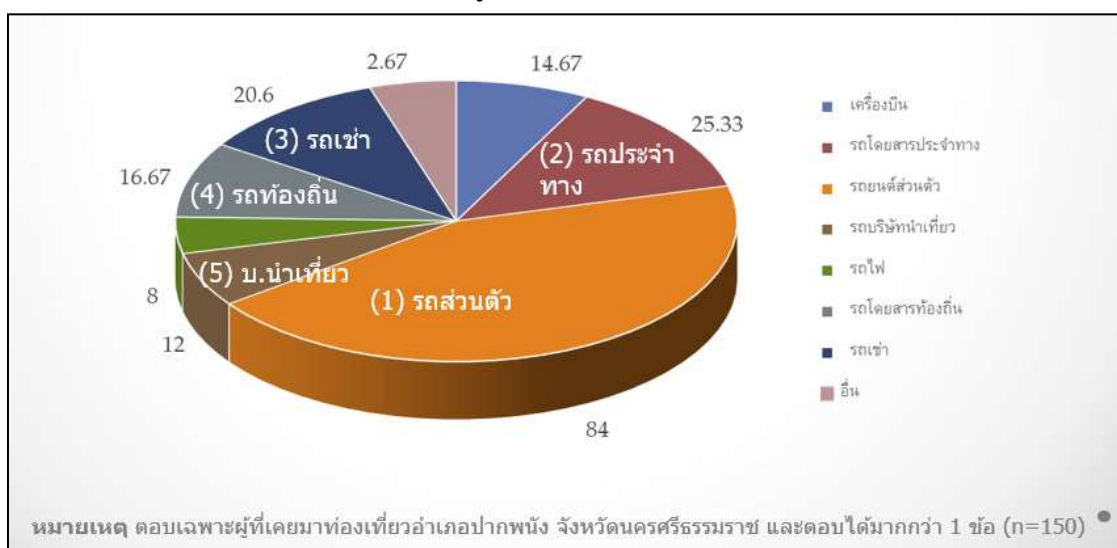
2,001 – 3,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ช่วงค่าใช้จ่าย 12.00 4,001 – 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และช่วงค่าใช้จ่าย 3,001 – 4,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

1.6) ยานพาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.6.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะ คือ รถยนต์ส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ เครื่องบิน รถโดยสารประจำทาง รถบริษัทนำเที่ยวและรถเช่า รถไฟ รถโดยสารท้องถิ่น และอื่นๆ ตามลำดับ

1.6.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะ คือ เครื่องบิน รองลงมา ได้แก่ รถโดยสารท้องถิ่น รถโดยสารประจำทาง รถยนต์ส่วนตัว รถเช่า รถไฟ รถบริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ เครื่องบิน รถโดยสารประจำทาง รถโดยสารท้องถิ่น รถเช่า รถบริษัทนำเที่ยวและรถไฟ และอื่นๆ (เดิน จักรยาน จักรยานยนต์ แท็กซี่ เรือ และรถตุ๊ก) ตามลำดับ



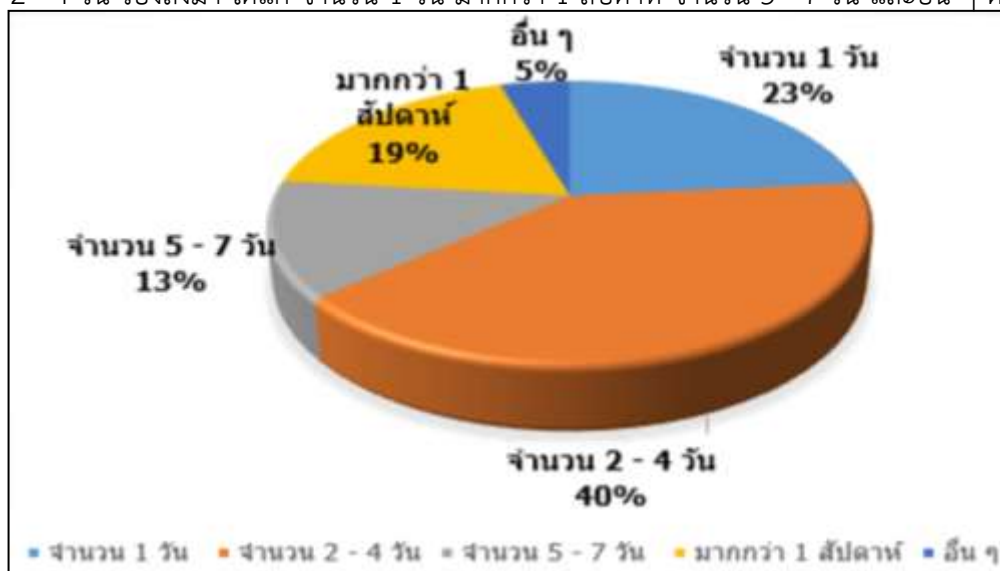
ภาพที่ 4.34 ยานพาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.7) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.7.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 - 4 วัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 วัน จำนวน 5 - 7 วัน จำนวน 13 คน อื่นๆ และมากกว่า 1 สัปดาห์ ตามลำดับ

1.7.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ มากกว่า 1 สัปดาห์ รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 - 4 วัน จำนวน 5 - 7 วัน จำนวน 1 วัน และอื่น ๆ ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 2 - 4 วัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 วัน มากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 5 - 7 วัน และอื่น ๆ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.35 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.8) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.8.1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 - 4 วัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 วัน จำนวน 5 - 7 วัน จำนวน 13 คน อื่นๆ และมากกว่า 1 สัปดาห์ ตามลำดับ

1.8.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ มากกว่า 1 สัปดาห์ รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 - 4 วัน จำนวน 5 - 7 วัน จำนวน 1 วัน จำและอื่น ๆ ตามลำดับ

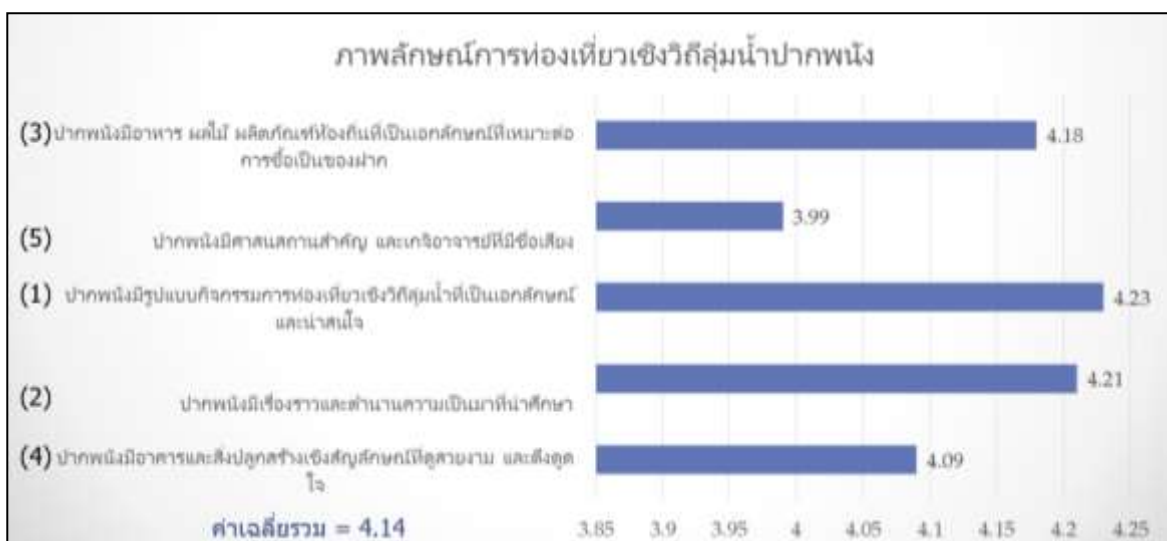
โดยรวมแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 2 - 4 วัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 วัน มากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 5 - 7 วัน และอื่น ๆ ตามลำดับ

2) พฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

2.1) นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่รู้จักอำเภอปากพนัง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่รู้จัก อย่างไรก็ตาม ทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง ขณะที่เคยมาก็มาเพียง 2-3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอปากพนังเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล โดยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว และมักเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน อีกทั้งเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักอำเภอ

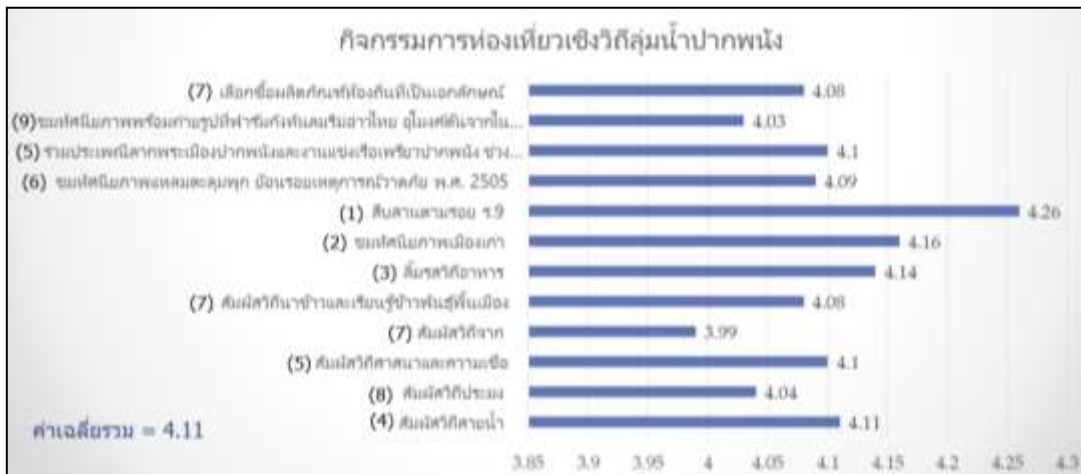
ปากพ่อง ซึ่งมีการจัดการเดินทางด้วยตนเองแต่ก็มีที่มากับหน่วยงานด้วย ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ไม่มีการค้างคืนและหากเลือกพักก็จะพักเพียง 1 คืน

2.2) ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากพ่องเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปากพ่องมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีเรื่องราวและตำนานความเป็นมาที่น่าสนใจ มีอาหาร ผลไม้ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก มีอาคารและสิ่งปลูกสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่สวยงามและดึงดูดใจ และมีศาสนสถานสำคัญ และเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง



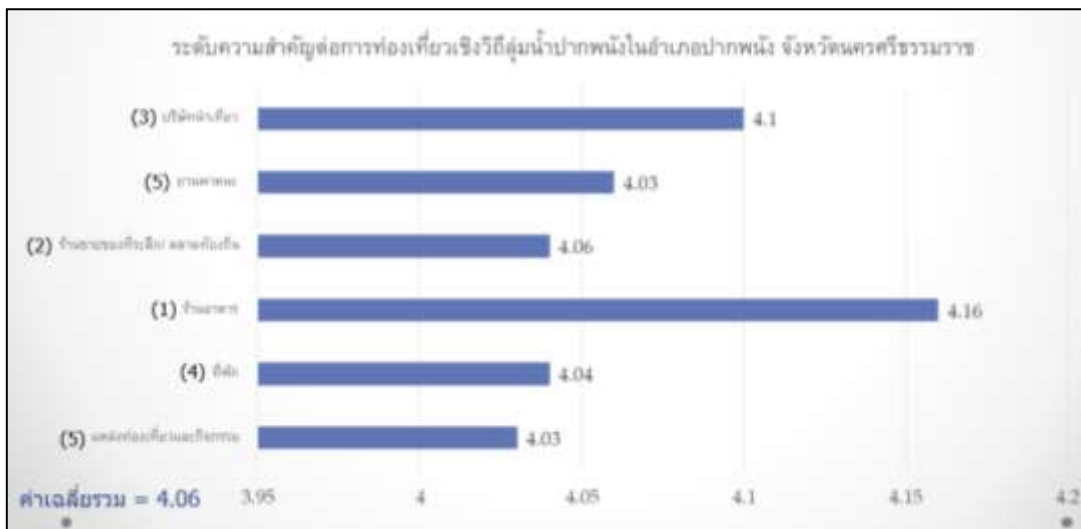
ภาพที่ 4.36 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากพ่อง

2.3) ความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ สืบสานตามรอย ร.9 ชมทัศนียภาพเมืองเก่า ถิ่นรสวิถีอาหาร สัมผัสวิถีสายน้ำ สัมผัสวิถีศาสนาและความเชื่อ ร่วมประเพณีลากพระเมืองปากพ่องและงานแข่งเรือเพรียวปากพ่อง ช่วงเดือน 11 ตามปฏิทินจันทรคติ (ตุลาคม) ชมทัศนียภาพแหลมตะลุมพุก ย้อนรอยเหตุการณ์ว่าตภัย พ.ศ. 2505 สัมผัสวิถีนาข้าวและเรียนรู้ชาวพันธุ์พื้นเมือง เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ สัมผัสวิถีประมง ชมทัศนียภาพพร้อมถ่ายรูปที่ฟาร์มกังหันลมริมอ่าวไทย อุโมงค์ต้นจากในชุมชนบ้านเกาะไชย สะพานไม้ไผ่ ชุมชนบ้านบางศรีจันทร์ และสัมผัสวิถีจากชุมชนขนานนา



ภาพที่ 4.37 ความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพอง

2.4) ระดับความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ร้านอาหาร บริษัทน้ำเที่ยว ยานพาหนะ ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก/ ตลาดท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม



ภาพที่ 4.38 ระดับความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง

4.2.2 ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยกำหนดคำถามเป็นลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 30 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนังปัจจุบัน พบว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ในปากพนัง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน และนักท่องเที่ยวอิสระที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากสื่อต่างๆ และผ่านทางบริษัทนำเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ปากพนังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มีความสนใจวิธีการคัดเลือกและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากวังนก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจะมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีประมงจากกิจกรรมล่องเรือชมบาง การทำขนมลาและตลาดร้อยปีซึ่งเป็นตลาดเล็กๆ แต่เก่าแก่และมีประวัติยาวนานมานับร้อยปี โดนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเข้ามาท่องเที่ยวปากพนังส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยวิธีการผ่านทางบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วส่งต่อไปยังบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น ขณะที่ประชาชนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ตื่นตัวเรื่องของการเป็นเมืองท่องเที่ยว

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มแบ่งข้อมูลแยกย่อยเป็น 7 ด้าน ดังนี้

2.1) ด้านผลิตภัณฑ์

พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอยู่ในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่บ้านขนานนก นาข้าวที่บ้านชะเมา บ้านหูล่อง และบ้านเพิง ขนมลาที่บ้านหอยรากและบ้านท่าพญา กะปิที่บ้านไก่อโด กลุ่มเลี้ยงปลากระชังที่บ้านท้องโก่งกาง ปลากระบอกร้าแห่งชุมชนปลายแหลมตะลุมพุก กลุ่มวิถีประมงที่อ่าวปากพนัง (การถักเลน หาปลาเชื้อและดำจับปลาตุกทะเลด้วยมือเปล่า) รังนกนางแอ่นย่านตัวเมืองปากพนังและรวมถึงตำนานงานบุญสารทเดือนสิบ ตำนานประเพณีแห่ผ้าขึ้นพระบรมธาตุและประเพณีชักพระล้วนมีจุดเริ่มต้นจากพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง และการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อหรือศาสนา เช่น พระผุดและร่องรอยพราหมณ์-ฮินดูแห่งวัดนันทาราม พ่อท่านเขียวแห่งวัดทรงบน นอกจากนี้ ยังมีตลาดเก่าริมแม่น้ำหรือที่เรียกว่า “ตลาดเย็น” ซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าเกษตร ประมงบริเวณริมแม่น้ำ และมีร้านค้าของของเงินโบราณเรียงรายอยู่ในบริเวณนั้นซึ่งยังไม่มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ

2.2) ด้านราคา

สำหรับการตั้งราคาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่นิยมเสียค่าใช้จ่ายที่สูงเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องมีการควบคุมการตั้งราคาสำหรับสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่ปานกลางไม่แพงและเน้นความคุ้มค่าในการใช้จ่ายใช้สอยไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการของร้านอาหารแหลมตะลุมพุก ตลาดน้ำร้อยปี และผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของอำเภอปากพนังเพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

2.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังอันที่มีความเป็นจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีบริษัทนำเที่ยวนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงด้วยวิธีผ่านสื่อออนไลน์ แต่จำนวนบริษัทนำเที่ยวที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับหลักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น วัดพระธาตุฯ คีรีวงและขนอม รวมทั้งมีช่องทางของการเดินทางเฉพาะรถโดยสารในส่วนของการบริการจากตัวอำเภอเมืองนครศรีธรรมราชเข้าสู่อำเภอปากพนังยังมีปริมาณรถน้อย จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวจะเดินทางมาด้วยตนเอง

2.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีการสื่อสารผ่านการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลผัดหมี่และของดีเมืองปากพนัง งานแข่งเรือชักพระ แข่งเรือเพรียว บุญสารทเดือนสิบ งานเชิญผ้าขึ้นพระธาตุฯ และตลาดย้อนยุค เป็นต้น การประชาสัมพันธ์และการกระจายข่าวสารข้อมูลให้แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการบอกปากต่อปากเป็นหลัก รองลงมาคือเป็นการรับรู้โดยการใช้ สื่อดิจิทัล (Digital Media) ประกอบด้วย Facebook Fanpage Blogger Youtube Line Instagram และเว็บไซต์ต่าง ๆ

2.5) ด้านบุคคล

ผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังได้แก่ บุคลากรภาครัฐ บุคลากรของสถานประกอบการ และประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้น หน่วยงานรัฐควรร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์และดูแลนักท่องเที่ยว โดยการดำเนินการให้บริการนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการใช้วิถีวัฒนธรรมมาผสมผสานกับการต้อนรับที่มีความสุภาพอ่อนน้อมเป็นมิตรและจริงใจของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนในท้องถิ่นที่มีความมีความมิตร อธิยาศัยดียิ้มแย้มมีน้ำใจและเป็นเจ้าบ้านที่ดี แต่บางคนอาจจะพูดจาไม่กระด้างกระเดื่องเนื่องจากขาดการอบรม จึงทำให้การบริการมีมาตรฐานน้อย

2.6) ด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมของอำเภอปากพนัง บุคลากรผู้ให้บริการมีความกระฉับกระเฉงสะดวกรวดเร็วและเป็นระบบในการให้บริการนักท่องเที่ยว แต่มีบางแหล่งที่ระบบการให้บริการไม่มีมาตรฐานแต่ถึงกระนั้นการให้บริการก็ไม่ช้าและผู้ให้บริการมีความไม่ตรีจิตในการให้บริการแก่ผู้มาเยือน

2.7) ด้านลักษณะกายภาพ

มีการจัดการเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี โดยมีการวางผังเมืองถือว่ามีเส้นหน้ของถนนเดินทางทางเดียว (One-way Road) วงเวียนตลาดริมน้ำร้อยปี และมีทัศนียภาพของ

สองฝั่ง แม่น้ำปากพนังที่ได้เห็นวิถีชีวิตคนปากพนัง คอนโดรีนุก และปล่องโรงสีไฟที่ทำให้ดูมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่นบวกกับความงามของกังหันลมและประตูน้ำในโครงการหลวง และควรมีการดูแลและรักษาความเป็น เอกลักษณ์ เช่น การดูแลบูรณะตึกอาคารเก่า การออกแบบควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนหรือภาคประชาชน ทำหน้าที่ดูแลร่วมกัน เป็นต้น

3) จุดแข็ง และจุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัด นครศรีธรรมราช มีรายละเอียดดังนี้

3.1) จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัด นครศรีธรรมราช คือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่

3.1.1) ด้านธรรมชาติและระบบนิเวศ มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามหลาย แห่งไม่ว่าจะเป็นทางด้านทะเล แม่น้ำปากพนัง แหล่งตะลุมพุก หรือทัศนียภาพบริเวณปากอ่าวแม่น้ำปากพนัง รวมถึงความสมบูรณ์ของป่าชายเลนที่มีระบบนิเวศของน้ำกร่อยที่สำคัญ

3.1.2) ด้านสิ่งปลูกสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่อำเภอปากพนังมีทรัพยากรการ ท่องเที่ยวด้านสิ่งปลูกสร้างหลายแห่งที่น่าสนใจ เช่น พระตำหนักประทับแรม ประตูละบายน้ำอุทกวิทยา ประสิทธิ์ อาคารเฉลิมพระเกียรติจำลองประวัติศาสตร์ลุ่มน้ำปากพนัง โรงสีข้าวโบราณที่ได้เปรียบเทียบกับปล่องท่อ โรงสีของกลุ่มน้ำปากพนังที่เรียงรายกันนี้ เปรียบเสมือน “แจกันที่สูงที่สุดในโลก” และแสดงให้เห็นถึงการเป็นเมืองที่ ค้าขายข้าวที่สำคัญในอดีต นอกจากนี้ บ้านรังนกนางแอ่นซึ่งถือว่าอำเภอปากพนังเป็นเมืองที่มีบ้านรังนกนางแอ่น มากที่สุดในประเทศไทย โดยตึกรังนกแห่งแรกในอำเภอปากพนังนั้น คือ ตึกรังนกสามชั้น ซึ่งอยู่กลางใจเมือง และ ที่สำคัญยังมีสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพเป็นที่ระลึกได้ อีกทั้งยังมีทรัพยากร ด้านสิ่งก่อสร้างทางด้านศาสนสถานที่สำคัญหลายแห่งต่าง ๆ เช่น วัดนันทาราม วัดรามประดิษฐ์ เป็นต้น และด้าน กิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิต

3.1.3) ด้านงานประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น งานประเพณีชักพระ แข่งเรือเพรียว ซึ่งเริ่มที่อำเภอปากพนังเป็นแห่งแรก งานประเพณี วันสารทเดือนสิบ งานเชิญผ้าขึ้นพระธาตุฯ เป็นต้น

ผู้ให้ข้อมูลต่างให้ข้อมูลที่ตรงกันว่าจุดแข็งหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวของกลุ่มน้ำปาก พนังสามารถสร้างข้อได้เปรียบมากกว่าเมืองท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่เทียบเคียงกัน รวมไปถึงสามารถสร้างแรงจูงใจ ต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ความหลากหลายทางการท่องเที่ยว (Variety of Tourism)

3.2) จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัด นครศรีธรรมราช คือ ด้านการจัดการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ปัจจุบันอำเภอปากพนังมีความพร้อมในการจัดการ ด้านประปา ด้านไฟฟ้า และระบบโทรคมนาคม แต่ต้องทำการขยายไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพียงพอ และ ควรมีการวางแผนรองรับการขยายตัวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคตในด้านการออกแบบสิ่งก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลข่าวสารและจัดสถานที่จอดรถไว้สำหรับให้รถ

บริการนักท่องเที่ยว เพราะในปัจจุบันเมื่อมีรถนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่เข้ามาจะมีปัญหาเรื่องที่จะจอดรถมาก อีกทั้งควรจัดบริการห้องน้ำให้แก่นักท่องเที่ยวที่สะอาดและเพียงพอกระจายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ

4) สาเหตุของปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

ข้อความจำกัดของพื้นที่ คือ เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ลุ่มแม่น้ำปากพนังเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด โดยเฉพาะช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดช่วงเทศกาลที่จอดรถไม่เพียงพอและระบบสาธารณูปโภคที่ยังไม่ดีพอ อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องความแออัดของพื้นที่ในช่วงเทศกาลและปัญหาขยะที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรที่การดูแลแหล่งท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และสิ่งสำคัญคือปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายน้อยลง

5) คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่อย่างต่อเนื่องแล้ว ควรพัฒนาเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและน่าดึงดูดมากขึ้น จัดทริปหรือจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว นำเสนอจุดเด่นทางธรรมชาติในพื้นที่และวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว ในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง โดยการนำเอาประโยชน์ของเทคโนโลยีมาใช้ เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network) ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของลุ่มแม่น้ำปากพนัง นอกจากนี้ ควรมีองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้แก่ผู้นำชุมชนชาวบ้านและเยาวชนในท้องถิ่น

6) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด

ปากพนังเป็นอำเภอเล็ก ๆ ที่มีเสน่ห์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อชมความงดงามทางศิลปะและวัฒนธรรม ก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาด 100 ปีเมืองปากพนัง ชายทะเลแหลมตะลุมพุก วิถีประมงพื้นบ้านที่อ่าวปากพนัง (การถีบเลนหาปลา เชื้อและดำจับปลาตุกทะเลด้วยมือเปล่า) วัดนันทาราม วัดทรงบน และวัดรามประดิษฐ์ อีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอปากพนัง เช่น การล่องเรือชมทัศนียภาพ 2 ฝั่งแม่น้ำ โดยเริ่มล่องเรือตั้งแต่ประตูระบายน้ำอุทกวิภาชประสิทธิ์ไปจนถึงปากอ่าวบริเวณแหลมตะลุมพุกซึ่งในวันขึ้น 15 ค่ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นพระอาทิตย์ตกและพระจันทร์ขึ้นพร้อม ๆ กันที่บริเวณปากอ่าวนี้ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาศึกษาระบบนิเวศน์ป่าชายเลนกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน ปล่อยพันธุ์ปลา พันธุ์กุ้ง

บริเวณปากอ่าวแหลมตะลุมพุก นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมตึกวังนกงางแอนด์ซึ่งมีกระจายอยู่ในเขตเทศบาลเมืองปากพนัง และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมสวนเกษตรที่เปิดบริการสำหรับการท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น สวนหลากพันธุ์ ตำบลหูล่อง หรือคลองสุขุม และยังมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักในหมู่บ้านหรือโฮมสเตย์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การทำสวน การประมงชายฝั่ง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายหาซื้อสินค้าทางเกษตรสินค้าที่ระลึกจากแหล่งผลิตโดยตรง นอกจากนี้ยังพบว่าอำเภอปากพนังยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายอย่างที่เพิ่มเติมเข้าไป เช่น กิจกรรมพายเรือคายัคบริเวณริมเขื่อน (ประจวบคิยวภูมิวิทยาเกษตร) กิจกรรมพายเรือคายัคบริเวณป่าชายเลนปากอ่าว ซึ่งเป็นป่าชายเลนที่สมบูรณ์มากๆ มีเนื้อที่ประมาณ 40,000 ไร่ เป็นต้น จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นยังพบว่าอำเภอปากพนังนั้นมีโรงสีข้าวโบราณที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญมาแต่โบราณของอำเภอปากพนัง แสดงให้เห็นถึงการเป็นเมืองที่ค้าขายข้าวที่สำคัญในอดีต

4.2.3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัด

นครศรีธรรมราช ประมวลผลจากข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และผลการประชุมระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดประโยชน์และการนำสู่การดำเนินการนำเสนอการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายในแนวคิด “VENICE Pak Phanang” โดยคำว่า “NICE” ประกอบด้วย

1) V = Value เป็นการมุ่งเน้นถึงการตอกย้ำจุดขายที่มีเอกลักษณ์ของวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนัง โดยเน้นการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพทั้งในเรื่องของการท่องเที่ยวในชุมชน การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์ อาหารถิ่น และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการส่งเสริมสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การมาพักผ่อนและการเลือกมาทำกิจกรรมท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังแล้วรู้สึกว่ามีแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา

2) E = Ecotourism เป็นการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนังที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีรูปแบบกระบวนการเรียนรู้การท่องเที่ยวที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อเชื่อมต่อกันทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง

3) N = Niche Market เป็นการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มรักสุขภาพ และกลุ่มศึกษาดูงาน ซึ่งบริบทของแหล่งท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำปากพนังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการเรื่องของสถานที่ที่มีความสงบผู้คนไม่พลุกพล่านและเป็นสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ ส่วนกลุ่มรักสุขภาพที่มีความชอบเรื่องของอาหารที่มีความสดและสะอาด และกลุ่มศึกษาดูงานที่มีความสนใจในเรื่องของโครงการราชดำริและธุรกิจด้านรังนก

4) I = Integrations Marketing Communication (IMC) การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายและเหมาะสมระหว่างแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อดิจิทัล (Digital Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ดังนี้

4.1.1) สื่อมวลชน ได้แก่

- คู่มือการท่องเที่ยว เช่น คู่มือการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองปากพอง คู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จัดทำโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- วารสารทางการท่องเที่ยว เช่น อสท. Honeymoon and Travel Places & Prices Outdoor Thailand Travel Guide Magazine Trips Dazzle Tasteful Travel Voyage Travel & Lifestyle Advanced Thailand Geographic (ATG) เที่ยวรอบโลก (Around the World) เป็นต้น

- รายการโทรทัศน์ เช่น คาราวานสำราญใจ เที่ยวไปในชุมชน (ช่อง 3) เปรี๊ยะปากเซ็คอิน (ช่อง 3) เที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ (ช่อง 3) คู่เลิฟทะเลอนทัวร์ (ช่อง 9) เทยเที่ยวไทย (ช่อง One) ตลาดสดสนามเป้า (ช่อง 5) อนุวัตจัดให้ (ช่อง 7) เป็นต้น

- ปฏิทินการท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ ตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลผ้าหมี่และของดีเมืองปากพอง (มิถุนายน) เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ-วันขนมลา (กันยายนหรือตุลาคม) ลากพระแข่งขันเรือเพรียว (ออกพรรษาช่วงพฤศจิกายน) เป็นต้น

- นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย งานเที่ยวไทยไปทั่วโลก งานแสดงสินค้า OTOP เป็นต้น

- องค์กรเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น ชมรมผู้เกษียณอายุ กระทรงหรือกรมหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

4.1.2) สื่อออนไลน์ ได้แก่

- เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Trip.com Travel.sanook.com Travel.kapook.com Painaidee.com เป็นต้น

- ยูทูบ (Youtube) ของรายการทางการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นช่องรายการทั่วไป (Channel) และช่องของรายการท่องเที่ยวทางทีวีแบบย้อนหลังด้วย

4.1.3) สื่อบุคคล คือ ผู้นำทางความคิดของกลุ่มผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับรายการทางทีวีหรือโฆษณาทางทีวี เช่น คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ ในโฆษณากิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมกับโครงการเมืองไทยวัยเก๋า คุ่มทั่วไทย (เพื่อผู้สูงอายุ) ของเมืองไทยประกันชีวิต คุณนพพล โกมารชุน ในโฆษณาประกันชีวิตสูงวัยใช่เลยของ

อยุธยาอินซ์ คุณยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ ในรายการกินได้ก็กินของช่องไทยรัฐทีวี หม่อมหลวงศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ ในรายการหมึกแดง ทราเวลล็อก (ช่อง PPTV) เป็นต้น

4.2) นักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ดังนี้

4.2.1) สื่อมวลชน ได้แก่

- คู่มือการท่องเที่ยว เช่น คู่มือการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองปากพอง คู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จัดทำโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- ปฏิทินการท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ ตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลผ้าหมี่และของดีเมืองปากพอง (มิถุนายน) เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ-วันขนมลา (กันยายนหรือตุลาคม) ลากพระแข่งขันเรือเพรียว (ออกพรรษาช่วงพฤศจิกายน) เป็นต้น

- องค์กรเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวดูงาน เช่น ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน สมาคมที่เกี่ยวข้องกับองค์ปกครองท้องถิ่น สโมสรโรตารี เครือสถาบันการศึกษาหรือสถาบันฝึกอบรม เป็นต้น

4.2.2) สื่อออนไลน์ ได้แก่ แฟนเพจของเฟสบุ๊กของเฉพาะหน่วยงานหรือองค์กรเฉพาะ

4.2.4) สื่อบุคคล ได้แก่ วิทยากรของหน่วยงานฝึกอบรมต่าง ๆ ตลอดจนสถาบันการศึกษาหรือสถาบันฝึกอบรม

5. C = Collaboration เป็นการร่วมมือระหว่างบุคคล ชุมชน และองค์กร ในเขตพื้นที่เพื่อร่วมกันวางแผนดำเนินการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

5.1 หน่วยงานภาครัฐ (Government Sectors) ซึ่งประกอบด้วย

5.1.1 หน่วยงานระดับชาติ (Nation Tourism Organization) ในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่กำหนดแนวนโยบายในระดับมหภาค ทั้งนี้ ในกระบวนการศึกษา คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว

5.1.2 หน่วยงานระดับภูมิภาค (Regional Tourism Organization) เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถานีตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ของเมืองท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล เป็นต้น

5.2 หน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector) คือ ภาคธุรกิจที่ทำหน้าที่ส่งมอบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตลอดวงจรบริการหรืออาจจะกล่าวได้ภาคธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มัคคุเทศก์ และพนักงานผู้ให้บริการในภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งนี้ รวมถึงสมาคมด้านการท่องเที่ยว (Association) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนในองค์กรธุรกิจที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวซึ่งมักจะรวมตัวกันในรูปแบบของชมรมหรือมีการจดทะเบียนในรูปแบบของสมาคมต่าง ๆ โดยสมาคมและกลุ่มทางสังคมด้านการท่องเที่ยวนั้นมีส่วนสำคัญต่อการรวบรวมสมาชิกและการสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหลัก ๆ ในอุปทานการท่องเที่ยว ทั้งนี้จะสามารถสร้างประโยชน์ต่อการสร้างตราสินค้าเมืองท่องเที่ยวต่อไป

5.3 ภาคชุมชน (Community) คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง กลุ่มอาชีพต่าง ๆ หรือกลุ่มผู้ผลิตภัณฑของชุมชน ทั้งนี้ จะมีบทบาทต่อการร่วมส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสอดคล้องกับการสร้างตราสินค้าเมืองท่องเที่ยว

6. E = Empathy เป็นเรื่องของคนที่ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำปากพนังจะต้องมีการตระหนักถึงการเอาใจใส่ การทำความเข้าใจ การให้ความสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม แนวคิด VENICE หรือเวนิส เป็นคำที่นักท่องเที่ยวทั่วไปจะรับรู้ว่าเป็นชื่อของเมืองที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสายน้ำเพื่อชมความงดงาม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นและแวะเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งธรรมชาติและวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่ตามแม่น้ำปากพนัง และตามลำคลองที่เชื่อมกับแม่น้ำปากพนัง คณะผู้วิจัยจึงนำคำว่า “เวนิส” มาปรับใช้ในการสร้างข้อความเพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน ใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสามน้ำเรียนรู้วิถีตามรอยพ่อ” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีลำคลองเชื่อมโยงกับแม่น้ำปากพนังมีระบบนิเวศ 3 น้ำ ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย และมีแหล่งเรียนรู้ดูงานตามรอยพ่อหลวงทั้ง ร.5 และ ร.9 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตร ประมง และอาหาร

2) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงวัย ใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสังสรรค์ย้อนวันวาน” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีร้านอาหารและบริการเรือนำเที่ยวตามลำน้ำ โดยมีอาหารพื้นถิ่นที่สดสะอาดและปลอดภัย

“NICE” จึงสรุปเป็นแผนภาพดังภาพที่ 4.39



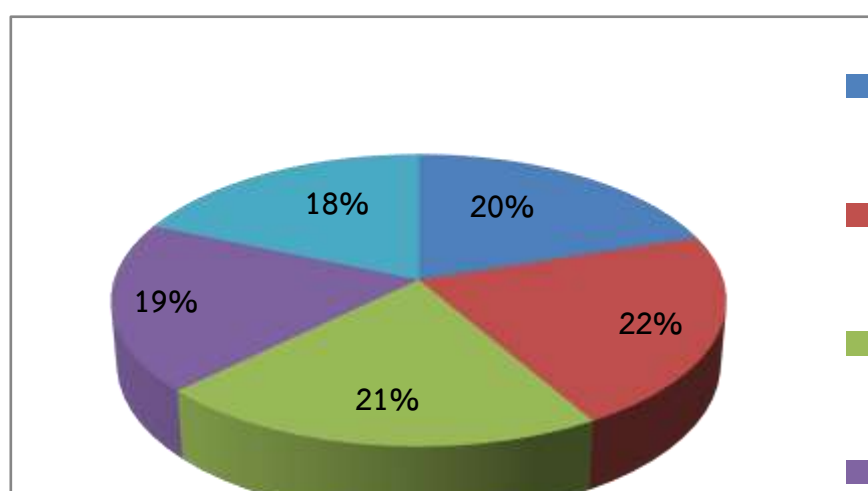
ภาพที่ 4.39 รูปแบบของกระบวนการทัศน์ VENICE กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ดำเนินการโดยโครงการย่อยที่ 3 โดยทำการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้แทนจากเทศบาลเมืองปากพนัง ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผลการวิจัยดังนี้

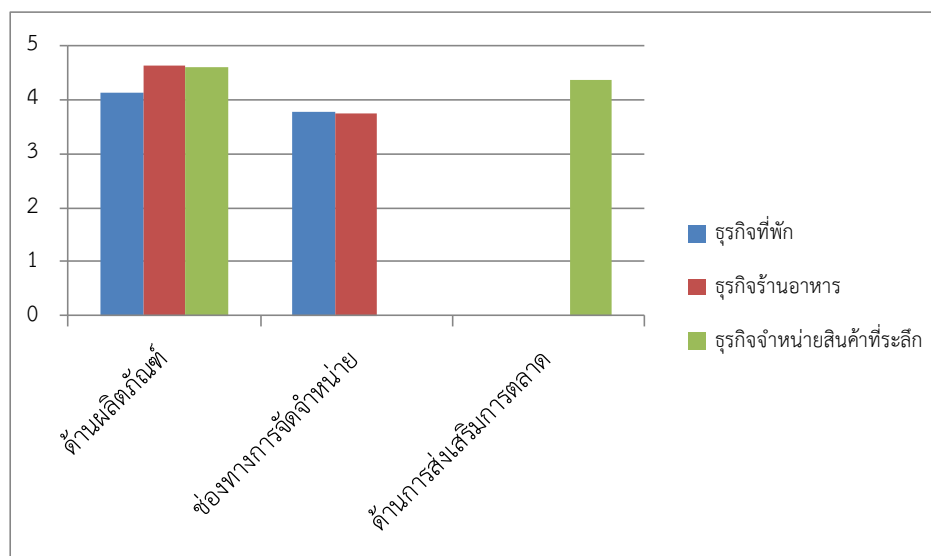
4.3.1 ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 53 คน ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 114 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 33 คน ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ภาพที่ 4.40 ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

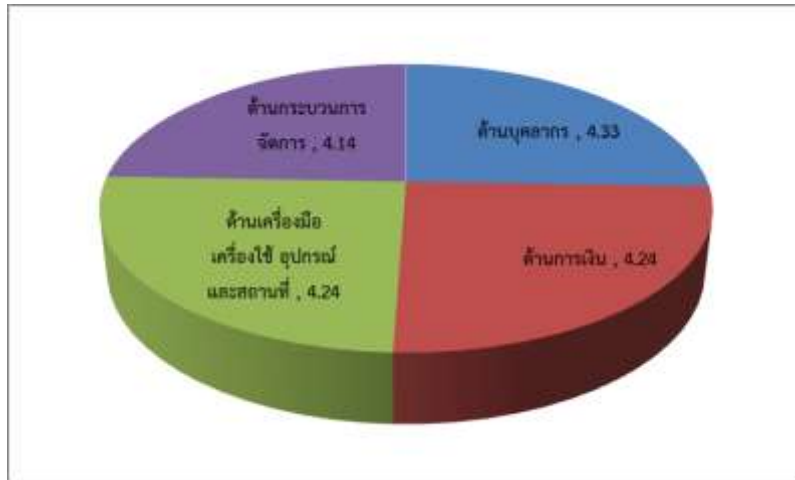
ข้อมูลระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามประเภทของธุรกิจมีดังนี้ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.14) แต่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.78) (2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) แต่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) แต่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.35)



ภาพที่ 4.41 ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามประเภทของธุรกิจ

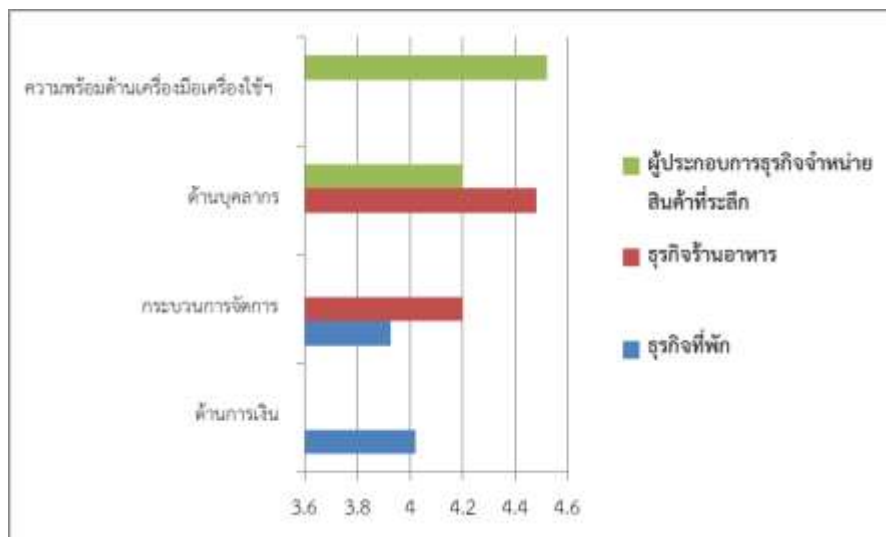
ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดย (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 (2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44)

2) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยมีความพร้อมมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.33) ด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และด้านกระบวนการจัดการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)



ภาพที่ 4.42 ความพร้อมด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ข้อมูลระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามประเภทของธุรกิจ ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักมีความพร้อมด้านการเงินมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.02) แต่มีความพร้อมด้านกระบวนการจัดการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.93) (2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความพร้อมด้านบุคลากรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) แต่ให้ความสำคัญด้านกระบวนการจัดการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความพร้อมด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) แต่มีความพร้อมด้านบุคลากรน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.20)



ภาพที่ 4.43 ข้อมูลระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปาก

พียงแตกต่างกัน โดย (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ (2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

4.3.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 70 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 คน และผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 75 คน มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก

ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาหลัก ๆ คือ นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดน้อยลง ประกอบกับปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่เปิดให้บริการห้องพักมากขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาภายในของผู้ประกอบการเอง เช่น อัตราการเข้าออกของพนักงานมีอัตราที่ค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้รวมตัวกันภายในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ลดสถานะการแข่งขันของธุรกิจ และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และชมรม/สมาคมโรงแรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหน่วยงานที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้

2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาส่วนใหญ่ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และสภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพประมง ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลค่อนข้างสูงจึงไม่สามารถนำมาจำหน่ายในราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้ ส่วนใหญ่ยังไม่เคยเข้าร่วมกับเครือข่ายใด สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมี 3 ประเด็น คือ (1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น (2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ (3) เพื่อสนับสนุน

ให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ในการเป็นบุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

3) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว และเกิดจากการรวมกลุ่มของชุมชน ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิต จึงไปสั่งสินค้าหรือซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเองผู้ประกอบการมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็น คือ (1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น (2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ (3) แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง โดยเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และเทศบาลเมืองปากพนังเป็นหน่วยงานที่จะสามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

4) ผู้แทนจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพในชุมชนเพื่อยกระดับสินค้า พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวและผลักดันการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โดยยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือมากนักจากชุมชน เนื่องจากบางพื้นที่มีความขัดแย้งเรื่องของแนวความคิดในการทำการท่องเที่ยว และยังไม่ค่อยมีความรู้ในส่วนของการทำการท่องเที่ยวมากนัก ในขณะที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือเรื่องของการส่งเสริมการขาย

4.3.3 การพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการวิเคราะห์ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความพร้อมของผู้ประกอบการในระดับสูงแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว จึงอาจไม่จำเป็นต้องในรับการพัฒนาในขณะนี้ ซึ่งตรงกันข้ามกับความพร้อมของผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับต่ำที่ควรเป็นปัจจัยที่ต้องได้รับการพัฒนา

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในประเด็นช่องทางการจัดจำหน่ายต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อในด้านการจัดจำหน่าย พบว่า การจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน การมีช่องทางชำระเงินออนไลน์ และการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่น ๆ

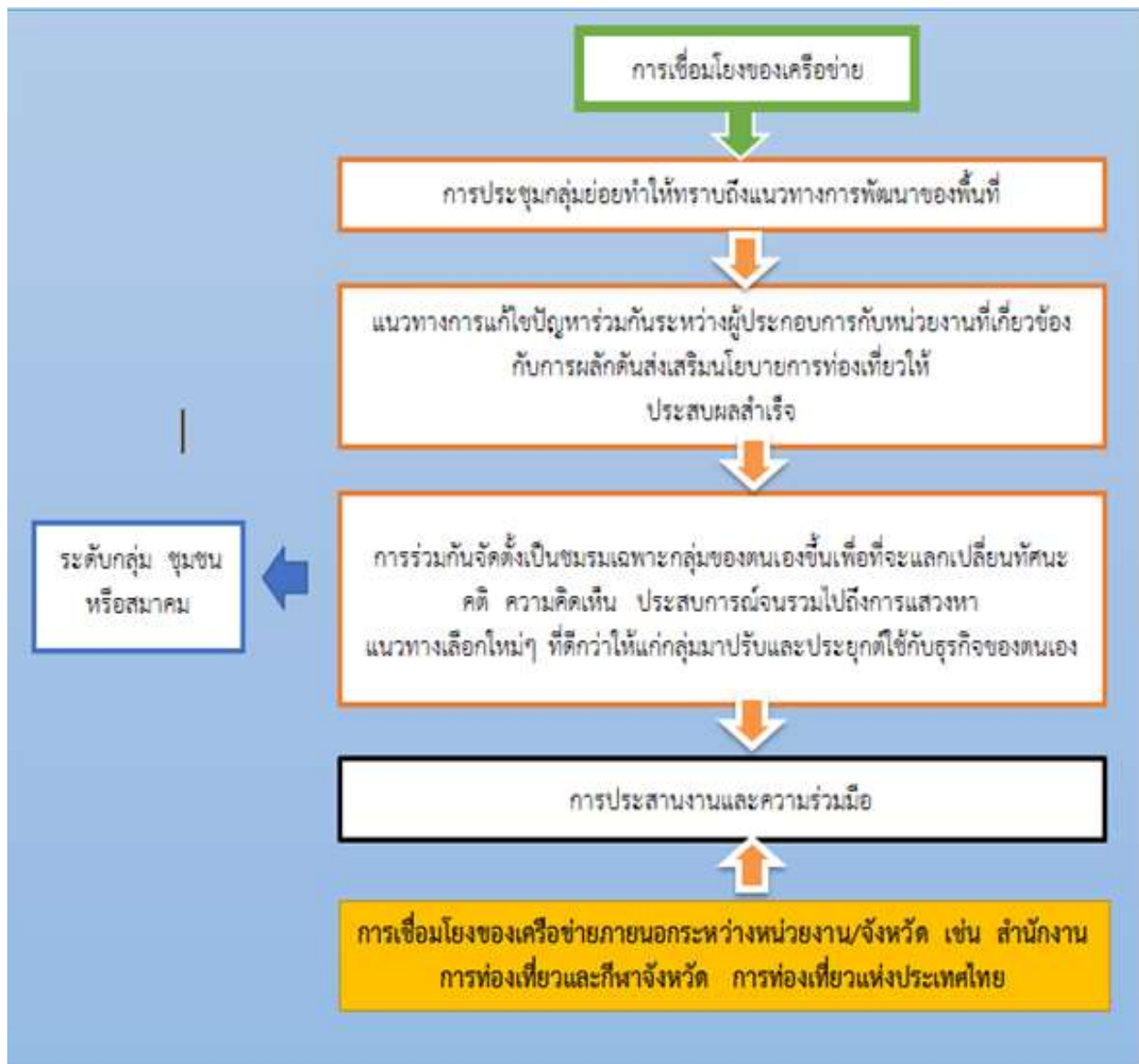
ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในประเด็นกระบวนการจัดการต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อในด้านการจัดการ พบว่า การประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง การวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังไว้อย่างชัดเจน และการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังไว้อย่างชัดเจน เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความพร้อมต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่น ๆ จากข้อมูลข้างต้น ผู้ประกอบการจึงควรได้รับการพัฒนาความพร้อม ดังนี้



ภาพที่ 4.44 แนวทางในการพัฒนาความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด

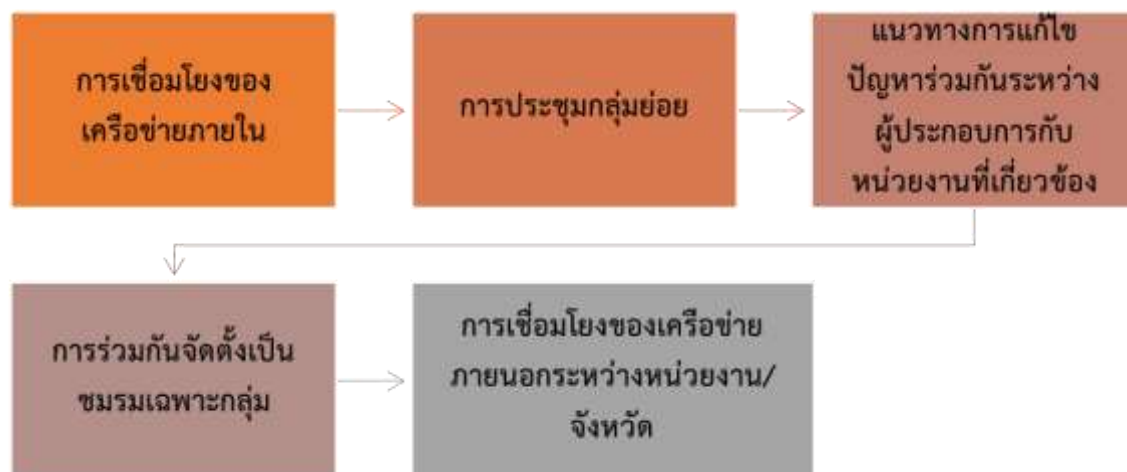
จากการสำรวจผู้ให้ข้อมูลหลักในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผลและนำมาดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยจากผู้แทน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก นักวิชาการ และหน่วยงาน ภาครัฐ

ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานส่วนปกครองท้องถิ่น ที่ซึ่งเกี่ยวข้องรับผิดชอบดูแลการจัดการและการให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อาทิเช่น อบต.ต่าง ๆ เทศบาลเมืองปากพนัง และสมาชิกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 75 ตัวอย่าง โดยคณะผู้วิจัยนำเสนอโมเดลที่ก่อให้เกิดแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.45 โมเดลแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เพื่อศึกษาค้นกระบวนการการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกลุ่มระดับจังหวัดกันแต่ยังไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะระดับตำบล หรืออำเภอ ทั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยและกลุ่มสถานประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นที่ตรงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าถ้าหากต้องการที่จะพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีระบบการดำเนินงานการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดีขึ้น ควรเริ่มจากกระบวนการ “การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำ ปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความเห็นและปรึกษาถึงสถานการณ์ที่พบเจอกันในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึก ภายในกลุ่มกันเอง หรือเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มกันเอง และในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดทำฐานข้อมูลในการวางแผนงบประมาณในการส่งเสริม ช่วยเหลือ และจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งได้ โดยมีกระบวนการ คือ



ภาพที่ 4.46 กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัว

- 1) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายใน เช่น การให้ความสำคัญที่ตัวบุคคล ผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์ หรือความอาวุโส เป็นต้น
- 2) การประชุมกลุ่มย่อยทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาของพื้นที่
- 3) แนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

4) การร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่มของตนเองขึ้นเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น ประสพการณ์จนรวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ๆ ที่ดีกว่าให้แก่กลุ่มมาปรับและประยุกต์ใช้ กับธุรกิจของตนเอง นำไปสู่การรวมกลุ่มระดับชุมชน หรือสมาคม ที่มีความเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่น มีผู้นำกลุ่มหรือ ตัวแทนกลุ่ม ในการทำหน้าที่ประสานงานและทำความร่วมมือเพื่อนำไปสู่

5) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงาน/จังหวัด เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต่อไป

หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้เปิดเวทีให้ผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แสดง ทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับโดเมนกระบวนการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัด นครศรีธรรมราชที่นำเสนอ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็นแนว ทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมีการพูดคุยในการจัดประชุมกลุ่มย่อยในกลุ่ม ประเภทของสถานประกอบการและพบข้อมูลสรุปที่สร้างอัตลักษณ์และนำไปสู่การรวมกลุ่มในการพัฒนา แนวทางเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัด นครศรีธรรมราช เฉพาะกลุ่มจากผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มดังนี้

1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่ม จังหวัด ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักมีการสอบถามความคิดเห็นเพื่อ ปรีกษาหารือในการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการ ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการร่วมกลุ่มเพื่อการ จัดตั้งกลุ่มเครือข่ายความร่วมมือเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่พักในลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยตรง โดยได้มีการนำเสนอชื่อของคุณชินวัฒน์ เจริญศรี ผู้ประกอบการจากเจริญศรี รีสอร์ท เป็นผู้นำและ เจ้าภาพในการดำเนินการจัดการร่วมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่ม เพื่อหารือ การกำหนดข้อตกลงและผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม มีการประชุมกลุ่มย่อยวิเคราะห์สถานการณ์ของ การท่องเที่ยวช่วยกันพัฒนาและผลักดันในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังใน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นแสดงความคิดเห็นเพื่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ และ หาแนวทางการแก้ไขปัญหาาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการผลักดันและส่งเสริม ผู้ประกอบการตามนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ยังไม่มีกรรวมกลุ่มเพื่อการเชื่อมโยงของ เครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่ม ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้พบว่า คุณวรวิญญา สวัสดิ์สินธุนาท ผู้ประกอบการ

จากร้านอาหารบ้านขายคลอง ขอเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในการสร้างเครือข่ายเฉพาะผู้ประกอบการจากร้านอาหารในกลุ่มน้ำปากพวงในอำเภอปากพวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยตรง จากนั้นแสดงความคิดเห็นเพื่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการดำเนินหาแนวทางการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเพื่อหารือ ประชุมกลุ่มย่อยวิเคราะห์สถานการณ์ของการท่องเที่ยวช่วยกันพัฒนาและผลักดันในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพวงในอำเภอปากพวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการบางรายในการเสนอประเด็นที่เป็นประโยชน์และถือว่ามีค่าสำคัญเป็นอย่างมากคือ การหารือเรื่องของการกำหนดข้อตกลงและผลประโยชน์ที่จะได้จากการรวมกลุ่มในครั้งนี้ ในการผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการตามนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

3) ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีการรวมกลุ่มเครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่ม ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มนี้จะมีเฉพาะจากผู้ประกอบการกลุ่มอื่นเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีผลผลิตมาจากภาคเกษตรกรรมและวิถีประมง มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพเฉพาะกลุ่มอาชีพ อาทิเช่น กลุ่มปลากระบอกร้า กลุ่มส้มโอทับทิมสยาม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกยังแสดงเจตนาความต้องการรวมกลุ่มของฝากและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก เพื่อการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่มกัน นอกจากนั้นยังต้องการรวมกลุ่มระหว่างกลุ่มธุรกิจด้วย เพื่อประโยชน์การเชื่อมโยงและการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง และมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตนเองและช่วยกันขยายช่องทางให้การส่งต่อผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้ออีกด้วย

4) ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น เทศบาลเมืองปากพวง หน่วยงานของภาครัฐในพื้นที่ นักวิชาการ รวมถึงบริษัททัวร์และมัคคุเทศก์ที่เข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มน้ำปากพวงในอำเภอปากพวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีที่มีศักยภาพแหล่งหนึ่งด้วยอัตลักษณ์ของพื้นที่ และวิถีชุมชนที่มีความหลากหลายและน่าสนใจตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทุกหน่วยงานจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพวงในอำเภอปากพวง จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ ทางกลุ่มได้พูดคุยกันภายในกลุ่มของตนว่า “เครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง” นั้นล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยผลักดันและส่งเสริมต่อการพัฒนาพื้นที่ฯ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อชุมชนสามารถช่วยเหลือระบบหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ การหารายได้และขับเคลื่อนความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงเปิดประเด็นการพูดคุยที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พอดีช่วยเหลือได้ คือ

4.1) การปรับปรุงด้านระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

4.2) ด้านความช่วยเหลือและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว คนในชุมชนทั้ง ความรู้สึกและทรัพย์สิน เช่น อปพร. กล้องวงจรปิด ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

4.3) ด้านสาธารณสุข ความสะอาดของอาหาร เช่น การจัดโครงการให้ความรู้ ด้านสุขอนามัยสำหรับพื้นที่ให้บริการและกระบวนการสุขอนามัยสำหรับผู้บริโภค

4.4) งานปรับปรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่ เช่น ป้ายสื่อความหมาย การจัดการขยะ การควบคุมโรค

4.5) ศูนย์บริการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง และอีกหนึ่งประเด็นที่ขาดไม่ได้เลยคือ

4.6) การแจ้งให้คนในชุมชนทราบถึงการพัฒนาของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่นการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่คนในชุมชนทราบต่อไป

ในการจัดประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ คณะนักวิจัย พบว่า ประเด็นที่มีการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นร่วมกันในแต่ละกลุ่มย่อยนั้น สามารถสกัดออกมาเป็นข้อตกลง “แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีประกอบไปด้วยประเด็นดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องความต้องการเป็นไปในทิศทางเดียวกับการจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย

2) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องมีวัตถุประสงค์เดียวกับการจัดตั้งกลุ่มกลุ่มเครือข่าย

3) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องแสดงความคาดหวังหรือมีเป้าหมายที่มีประโยชน์ร่วมกัน ในการจัดตั้งกลุ่มกลุ่มเครือข่าย

4) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในการ กำหนดข้อตกลง ผลประโยชน์ร่วมกัน ในการจัดตั้งกลุ่มกลุ่มเครือข่าย

5) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการบริหารและกำหนด ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบงานเครือข่ายในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายควรประชาสัมพันธ์ให้กลุ่ม คนภายนอกมารับทราบข้อมูลและเข้าร่วมกลุ่มเพิ่มเติม เนื่องจากปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่ทุกวัน

6) ผู้เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายต้องสามารถให้ความร่วมมือได้ทั้งภายในและระหว่าง เครือข่ายตามโอกาสและสถานการณ์

การจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการ ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช นั้นได้เล็งเห็นถึง

การใช้ประโยชน์ของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิเช่น บริษัททัวร์ หน่วยงานที่ดูแล
ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังต่อไปนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ แบ่งออกเป็น 7 วิถี ดังนี้

1.1) ตามรอยพ่อ ร.9 และ ร.5 ได้แก่ โรงสีจักรไอน้ำแห่งแรกของภาคใต้ในสมัย ร.5 โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แหยมตะลุมพุก และการล่องเรือฟังเรื่องเล่าบ้านของพ่อ ร.9

1.2) วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง ได้แก่ การล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำปากพนังเยี่ยมชมสถานที่สำคัญย่านชุมชนตลาดเก่า ทำน้ำเก่า วัดสองฝั่งแม่น้ำ ชมเมืองเก่า เช่น ดึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดร้างนกแอ่น ตลาดริมน้ำร้อยปี เป็นต้น และตลาดย้อนยุค

1.3) วิถีศาสนาและความเชื่อ ได้แก่ พระพุทธรูปและศิวิลิ่งพันปีแห่งวัดนันทาราม ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลแม่นางโดย พ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน และโบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้อายุร้อยกว่าปีแห่งวัดรามประดิษฐ์

1.4) วิถีประมง ได้แก่ นั่งเรือหางยาวชมชุมชนในบาง (คลอง) ชุมชนรอบอ่าวปากพนังเพื่อชมทัศนียภาพ การดำรงชีวิตของชาวประมงในพื้นที่ เช่น การยกยอ การดักปลาหรือปู การถีบเลนเก็บหอย และการเลี้ยงปลากะพง เป็นต้น

1.5) วิถีเกษตร ได้แก่ นาข้าว ไร่จาก และสวนส้มโอทับทิมสยาม

1.6) วิถีอาหาร ได้แก่ ขนมลาบ้านหอยรอก การรับประทานอาหารพื้นถิ่น เช่น หมี่เมืองนัง ขนมจีน อาหารทะเล เป็นต้น มันกุ้ง ปลากระบอก ปลากระบอกตากแห้ง ปลากระบอกผ่า ปลากระบอกร้า ส้มโอทับทิมสยาม น้ำส้มจาก น้ำตาลจาก และกะปิ

1.7) วิถีประเพณีเมืองนั้ง ได้แก่ ประเพณีลากพระทางน้ำและแข่งเรือเพรียว เทศกาลผัดหมี่และของดีเมืองปากพนัง

2) ผลการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านที่ได้รับการประเมินศักยภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.71, มากที่สุด) รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดการ (ค่าเฉลี่ย 3.26, ปานกลาง) ด้านกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.17, ปานกลาง) และด้านการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย 3.07, ปานกลาง) ตามลำดับ โดยพิจารณารายด้าน พบว่า

2.1) ด้านพื้นที่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับมากที่สุด ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตลาด 100 ปี และคอนโดนกแอ่น ศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ วัดรามประดิษฐ์ งานลากพระแข่งเรือเพรียวตลาดเช้าเมืองนั้ง บ้านขนมลา บ้านขนมลาสวน ส้มโอทับทิมสยาม ล่องเรือปากพนัง วัดนาควารี (หูล่อง)แหลมตะลุมพุก กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย วิถีจากปากพนัง วิถีจากปากพนัง วัดเกาะนางโดย และศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ ตลาดย้อนยุคปากพนัง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ชายทะเลสะพานตัวที่ ข้าวพันธุ์พื้นเมืองและขนมจีน หมี่เมืองนั้ง

2.2) ด้านการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก บ้านขนมลา วัดรามประดิษฐ์งานลากพระแข่งเรือเพรียว ศาลาหลวงพ่อโอภาสี วัดนันทาราม และสวนส้มโอทับทิมสยาม ศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ วิถีจากปากพนัง ล่องเรือปากพนัง ตลาด 100 ปี ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ตลาดย้อนยุคปากพนัง วัดเกาะนางโดย ชายทะเลสะพานตัวที่ กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย ข้าวพันธุ์พื้นเมือง ตลาดเช้าเมืองนั้งขนมจีน หมี่เมืองนั้ง แหลมตะลุมพุก วัดนาควารี และโรงสีโบราณแม่ครู

2.3) ด้านกิจกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับมากที่สุด คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ งานลากพระแข่งเรือเพรียว บ้านขนมลา และวิถีจากปากพนัง ศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ สวนส้มโอทับทิมสยาม วัดรามประดิษฐ์ กิจกรรมล่องเรือหางยาว เกาะไชย ล่องเรือปากพนัง วัดเกาะนางโดย วัดนันทาราม วัดนาควารี ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลเจ้าฮกเกี้ยน คอนโดนกแอ่นธุรกิจรังนก ตลาดย้อนยุคปากพนัง แหลมตะลุมพุก และโรงสีโบราณแม่ครู

2.4) ด้านการมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับมากที่สุด คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ งานลากพระแข่งเรือเพรียว บ้านขนมลา และวิถีจากปากพนัง ศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ สวนส้มโอทับทิมสยาม วัดรามประดิษฐ์ กิจกรรมล่องเรือหางยาวเกาะไชย ล่องเรือ

ปากพนัง วัดเกาะนางโดย วัดนันทาราม วัดนาควารี่ ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลเจ้าฮกเกี้ยน คอนโดนกแอ่นธุรกิจ
รังนก ตลาดย้อนยุคปากพนัง แหลมตะลุมพุก และโรงสีโบราณแม่ครู

3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ
ปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1) ด้านพื้นที่ ควรพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นจำนวนมาก เพิ่มเจ้าหน้าที่คอย
ต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว ปรับปรุงป้ายบอกทางและเพิ่มความต่อเนื่องของป้ายบอกทางหรือป้ายสัญลักษณ์
ของแหล่งท่องเที่ยวตามจุดแยกต่าง ๆ

3.2) ด้านการจัดการ ควรมีมาตรการจัดการขยะ ส่งเสริมการใช้วัสดุธรรมชาติ ดูแลความ
ปลอดภัยในการใช้เรือและการเดินสัญจรบนทางเท้ายกระดับริมแม่น้ำ แสงสว่างตามมุมอับต่าง ๆ

3.3) ด้านกิจกรรม ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมาย มัคคุเทศก์เล่าเรื่อง นิทรรศการหรือ
พิพิธภัณฑ์มีชีวิต อาจจัดเป็นพื้นที่แสดงเรื่องราวหรือสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การล่องเรือควรมีการบรรยาย
ตลอดเวลาและมีจุดแวะที่น่าน้ำสนใจระหว่างทาง

3.4) ด้านการมีส่วนร่วม ภาครัฐควรสนับสนุนให้ชุมชนนำเสนอสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่นใน
ตลาด ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ และการดูแลความปลอดภัยแก่นัก
ท่องเที่ยว ส่งเสริมคนในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นเยาวชนหรือผู้สูงอายุหรือปราชญ์ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อ
ความหมายเล่าเรื่องราวและบริการนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้คนในชุมชนร่วมต้อนรับและดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้
เกิดความเสียหาย ตลอดจนการทำศูนย์เรียนรู้หรือทำพิพิธภัณฑ์เก็บของเก่าหรือโบราณวัตถุอันทรงคุณค่า

4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสำรวจพื้นที่และการประเมินศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ
สามารถนำผลการศึกษามาประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับตัวแทนมัคคุเทศก์ในพื้นที่ บริษัทนำเที่ยว และนักวิชาการ
ทางด้านการท่องเที่ยว ได้ข้อสรุปเพื่อเสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ จำนวน 6 เส้นทาง โดยจำแนกตามกลุ่ม
นักท่องเที่ยว ดังนี้

4.1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 2 เส้นทาง ได้แก่

4.1.1) เส้นทางที่ 1 ล่องเรือชมบาง - เล้าขานวาทภัยแหลมตะลุมพุก - ตามรอย ร.9 -
คอนโดรังนก - เรือข้ามฟากบาทเดียว - ขนมาแห่งตำนานงานบุญสารทเดือนสิบ - สวนส้มโอทับทิมสยาม

4.1.2) เส้นทางที่ 2 สวนส้มโอทับทิมสยาม - เกาะนางโดย - วัดนาควารี่ - วัดพระผุด -
ศาลาหลวงพ่อโอภาสี - โครงการพระราชดำริฯ - โรงสีแม่ครู

4.2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน จำนวน 3 เส้นทาง
ได้แก่

4.2.1) เส้นทางที่ 1 วัดพระมหาธาตุฯ - ปากพนัง หมู่บ้านชนมลา - เรือข้ามฟากบาทเดียว - ย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก - วิถีประมงคนลุ่มน้ำปากพนัง - เกษตรพอเพียงด้วยวิถีข้าวและวิถีจาก - คอนโด รังนกแอ่น - โครงการพระราชดำริฯ

4.2.2) เส้นทางที่ 2 วัดพระมหาธาตุฯ - ปากพนัง ล่องเรือในบาง - เรือข้ามฟากบาทเดียว - วิถีประมงคนลุ่มน้ำปากพนังเกษตรสมัยใหม่ที่สวนส้มโอทับทิมสยาม - ตลาดร้อยปีปากพนัง - คอนโดรังนกแอ่น

4.2.3) เส้นทางที่ 3 วัดพระมหาธาตุฯ - ปากพนัง ล่องเรือในบาง - เรือข้ามฟากบาทเดียว - วิถีประมงคนลุ่มน้ำปากพนังย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก - ตลาดร้อยปีปากพนัง - คอนโดรังนกแอ่น

4.3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (สังสรรค์-เลี้ยงรุ่น) จำนวน 1 เส้นทาง คือ วัดพระมหาธาตุฯ - สวนส้มโอทับทิมสยาม - เรือข้ามฟากบาทเดียว - ตลาด 100 ปี - คอนโดรังนก - หลวงพ่อโอภาสี - มหัทธจรยพระผุดและศิวิลิ่งค์พันปี - กังหิณยักษ์ริมทะเล - ล่องเรือ ดินเนอร์ยามเย็น

5.1.2 เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอ ปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างยั่งยืน

การศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีสถานภาพโสด ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน คือ 15,001-25,000 บาท มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่มาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีทัศนียภาพสวยงาม มักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 2,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 2-4 วัน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชน มีรายได้ต่อเดือน คือ 501-1,500 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่มาจากมาเลเซีย มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีทัศนียภาพสวยงาม มักเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ในช่วงลาพักร้อนจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะ คือ เครื่องบิน มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ มากกว่า 1 สัปดาห์

2) พฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอปากพนังเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง คือ ความหลากหลายและรสชาติของอาหาร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง คือ เพื่อน บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว คือ ครอบครัว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางด้วยตนเองโดยรถยนต์ส่วนตัว มักไม่พักค้างคืน ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากเพื่อน/ญาติ

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก โดยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ปากพนังมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ รองลงมา คือ ปากพนังมีเรื่องราวและตำนานความเป็นมาที่น่าสนใจ ปากพนังมีอาหาร ผลไม้ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก ปากพนังมีอาคารและสิ่งปลูกสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่ดูสวยงามและดึงดูดใจ และปากพนังมีศาสนสถานสำคัญ และเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อันดับ 1 คือ สืบสานตามรอย ร.9 เช่น พระตำหนักประทับแรม ปากพนัง ประตูนํ้าอุทกวิภาคประสิทธิ์แห่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ การชมทัศนียภาพเมืองเก่า เช่น ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดร้างนางแอน ตลาด 100 ปี ตลาดย้อนยุคปากพนัง เป็นต้น ลิ้มรสวิถีอาหาร เช่น ผัดหมี่เมืองนัง ต้มส้มปลากระบอก น้ำแข็งใสร้อยสิบ เป็นต้น สัมผัสวิถีสายน้ำ เช่น ล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำปากพนังเพื่อชมคอนโดร้างนางแอนริมน้ำ ปากปล่องโรงสีไฟจักรไอน้ำ เป็นต้น สัมผัสวิถีศาสนาและความเชื่อ เช่น พระพุทธรูปและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลแม่นางโดยพ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน และโบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้ร้อยกว่าปี

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชในด้านร้านอาหาร โดยประเด็นที่ได้รับการให้ความสำคัญด้านร้านอาหารมากที่สุด คือ มาตรฐานการบริการของพนักงาน รองลงมา ได้แก่ ด้านบรรยากาศ โดยประเด็นที่ได้รับการให้ความสำคัญด้านบรรยากาศมากที่สุด คือ มาตรฐานการบริการของพนักงานและมัคคุเทศก์ ด้านร้านขายของที่ระลึก/ตลาดท้องถิ่น โดยประเด็นที่ได้รับการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว และราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม ด้านที่พัก โดยประเด็นที่ได้รับการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความเป็นธรรมชาติของที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม และด้านยานพาหนะ โดยประเด็นที่ได้รับการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ

ความเป็นเอกลักษณ์และน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัย และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีจุดเชื่อมต่อการบริการระหว่างชนิดยานพาหนะ เช่น ลงรถต่อเรือ ลงรถต่อมอเตอร์ไซค์ รับจ้าง เป็นต้น

3) สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มแม่น้ำปากพนังปัจจุบัน

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ในปากพนัง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน และนักท่องเที่ยวอิสระที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และผ่านทางบริษัทนำเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ปากพนังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มีความสนใจวิธีการคัดเลือกและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากรังนก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจะมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีประมงจากกิจกรรมล่องเรือชมบาง การทำขนมลา และตลาดร้อยปีซึ่งเป็นตลาดเล็ก ๆ แต่เก่าแก่และมีประวัติยาวนานนับร้อยปี โดนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเข้ามาท่องเที่ยวปากพนังส่วนใหญ่ซึ่งเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยวิธีการผ่านทางบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วส่งต่อไปยังบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น และที่สำคัญประชาชนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ตื่นตัวเรื่องของการเป็นเมืองท่องเที่ยว

4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพนัง

4.1) ด้านผลิตภัณฑ์ นำเสนอวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่บ้านขนานนก นาข้าวที่บ้านชะเมา บ้านหูล่อง และบ้านเพิง ขนมหล่ำที่บ้านหอยรากและบ้านท่าพญา กะปิที่บ้านโค้งโค้ง กลุ่มเลี้ยงปลากระชังที่บ้านท้องโก่งกาง ปลากระบอกร้าแห่งชุมชนปลายแหลมตะลุมพุก กลุ่มวิถีประมงที่อ่าวปากพนัง (การถักเลน หาลาเหือและดำจับปลาตุกทะเลด้วยมือเปล่า) รังนกนางแอ่นย่านตัวเมืองปากพนังและรวมถึงตำนานงานบุญสารทเดือนสิบ ตำนานประเพณีแห่ผ้าขึ้นพระบรมธาตุและประเพณีชักพระก็ล้วนมีจุดเริ่มต้นจากพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง และการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อหรือศาสนา เช่น พระผุดและร่องรอยพราหมณ์-ฮินดูแห่งวัดนันทาราม พ่อท่านเขียวแห่งวัดทรงบน นอกจากนี้ยังมีตลาดเก่าริมแม่น้ำหรือที่เรียกว่า “ตลาดเย็น” ซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าเกษตร ประมงบริเวณริมแม่น้ำ และมีร้านค้าของของเงินโบราณเรียงรายอยู่ในบริเวณนั้นซึ่งยังไม่มีมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ

4.2) ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่ไม่นิยมเสียค่าใช้จ่ายสูง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องควบคุมการตั้งราคาสำหรับสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่ปานกลางไม่แพงและเน้นความคุ้มค่าในการใช้จ่ายใช้สอยไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการของร้านอาหาร แหลมตะลุมพุก ตลาดน้ำร้อยปี และผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอปากพนังเพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

4.3) ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่นซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีบริษัทนำเที่ยวนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงด้วยวิธีผ่านสื่อออนไลน์ แต่จำนวนบริษัทนำเที่ยวที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับหลักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ศิรีวง ขนอม เป็นต้น รวมทั้งการเดินทางเฉพาะรถโดยสารในส่วนของการบริการจากตัวอำเภอเมืองนครศรีธรรมราชเข้าสู่อำเภอปากพนังยังมีปริมาณรถน้อย จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวจะเดินทางมาด้วยตนเอง

4.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการสื่อสารผ่านการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลผัดหมี่และของดีเมืองปากพนัง งานแข่งเรือชักพระ แข่งเรือเพรียว บุญสารทเดือนสิบ งานเชิญผ้าขึ้นพระธาตุ ฯ และตลาดย้อนยุค เป็นต้น การประชาสัมพันธ์และการกระจายข่าวสารข้อมูลให้แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการบอกปากต่อปากเป็นหลัก รองลงมาคือเป็นการรับรู้โดยการใช้ สื่อดิจิทัล (Digital Media) ประกอบด้วย Facebook Fanpage Blogger Youtube Line Instagram และเว็บไซต์ต่าง ๆ

4.5) ด้านบุคคล ผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังได้แก่ บุคลากรภาครัฐ บุคลากรของสถานประกอบการ และประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้นหน่วยงานรัฐควรร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์และดูแลนักท่องเที่ยว โดยการดำเนินการให้บริการนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการใช้วิถีวัฒนธรรมมาผสมผสานกับการต้อนรับที่มีความสุภาพอ่อนน้อมเป็นมิตรและจริงใจของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนในท้องถิ่นที่มีความความมิตร์อัธยาศัยดี ยิ้มแย้มมีน้ำใจและเป็นเจ้าบ้านที่ดี

4.6) ด้านกระบวนการให้บริการ กระบวนการให้บริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมของอำเภอปากพนัง บุคลากรผู้ให้บริการมีความกระฉับกระเฉงสะดวกรวดเร็วและเป็นระบบในการให้บริการนักท่องเที่ยว แต่มีบางแหล่งที่ระบบการให้บริการไม่มีมาตรฐานแต่ถึงกระนั้นการให้บริการก็ไม่ช้าและผู้ให้บริการมีความไม่ตรีจิตในการให้บริการแก่ผู้มาเยือน

4.7 ด้านลักษณะกายภาพ มีการจัดการเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี โดยมีการวางผังเมืองถือว่ามีเส้นห้ของถนนเส้นวันเวย์วงเวียนตลาดริมน้ำร้อยปี และมีทัศนียภาพของสองฝั่ง แม่น้ำปากพนังที่ได้เห็นวิถีชีวิตคนปากพนัง คอนโดริ้งนก และปล่อยโรงสีไฟที่ทำให้ดูมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นบวกกับความงามของกังหันลมและประตูน้ำในโครงการหลวง และควรมีการดูแลและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การดูแลบูรณะตึกอาคารเก่า การออกแบบควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนหรือภาคประชาชนทำหน้าที่ดูแลร่วมกัน

5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นและจุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

5.1) จุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

ลุ่มน้ำปากพนังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ด้านธรรมชาติ และระบบนิเวศ มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นทางด้านทะเล แม่น้ำปากพนัง แลคม ตะลุมพุก หรือทัศนียภาพบริเวณปากอ่าวแม่น้ำปากพนัง รวมถึงความสมบูรณ์ของป่าชายเลน ระบบนิเวศ 3 น้ำที่สำคัญ (น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย) และทั้งยังมีความหลากหลายของพันธุ์สัตว์ เช่น ลิงแสมบริเวณป่าชายเลนใกล้ปากอ่าวปากพนังและลำคลอง ส่วนด้านสิ่งปลูกสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่ที่จัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น พระตำหนักประทับแรม ประตुरะบายน้ำอุทกวิทยาประสิทธิ์ อาคารเฉลิมพระเกียรติที่มีนทรศการจำลองประวัติศาสตร์ลุ่มน้ำปากพนัง โรงสีข้าวโบราณ ที่ได้เปรียบเทียบกับล่องทอโรงสีเสมือน “แจกันที่สูงที่สุดในโลก” และแสดงให้เห็นถึงการเป็นเมืองที่ค้าขายข้าวที่สำคัญในอดีต นอกจากนี้ ยังบ้านรังนกนางแอ่นที่พัฒนาเป็นคอนโด รังนกซึ่งถือว่าอำเภอปากพนังเป็นเมืองที่มีบ้านรังนกนางแอ่นบนฝั่งมากที่สุดในประเทศไทย โดยตึกรังนกแห่งแรก คือ ตึกรังนกสามชั้น ใกล้คลองบางว่าซึ่งอยู่กลางใจเมืองโดยมีภาพสะท้อนสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส (ยุโรป ผสมจีน) สามารถใช้เป็นจุดถ่ายรูปที่สำคัญ อีกทั้งยังมีสิ่งก่อสร้างทางด้านศาสนสถานที่สำคัญ เช่น วัดนันทาราม วัดรามประดิษฐ์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิต อำเภอปากพนังมีงานประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลผัดหมี่และของดีเมืองปากพนัง (มิถุนายน) เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ-วันขนมลา (กันยายนหรือตุลาคม) ลากพระแข่งขันเรือเพรียว (ออกพรรษาช่วงพฤศจิกายน) เป็นต้น ทั้งนี้ อำเภอปากพนังเป็นเมืองแรกที่มีงานงานประเพณีวันสารทเดือนสิบ และงานเชิญผ้าขึ้นพระธาตุฯ ด้วยเช่นกัน

5.2) จุดด้อยการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ด้านการจัดการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ปัจจุบันอำเภอปากพนังมีความพร้อมในการจัดการด้านประปา ด้านไฟฟ้า และระบบโทรคมนาคม แต่ต้องทำการขยายไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เพียงพอ และควรมีการวางแผนรองรับการขยายตัวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคตในด้านการออกแบบสิ่งก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลข่าวสารและจัดสถานที่จอดรถไว้สำหรับให้รถบริการนักท่องเที่ยว เพราะในปัจจุบันเมื่อมีรถนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่เข้ามาจะมีปัญหาเรื่องที่จอดรถมาก อีกทั้งควรจัดบริการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่สะอาดและเพียงพอกระจายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ

6) ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า (1) ความจำกัดของพื้นที่คือปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของลุ่มแม่น้ำปากพนัง เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ลุ่มแม่น้ำปากพนังเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด โดยเฉพาะช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดช่วงเทศกาลที่จอดรถไม่เพียงพอและระบบสาธารณูปโภคที่ยังไม่ดีพอ (2) ปัญหาเรื่องความแออัดของพื้นที่

ในช่วงเทศกาลและปัญหาขยะที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรที่การดูแลแหล่งท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และ (3) เศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายน้อยลง

7) สิ่งที่ต้องพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) การเข้ามาดูแลปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง (2) ควรพัฒนาเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและน่าดึงดูดมากขึ้น (3) จัดทริปหรือจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว นำเสนอจุดเด่นทางธรรมชาติในพื้นที่และวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง (4) การนำเอาประโยชน์ของเทคโนโลยีมาใช้ เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network) ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของกลุ่มแม่น้ำปากพนัง เป็นต้น และ (5) องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้แก่ผู้นำชุมชนชาวบ้านและเยาวชนในท้องถิ่น

8) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนังที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด

ปากพนังเป็นอำเภอขนาดเล็กที่มีเสน่ห์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อชมความงดงามทางศิลปะและวัฒนธรรม ก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาด 100 ปีเมืองปากพนัง ชายทะเลแหลมตะลุมพุก วิถีประมงพื้นบ้านที่อ่าวปากพนัง (การถีบเลนหาปลา เชื้อและดำจับปลาตุกทะเลด้วยมือเปล่า) วัดนันทาราม วัดทรงบน และวัดรามประดิษฐ์ อีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอปากพนัง เช่น การล่องเรือชมทัศนียภาพ 2 ฝั่งแม่น้ำ โดยเริ่มล่องเรือตั้งแต่ประตูระบายน้ำอุทกวิภาชประสิทธิ์ไปจนถึงปากอ่าวบริเวณแหลมตะลุมพุกซึ่งในวันขึ้น 15 ค่ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นพระอาทิตย์ตกและพระจันทร์ขึ้นพร้อม ๆ กันที่บริเวณปากอ่าวนี้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเดินป่าศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลนกิจกรรมการปลูกป่าชายเลน ปล่อยพันธุ์ปลาพันธุ์กุ้ง บริเวณปากอ่าวแหลมตะลุมพุก นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมตึกกังนกงแอ่นซึ่งมีกระจายอยู่ในเขตเทศบาลเมืองปากพนัง และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมสวนเกษตรที่เปิดบริการสำหรับการท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น สวนหลากพันธ์ ตำบลหูล่อง หรือคลองสุขุม และยังมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักในหมู่บ้านหรือ โฮมสเตย์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น การทำสวน การประมงชายฝั่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายหาซื้อสินค้าทางเกษตรสินค้าที่ระลึกจากแหล่งผลิตโดยตรง นอกจากนี้ยังพบว่าอำเภอปากพนังยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายอย่างที่ต้องเพิ่มเติมเข้าไป เช่น กิจกรรมพายเรือคายัคบริเวณริมเขื่อน (ประตูระบายน้ำอุทกวิภาชประสิทธิ์) หรือกิจกรรมพาย

เรือคายัคบริเวณป่าชายเลนปากอ่าว ซึ่งเป็นป่าชายเลนที่สมบูรณ์มาก ๆ มีเนื้อที่ประมาณ 40,000 ไร่ จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นยังพบว่าอำเภอปากพนังนั้นมีโรงสีข้าวโบราณที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญมาแต่โบราณของอำเภอปากพนัง แสดงให้เห็นถึงการเป็นเมืองที่ค้าขายข้าวที่สำคัญในอดีต

9) การแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมายและกำหนดการจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
การแบ่งส่วนทางการตลาดการท่องเที่ยวลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

9.1) ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) พบว่า นักท่องเที่ยวหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย วัยเรียน วัยทำงาน และวัยเกษียณ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน

9.2) ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) กล่าวคือ พบว่านักท่องเที่ยวหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากเขตพื้นที่ภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และสงขลา นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ยังให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย

9.3) ด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation) โดยรวมจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) นิยมเดินทางเป็นครอบครัวหรือญาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดเล็กกับครอบครัว เพื่อนหรือคนรัก มีลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อการสังสรรค์ที่ชอบความสะดวกสบายและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจท่องเที่ยวโดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดยาวต่อเนื่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ชอบความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย

9.4) ด้านจิตวิทยา (Psychology) พบกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interests) สอดคล้องกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และวิถีอาหารที่มีความหลากหลาย ได้แก่ สืบสานตามรอย ร.9 เช่น พระตำหนักประทับแรมปากพนัง ประตุน้ำอุทกวิภาคประสิทธิ์แห่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และชมทัศนียภาพเมืองเก่า เช่น ตึกเก่าซิโนโปรตุกีส คอนโดริ้งนกนางแอ่น ตลาด 100 ปี เมืองปากพนัง ตลาดย้อนยุคปากพนัง เป็นต้นและวิถีอาหารที่มีความหลากหลาย ได้แก่ หมี่ผัดเมืองนัง ต้มส้มปลากระบอก ปลากระบอกร้า ปลาแซง ปลาดอกไม้ม ปลากระพง ปูม้า ปูดำ กุ้งแชบ๊วย กุ้งแก้ว ขนมหิน ขนมห้องถิ่น (ขนมลา ขนมงข ขนมหั้ปลา ขนมหาบอด ขนมห้าวเมา ขนมหรงนก ขนมหะโก้มันสำปะหลัง ขนมห้มอด ขนมหอดไส้) รังนกแอ่น น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก ลูกจากลอยแก้ว น้ำหวานจาก เป็นต้น ซึ่งเหมาะกับนักท่องเที่ยวชาวที่เป็นกลุ่มที่หลีกเลี่ยงความแออัด เน้นอาหารสะอาดมีคุณค่าต่อสุขภาพ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เน้นเรื่องของอาหารที่มีความสดใหม่ ความไม่จำเจและเน้นอาหารสะอาดมีคุณค่าต่อสุขภาพ

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรูปแบบวิธีการท่องเที่ยว ได้แก่ วิถีอาหาร จะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณ และกลุ่มเป้าหมายรองเป็นกลุ่มนักเรียน/ กลุ่มอาชีพที่มาดูงาน วิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 จะสอดคล้องกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มนักเรียน และกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน และวิถีความเชื่อจะสอดคล้องกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณและกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน

การกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารและการท่องเที่ยววิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 มากกว่าจังหวัดพัทลุงและสงขลา และเมื่อเทียบเคียงในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวพบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลาจะมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารในระดับใกล้เคียงกัน ในขณะที่การเทียบเคียงการท่องเที่ยววิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 จังหวัดนครศรีธรรมราชจะมีความสอดคล้องใกล้เคียงกันกับจังหวัดพัทลุง

10) กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อค้นพบ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ จากสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และข้อมูลคุณลักษณะนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำและนำเสนอแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินการโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด

1.1) พัฒนาการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

1.2) เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีเข้ามาท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) แนวทางการดำเนินงานสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

2.1) ใช้สื่อมวลชน สื่อออนไลน์และสื่อบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและเข้าถึงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

2.2) มุ่งตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มศึกษาดูงาน ซึ่งบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการเรื่องของสถานที่ที่มีความสงบไม่มีความแออัดและเป็นสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ รักสุขภาพโดยเฉพาะการบริโภคอาหารที่มีความสดและสะอาด และกลุ่มศึกษาดูงานที่มีความสนใจในเรื่องของโครงการราชดำริ กิจกรรมการเกษตร กิจกรรมการประมงและธุรกิจด้านรังนก

2.3) ร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือเพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน

2.4) พัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเฉพาะ โดยดึงจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ การท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหาร วิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 และวิถีความเชื่อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.4.1) โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มฐานมี 3 เส้นทาง ได้แก่

เส้นทางที่ 1 วัดพระมหาธาตุฯ-ปากพ่อง หมู่บ้านขนมลา-เรือข้ามฟากบาทเดียว-ย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก-วิถีประมงคนกลุ่มน้ำปากพ่อง-เกษตรพอเพียงด้วยวิถีข้าวและวิถีจาก-คอนโดรีงนกแอ่น-โครงการพระราชดำริฯ

เส้นทางที่ 2 วัดพระมหาธาตุฯ-ปากพ่องล่องเรือในบาง-เรือข้ามฟากบาทเดียว-วิถีประมงคนกลุ่มน้ำปากพ่อง เกษตรสมัยใหม่ที่สวนส้มโอทับทิมสยาม-ตลาดร้อยปีปากพ่อง-คอนโดรีงนกแอ่น

เส้นทางที่ 3 วัดพระมหาธาตุฯ-ปากพ่องล่องเรือในบาง-เรือข้ามฟากบาทเดียว-วิถีประมงคนกลุ่มน้ำปากพ่อง ย้อนรอยวาทภัยแหลมตะลุมพุก-ตลาดร้อยปีปากพ่อง-คอนโดรีงนกแอ่น

2.4.2) โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เน้นการเลี้ยงรุ่น 1 เส้นทาง ได้แก่ วัดพระมหาธาตุฯ-สวนส้มโอทับทิมสยาม-เรือข้ามฟากบาทเดียว-ตลาดร้อยปี-คอนโดรีงนก-หลวงพ่โอภาสี-มหัศจรรย์ พระพุทธรูปและศิวิลคัพพันปี-กังหินยักษ์ริมทะเล- ล่องเรือดินเนอร์ยามเย็น

3) นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

3.1) กลุ่มผู้สูงอายุที่หลีกเลี่ยงความแออัด เน้นอาหารสะอาดมีคุณค่าต่อสุขภาพ เป็นต้น

3.2) กลุ่มที่มาดูงานที่มีความสนใจวิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5

4) กลยุทธ์การนำเสนอข้อความในการสื่อสาร

4.1) การสร้างข้อความสื่อสารให้เป็นข้อมูลที่จริง เพื่อเป็นการบอกข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวทราบว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม อาหารและสินค้าของที่ระลึกประจำอำเภอในเขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำปากพ่องว่ามีอะไรบ้างที่เด่นและน่าสนใจซึ่งสามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

4.2) การสร้างข้อความเพื่อทำการโฆษณา ซึ่งในเนื้อหาหรือข้อความที่จะสื่อ นั้น ควรมีลักษณะที่เป็นของการเชิญชวน ชักชวน และการจูงใจเกี่ยวกับข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของลุ่มแม่น้ำปากพ่อง เช่น กิจกรรมทัวร์บุฟเฟต์สวนส้มโอทับทิมสยาม กิจกรรมประมูลอาหารทะเลจากยอหรือบาม การออกร้านนิทรรศการในงานส่งเสริมขายสินค้าทั่วไป และงานส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยได้มีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรม เป็นต้น

4.3) การสร้างข้อความสำหรับเฉพาะกลุ่ม ข้อความที่ใช้ในการนำเสนอในสื่อที่ใช้สื่อสารนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับสื่อที่ใช้ในการเสนอให้กลุ่มเป้าหมายด้วย ได้แก่

4.3.1) นักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน อาจใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสามน้ำเรียนรู้วิถีตามรอยพ่อ” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีลำคลองเชื่อมโยงกับแม่น้ำปากพนังมีระบบนิเวศ 3 น้ำ คือ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย และมีแหล่งเรียนรู้ดูงานตามรอยพ่อหลวงทั้ง ร.5 และ ร.9 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตร ประมง และอาหาร

4.3.2) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ อาจใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสังสรรค์ย้อนวันวาน” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีร้านอาหารและบริการเรือสำราญที่วิวตามลำน้ำ โดยมีอาหารพื้นถิ่นที่สดสะอาดและปลอดภัย

5) การกำหนดช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิต (Contact Point) มี 2 ลักษณะ ได้แก่

5.1) การติดต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Contact) เป็นช่องทางที่สื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วมากที่สุดโดยสร้างแฟนเพจของสินค้าหรือ Brand ขึ้นมา จากนั้น นำเสนอข้อมูลที่ทันสมัยมีการตอบคำถามให้ความช่วยเหลือด้วยความยินดีและจริงใจ เหล่านี้จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า (Brand) ของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งจะประกอบด้วย Blog Twitter Facebook Youtube Instagram Google Web Board Drop Box และ Skype

5.2) การติดต่อสื่อสารโดยตรงไปยังบุคคล (Personal Contact) จากบุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย

5.2.1) บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าแหลมตะลุมพุก เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองปากพนังและองค์กรปกครองท้องถิ่นที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว การให้บริการนำเที่ยว และการดูแลความปลอดภัย เหล่านี้จะสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อเข้ามาท่องเที่ยว หากอำนวยความสะดวกด้วยความเต็มใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจและอยากกลับมาท่องเที่ยวอีก

5.2.2) บุคลากรจากหน่วยงานเอกชน เช่น มัคคุเทศก์ประจำบริษัทนำเที่ยว พนักงานต้อนรับของโรงแรมหรือรีสอร์ท และร้านอาหาร เป็นต้น ทำหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวและถือเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของธุรกิจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจหรือไม่เมื่อเข้ามาใช้บริการ

5.2.3) ประชาชนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เช่น กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง กลุ่มอาชีพต่างๆ หรือกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นต้น

ทำหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวและถือเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจหรือไม่เมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

6) ช่องทางการใช้สื่อประกอบด้วย 3 ช่องทาง ได้แก่

6.1.1) สื่อมวลชน ได้แก่ คู่มือการท่องเที่ยว วารสารทางการท่องเที่ยว รายการโทรทัศน์ ปฏิทินการท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ ตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ นิทรรศการทางการท่องเที่ยว และองค์กรเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยว

6.1.2) สื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยว และยูทูบ (Youtube) ของรายการทางการท่องเที่ยว

6.1.3) สื่อบุคคล คือ ผู้นำทางความคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้นเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่แนวทางการกำหนดกระบวนการทัศน์แนวทางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ตอนบนที่มีภาพลักษณ์วิถีการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน ภายในแนวคิด “VENICE Pak Phanang” ประกอบด้วย

V = Value เป็นการมุ่งเน้นจุดขายที่มีเอกลักษณ์ของวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง โดยนำคุณค่าหลัก (Core Value) ของวิถีการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนังทั้ง 7 วิถี ได้แก่ วิถีตามรอย ร.5 และ ร.9 วิถีสองฝั่งแม่น้ำ วิถีศาสนาและความเชื่อ วิถีประมง วิถีเกษตร วิถีอาหาร และวิถีประเพณีมาประยุกต์ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพมาท่องเที่ยวในชุมชนของกลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง ตลอดจนการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์ซึ่งที่ผ่านมามีการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย ได้ส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงวัยและกลุ่มดูงานที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการพักผ่อนและการเลือกทำกิจกรรมท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังแล้วรู้สึกว่ามีแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา

E = Ecotourism เป็นการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติของชุมชนสองฝั่งแม่น้ำและลำคลอง (ในบาง) ตลอดแม่น้ำปากพนัง และมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลอดสองฝั่งแม่น้ำและลำคลองที่มีความเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง โดยมีรูปแบบกระบวนการเรียนรู้การท่องเที่ยวที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อเชื่อมต่อการท่องเที่ยวกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง

N = Niche Market เป็นการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ กลุ่มผู้สูงวัย และกลุ่มศึกษาดูงาน ซึ่งบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอ

ปากพจน์สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีความต้องการเรื่องของสถานที่ที่มีความสงบ ไม่มีความแออัดและเป็นสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ รักสุขภาพโดยเฉพาะการบริโภคอาหารที่มีความสดและ สะอาด และกลุ่มศึกษาดูงานที่มีความสนใจในเรื่องของโครงการราชดำริ กิจกรรมการเกษตร กิจกรรมการประมง และธุรกิจด้านอื่นๆ

I = Integrations Marketing Communication (IMC) การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายและเหมาะสมระหว่างแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อดิจิทัล (Digital Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงวัย ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ดังนี้

- สื่อมวลชน ได้แก่ (1) คู่มือการท่องเที่ยว เช่น คู่มือการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองปากพจน์ คู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จัดทำโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (2) วารสารทางการท่องเที่ยว เช่น อสท. Honeymoon and Travel Places & Prices Outdoor Thailand Travel Guide Magazine Trips Dazzle Tasteful Travel Voyage Travel & Lifestyle Advanced Thailand Geographic (ATG) เทียวรอบโลก (Around the World) เป็นต้น (3) รายการโทรทัศน์ เช่น คาราวานสำราญใจ เทียวไปในชุมชน (ช่อง 3) เปรี๊ยะปากเข็คอิน (ช่อง 3) เทียวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ (ช่อง 3) คู่เลิฟตะลอนทัวร์ (ช่อง 9) เทียวไทย (ช่อง One) ตลาดสดสนามเป้า (ช่อง 5) อนุวัตจัดให้ (ช่อง 7) เป็นต้น (4) ปฏิทินการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ ตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลผ้าห่มและของดีเมืองปากพจน์ (มิถุนายน) เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ-วันขนมลา (กันยายนหรือตุลาคม) ลากพระแข่งขันเรือเพรียว (ออกพรรษาช่วงพฤศจิกายน) เป็นต้น (5) นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย งานเที่ยวไทยไปทั่วโลก งานแสดงสินค้า OTOP เป็นต้น และ (6) องค์กรเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย เช่น ชมรมผู้เกษียณอายุ กระทรงหรือกรมหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

- สื่อออนไลน์ ได้แก่ (1) เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Trip.com Travel.sanook.com Travel.kapook.com Painaidee.com เป็นต้น และ (2) ยูทูบ (Youtube) ของรายการทางการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นช่องรายการทั่วไป (Channel) และช่องของรายการท่องเที่ยวทางทีวีแบบย้อนหลังด้วย

- สื่อบุคคล คือ ผู้นำทางความคิดของกลุ่มผู้สูงวัยที่สอดคล้องกับรายการทางทีวีหรือโฆษณาทางทีวี เช่น คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ในโฆษณากิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมกับโครงการเมืองไทยวัยเก๋าคู่ใจชาวไทย (เพื่อผู้สูงวัย) ของเมืองไทยประกันชีวิต คุณนพพล โกมารชุน ในโฆษณาประกันชีวิตสูงวัยใช่เลยของอยุธยาออลิอันซ์

คุณยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ ในรายการกินได้ก็กินของช่องไทยรัฐทีวี หม่อมหลวงศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ ในรายการหมึกแดง ทราเวลล็อก (ช่อง PPTV) เป็นต้น

นักท่องเที่ยวกลุ่มดูงาน ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ดังนี้

- สื่อมวลชน ได้แก่ (1) คู่มือการท่องเที่ยว เช่น คู่มือการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองปากพนัง คู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จัดทำโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (2) ปฏิทินการท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ ตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลผีตมึและของดีเมืองปากพนัง (มิถุนายน) เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ-วันขนมลา (กันยายนหรือตุลาคม) ลากพระแข่งขันเรือเพรียว (ออกพรรษาช่วงพฤศจิกายน) เป็นต้น และ (3) องค์กรเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวดูงาน เช่น ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน สมาคมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่น สโมสรโรตารี เครือสถาบันการศึกษาหรือสถาบันฝึกอบรม เป็นต้น

- สื่อออนไลน์ ได้แก่ แฟนเพจของเฟสบุ๊กของเฉพาะหน่วยงานหรือองค์กรเฉพาะ

- สื่อบุคคล ได้แก่ วิทยากรของหน่วยงานฝึกอบรมต่าง ๆ ตลอดสถาบันการศึกษาหรือสถาบันฝึกอบรม

C = Collaboration เป็นการร่วมมือระหว่างบุคคล ชุมชน และองค์กร ในเขตพื้นที่ เพื่อร่วมกันวางแผนดำเนินการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ (Government Sectors) หน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector) สมาคมด้านการท่องเที่ยว (Association) และชุมชน (Community) ของพื้นที่ลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนังและพื้นที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงอื่น ๆ ทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง

E = Empathy เป็นเรื่องของคนที่ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนังจะต้องมีการตระหนักถึงการเอาใจใส่ การทำความเข้าใจ การให้ความสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม แนวคิด **VENICE** หรือ **เวนิส** เป็นคำที่นักท่องเที่ยวทั่วไปจะรับรู้ว่าเป็นชื่อของเมืองที่มีกิจกรรมการล่องเรือตามสายน้ำเพื่อชมความงดงาม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการล่องเรือชมวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นและแวะเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งธรรมชาติและวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่ตามแม่น้ำปากพนังและตามลำคลองที่เชื่อมกับแม่น้ำปากพนัง คณะผู้วิจัยจึงนำคำว่า “**เวนิส**” มาปรับใช้ในการสร้างข้อความเพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ดังนี้

- นักท่องเที่ยวในกลุ่มดูงาน ใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสามน้ำเรียนรู้วิถีตามรอยพ่อ” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีลำคลองเชื่อมโยงกับแม่น้ำปากพนังมีระบบนิเวศ 3 น้ำ ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย และมีแหล่งเรียนรู้ดูงานตามรอยพ่อหลวงทั้ง ร.5 และ ร.9 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตร ประมง และอาหาร

- นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้ข้อความ “เวนิสปากพนัง เมืองสังสรรค์ย้อนวันวาน” เนื่องจากอำเภอปากพนังมีร้านอาหารและบริการเรือนำเที่ยวตามลำน้ำ โดยมีอาหารพื้นถิ่นที่สดสะอาดและปลอดภัย

5.1.3 เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เพื่อคิดค้นกระบวนการการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกลุ่มระดับจังหวัดกันแต่ยังไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะระดับตำบลหรืออำเภอ คณะผู้วิจัยและกลุ่มสถานประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงมีความคิดเห็นที่ตรงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าหากต้องการที่จะพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ในมีระบบการดำเนินงานการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดีขึ้น ควรริเริ่มจากกระบวนการ “การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความเห็นและปรึกษาถึงสถานการณ์ที่พบเจอกันในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึกภายในกลุ่มกันเอง หรือเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มกันเอง และในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดทำฐานข้อมูลในการวางแผนงบประมาณในการส่งเสริมช่วยเหลือ และจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งได้ โดยมีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายใน เช่น การให้ความสำคัญที่ตัวบุคคล ผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์หรือความอาวุโส เป็นต้น

2) การประชุมกลุ่มย่อยทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาของพื้นที่

3) แนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

4) การร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่มของตนเองขึ้นเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น ประสบการณ์จนรวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ ๆ ที่ดีกว่าให้แก่กลุ่มมาปรับและประยุกต์ใช้กับธุรกิจของ

ตนเอง นำไปสู่การรวมกลุ่มระดับชุมชน หรือสมาคมที่มีความเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่น มีผู้นำกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่ม ในการทำหน้าที่ประสานงานและทำความร่วมมือเพื่อนำไปสู่

5) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงาน/จังหวัด เช่น สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (นทท.) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เป็นต้น

5.1.4 เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินการสรุปผลการศึกษาจาก 3 โครงการวิจัยย่อย เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างยั่งยืนดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกเป็น 4 มิติ ของการพัฒนาเชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบาย 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 หน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบายต่อมาตรการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำในอำเภอปากพนัง

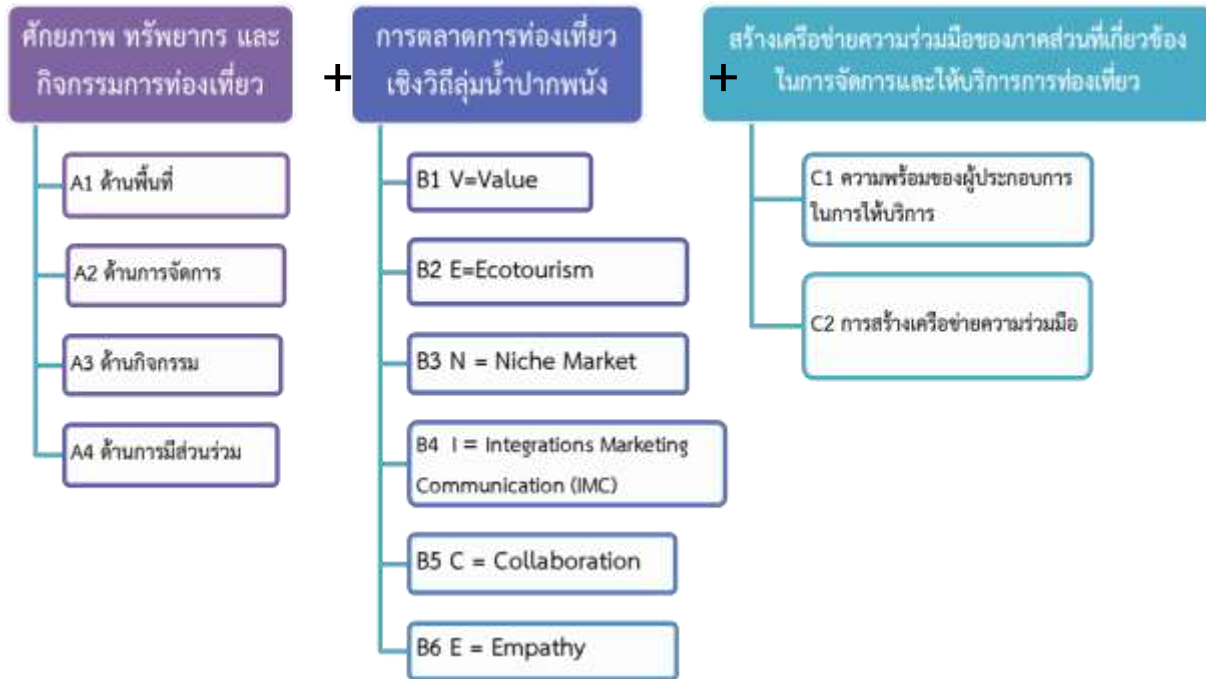
มาตรการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	หน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบาย		
	กลุ่มภาคประชาชน	กลุ่มภาครัฐ	กลุ่มภาคเอกชน
1. ด้านพื้นที่	1. กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและ ผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง	1. องค์การปกครองท้องถิ่น (เทศบาลเมืองปากพนัง องค์การบริหารส่วนตำบลใน พื้นที่อำเภอปากพนัง องค์การบริหารส่วนจังหวัด จังหวัดนครศรีธรรมราช) 2. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด นครศรีธรรมราช	-

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

มิติการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	หน่วยงานสนับสนุนเชิงนโยบาย		
	กลุ่มภาคประชาชน	กลุ่มภาครัฐ	กลุ่มภาคเอกชน
2. ด้านการจัดการ	1. สภาวัฒนธรรม อำเภอปากพนัง 2. ชมรมมัคคุเทศก์อำเภอ ปากพนัง 3. กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง	1. องค์การปกครองท้องถิ่น (เทศบาลเมืองปากพนัง องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด) 2. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด นครศรีธรรมราช	สมาคมธุรกิจการ ท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช
3. ด้านกิจกรรม	1. สภาวัฒนธรรม อำเภอปากพนัง 2. ชมรมมัคคุเทศก์อำเภอ ปากพนัง	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครศรีธรรมราช 2. เทศบาลเมืองปากพนัง	-
4. ด้านการมีส่วนร่วม	1. สภาวัฒนธรรม อำเภอปากพนัง 2. ชมรมมัคคุเทศก์อำเภอ ปากพนัง 3. กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและ ผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง	1. องค์การปกครองท้องถิ่น (เทศบาลเมืองปากพนัง องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด) 2. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด นครศรีธรรมราช 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนัก นครศรีธรรมราช	1. เครือข่าย ผู้ประกอบการธุรกิจ บริการในอำเภอปากพนัง (ธุรกิจที่พัก ธุรกิจ ร้านอาหาร และธุรกิจของ ที่ระลึก) 2. สมาคมธุรกิจการ ท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช

2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกเป็น 4 มิติ ของการพัฒนา ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่เชื่อมโยง 4 มิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ

จากภาพที่ 5.1 แสดงข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่เชื่อมโยง 4 มิติ ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีกระบวนการในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1) ด้านพื้นที่ (A1)

1.1) นำเสนอขายคุณค่า (B1) ของเอกลักษณ์ของวิถีลุ่มน้ำในอำเภopakพนัง ได้แก่ โรงสีจักรไอน้ำที่แสดงความรุ่งเรืองของเมืองอู่ข้าวอู่น้ำยุคสมัย ร.5 แหล่งผลิตรังนกแอ่นบนคอนโดที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย วิธีประมงที่ใช้เครื่องมือพื้นบ้าน (ยอ บามหรือยอขนาดใหญ่) วิถีจากที่เป็นต้นกำเนิดของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก น้ำผึ้งจาก น้ำหวานจาก สุราจาก ลูกชิดจาก หมาจากตักน้ำ ใบยาสูบ ตับจาก สำหรับมุงหลังคา เครื่องจักรสานต่าง ๆ) แหล่งผลิตขนมลาใหญ่ที่สุดในประเทศไทยซึ่งเป็นขนมประจำพื้นที่ถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชและเทศกาลบุญสารทเดือนสิบ วิถีข้าวของข้าวกาบดำที่มีเมล็ดต่อรวงมาก (400-500 เมล็ด) ส้มโอทับทิมสยามที่มีเนื้อเป็นสีดั่งทับทิมอัญมณีที่สวยงามและมีรสหวานกรอบ กิจกรรมที่แสดงออกผ่านทางขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม เช่น งานลากพระและแข่งเรือเพรียว งานบุญสารทเดือนสิบ

เทศกาลของดีและหมีผัดเมืองนัง เป็นต้น วิถีความเชื่อของหลวงพ่อดูด หลวงพ่อโอภาสี และนางโดย การล่องเรือชมวิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนังและล่องเรือในบาง (ลำคลอง)

1.2) เน้นการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพและการท่องเที่ยวในชุมชนที่สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์ ตลอดจนอาหารถิ่น และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (B2) พร้อมไปกับการส่งเสริมสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ของการมาพักผ่อนและเลือกทำกิจกรรมท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังแล้วรู้สึกว่ามีแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เคยได้สัมผัสมา

1.3) ทำตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว (B3) ที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มรักสุขภาพ และกลุ่มศึกษาดูงาน โดยเฉพาะนโยบาย MICE เพื่อชุมชน หรือการส่งเสริมการจัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานหรือนิทรรศการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับชุมชนโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และกรมส่งเสริมสหกรณ์) และนโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งบริบทของแหล่งท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำปากพนังในอำเภอปากพนังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการเรื่องของสถานที่ที่มีความสงบผู้คนไม่พลุกพล่านและเป็นสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติและมีความเป็นส่วนตัวเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมเลี้ยงรุ่นสังสรรค์ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ชื่นชอบบรรยากาศเมืองสายน้ำและการลิ้มลองอาหารพื้นถิ่น กลุ่มรักสุขภาพที่มีความชอบเรื่องของอาหารที่มีความสดและสะอาดที่มาในรูปแบบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มศึกษาดูงานที่มีความสนใจในเรื่องของโครงการราชดำริ อนุรักษ์ด้านรังนก การเกษตรและการประมง

1.4) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาและปรับปรุงถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับถนนสายหลัก และติดตั้งป้ายบอกทางให้มีความต่อเนื่อง พร้อมทั้งปรับปรุงและซ่อมแซมป้ายบอกทาง

1.5) แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับงบประมาณเพื่อพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มหรือการขยายขนาดพื้นที่รองรับการจอดยานพาหนะ การเพิ่มจำนวนและจุดบริการห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น

2) ด้านการจัดการ (A2)

2.1) ควรมีมาตรการรองรับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านวัฒนธรรมเพื่อช่วยควบคุมคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยว (B2 และ C2) เช่น การคัดแยกขยะ ธนาคารขยะ การลดใช้ถุงพลาสติก โดยใช้วัสดุท้องถิ่นที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ง่าย การจัดการอุดตันของท่อน้ำจากขยะ เป็นต้น

2.2) สิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวควรออกแบบให้กลมกลืนกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม (Tourism for All) (B3) เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จุดบริการความปลอดภัย ทางลาดสำหรับผู้พิการ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ เป็นต้น

2.3) ควรมีหน่วยงานหรือเครือข่ายองค์กรชุมชน (C2) ร่วมบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชมรมผู้ประกอบการ องค์กรการบริหารส่วนท้องถิ่น ชมรมท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาคเอกชน เป็นต้น

3) ด้านกิจกรรม (A3)

3.1) ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมายที่มีความทันสมัย มีความต่อเนื่องและครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งกิจกรรม โดยนำนวัตกรรมสื่อดิจิทัล สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือสื่อความหมาย และมีความสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ (B3 และ C2) เช่น ป้ายสื่อความหมายแบบ QR Code การใช้แว่น VR เพื่อประชาสัมพันธ์ประกอบการออกนิทรรศการ การใช้ Visual Video ใน Youtube เป็นต้น

3.2) ควรมีการรวบรวมระบบข้อมูลที่ใช้ในการสื่อความหมาย เพื่อนำไปเสนอเป็นเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับประวัติความเป็นมา สภาพแวดล้อม และวิถีชุมชน (B1 และ C2) เช่น ฐานข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน “VENICE Pak Phanang” หรือ “Go Pak Phanang” เป็นต้น

3.3) ส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยว (C2 และ B6) เช่น อาสาสมัครมัคคุเทศก์ผู้สูงวัย ยุวมัคคุเทศก์อาสา นักเล่าเรื่องชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ปราชญ์ชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น

3.4) ควรมีการสร้างแหล่งเรียนรู้ นิทรรศการ พิพิธภัณฑ์มีชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์หรือเรื่องราวเกี่ยวข้องกับชุมชน (B1 B3 B4 และ B5) เช่น พิพิธภัณฑ์มีชีวิตแหลมตะลุมพุกเล่าเหตุการณ์วาทภัยแหลมตะลุมพุก ศูนย์การเรียนรู้การทำขนมลา ศูนย์เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ด้วยจาก ศูนย์เรียนรู้การทำนา เป็นต้น

3.5) ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว (B1 B3 B4 B5 และ C2) เช่น การออกนิทรรศการรองรับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นโยบาย MICE เพื่อชุมชน หรือการส่งเสริมการจัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานหรือนิทรรศการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับชุมชน เป็นต้น

4) ด้านการมีส่วนร่วม (A4)

4.1) ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินการ การประเมินผลกระทบ และการรับผลประโยชน์ (B4 B5 B6 C1 และ C2)

4.2) ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในอนุรักษ์ การดูแลและการป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตและวัฒนธรรม (B2 B3 B6 C1 และ C2)

4.3) ภาครัฐและเอกชนควรมีงบประมาณหรือกิจกรรมส่งเสริมให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม (B4 B5 C1 และ C2)

จากการศึกษาข้อมูลและประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ทำให้สรุปบทบาทของพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง คือ เป็นเมืองท่าและเป็นศูนย์กลางทางการค้าและเศรษฐกิจที่สำคัญ เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเล และมีอ่าวภายในบริเวณปากแม่น้ำปากพนังเหมาะแก่การเดินเรือและการกระจายสินค้าต่อไปยังหัวเมืองสำคัญอื่น ๆ อีกทั้งเป็นศูนย์กลางการส่งออกข้าวตั้งแต่ยุครัชกาลที่ 5 จวบจนปัจจุบัน เป็นศูนย์กลางการส่งออกผลิตภัณฑ์ประมงและการเกษตร และการพัฒนาพื้นที่ในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของรัชกาลที่ 9 โดยความโดดเด่นของพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง คือ มีแม่น้ำที่ไหลผ่านเชื่อมพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลอดจนจังหวัดพัทลุงในคาบสมุทรมลายูและจังหวัดตรังในฝั่งทะเลอันดามัน จึงมีความหลากหลายทางชีวภาพทั้งบนผืนแผ่นดินและชายทะเลของคาบสมุทร จนเกิดความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวได้ ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 เมือง ของ ททท. และนโยบายชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยมีภาคีความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนด้วยการฟื้นฟูอัตลักษณ์หรือวิถีที่หายไปจนนำมาซึ่งผลการวิจัยที่วิเคราะห์การท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังออกมาเป็น 7 วิถี ได้แก่ วิถีตามรอยพ่อ ร.5 และ ร.9 และย้อนรอยวาทภัย พ.ศ. 2505 วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง วิถีศาสนาและความเชื่อ วิถีประมง วิถีเกษตร วิถีอาหาร และวิถีประเพณีเมืองนัง โดยการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีต่าง ๆ เหล่านี้จะแบ่งออกเป็น 3 เขตพื้นที่ คือ แหลมตะลุมพุก สองฝั่งแม่น้ำย่านตัวอำเภอปากพนัง และชายฝั่งทะเลอ่าวไทย เหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งจากผลการเก็บข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะมาจากภาคใต้ รองลงมา คือ ภาคกลาง และภาคเหนือ นิยมเที่ยวชมวิถีอาหาร วิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง วิถีศาสนาและความเชื่อ วิถีตามรอย ร.5 และ ร.9 และวาทภัยแหลมตะลุมพุก วิถีประมง และวิถีประเพณีเมืองนัง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ มาเลเซีย รองลงมา คือ สิงคโปร์ ยุโรป และ อเมริกา ซึ่งนิยมวิถีอาหาร (ซีรังก) วิถีศาสนาและความเชื่อ และวิถีประมง มีความเข้มแข็งของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนภาคที่เกี่ยวข้องในการสานต่อการท่องเที่ยวระหว่างกันนั้น เช่น การส่งเสริมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างรายได้เสริม การพัฒนาต่อยอดธุรกิจการสร้างพันธมิตรทางการค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศักยภาพการท่องเที่ยวของทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวของวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งกลุ่มที่มีระดับศักยภาพสูงสุดประกอบด้วย โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ งานลากพระแข่งเรือเพรียว บ้านขนมลา วัดรามประดิษฐ์ และวิถีจากปากพนัง ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่มีศักยภาพต่ำที่สุด ได้แก่ ชายทะเลสะพานตัวที ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ข้าวพันธุ์พื้นเมือง แหลมตะลุมพุกโรงสีโบราณแม่ครู ขนมจีนหมีเมืองนัง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีศักยภาพในด้านพื้นที่มากที่สุด นั่นคือ ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความน่าสนใจ แต่ยังคงต้องปรับปรุงในด้านการจัดการ การจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้เชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวยังมีน้อย

ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวมีสิ่งที่น่าสนใจและสามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวได้หลากหลาย จากการสังเกตโดยภาพรวมประกอบกับขนาดพื้นที่ในการรองรับที่มีจำกัดเห็นควรจะเน้นท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ตามที่ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2554) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้เดินทางมาเยือนได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมมีหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการทดลองทำอาหาร การทดลองทำศิลปหัตถกรรม การทดลองใช้ชีวิตตามแบบอย่างผู้คนในชุมชน เพื่อให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้น ๆ ผ่านประสบการณ์ตรงใช้กระบวนการถ่ายทอดเรื่องราวจากมัคคุเทศก์ให้เห็นความเป็นวิถีลุ่มน้ำ วิถีประมงมีความน่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวิถีชีวิตชาวประมงในชุมชนรอบป่าชายเลนใกล้อ่าวปากพนัง ซึ่งหลายชุมชนยังมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย การประกอบอาชีพตลอดจนเดินทางยังใช้เรือเป็นยานพาหนะหลัก ในขณะเดียวกันยังสามารถชมการดำรงชีพด้วยการจับสัตว์น้ำประเภทต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือจับสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ (ยอ และบามหรือยอขนาดใหญ่) ในเขตอำเภอปากพนังเองมีวิถีชุมชนความเป็นย่านเมืองเก่า ย่านการค้าที่มีเสน่ห์และความน่าสนใจเหมาะแก่การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวตามที่ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไว้ว่าเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน

ปากพนังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าสนใจ ยกตัวอย่างเช่น สวนส้มโอทับทิมสยามที่เป็นสินค้าของฝากที่สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของวงจรการท่องเที่ยวของอำเภอได้ เช่น ปากพนังเป็นแหล่งผลิตรังนกนางแอ่นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นพื้นที่แรกที่มีโรงสีจักรไอน้ำ เนื่องจากเป็นเมืองอู่ข้าวอู่น้ำในอดีต มีหมู่บ้านขนมลาที่

นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำขนมลาได้ มีแหล่งผลิตกะปิ กุ้งแห้ง กุ้งแก้ว ปลากระบอกร้า ซึ่งสามารถซื้อเป็นของฝากได้ การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในปากพนังจะสามารถช่วยพัฒนาในเกิดการกระจายรายได้ไปสู่สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างชัดเจน (คมสัน สุวรรณรัตน์, 2558)

สำหรับการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวปากพนัง พบว่า ข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่ยังไม่ได้รับการสืบค้นหรือรวบรวม ดังนั้น ควรมีการรวบรวมเรื่องราวประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการของเมืองปากพนังในแต่ละยุคแต่ละสมัย การจัดการกระบวนการสื่อความหมายยังเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเร่งพัฒนาเป็นอันดับแรก ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว แผนที่แผนผังเมือง รูปแบบการจัดการสื่อความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนา นักสื่อความหมายในพื้นที่ปากพนัง ปากพนังในปัจจุบันสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็ก มีปราชญ์อาวุโสที่มีเรื่องราวบอกเล่าวิวัฒนาการของพื้นที่ เรื่องราวแง่มุมเหล่านี้ควรได้มีการนำมาต่อยอดสืบสานให้คนรุ่นใหม่ได้รับรู้สามารถนำไปบอกเล่าให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป ตามที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2513) ได้อธิบายไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอำเภอปากพนังมีแหลมตะลุมพุกที่มีหาดทรายยาวที่สุดในประเทศไทย สามารถนำความเป็นที่สดชื่นมานำเสนอขายทางด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับประวัติศาสตร์ของมหาเวตภัยตะลุมพุกที่เกิดขึ้นในพื้นที่ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นต้องรู้ข้อมูล (พายุแฮเรียส พ.ศ. 2505) ปัจจุบันยังมีบุคคลที่ถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านี้ได้อยู่ มีบ้านที่เป็นอนุสรณ์สามารถนำเสนอเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยวได้จนสามารถเชื่อมโยงไปยังพระมหากรุณาธิคุณของรัชกาลที่ 9 ในการช่วยเหลือความทุกข์เข็ญของชาวบ้าน โรงเรียนราชประชานุเคราะห์เป็นโรงเรียนที่ก่อตั้งขึ้นมาเป็นครั้งแรกด้วยเหตุจากเวตภัยต่าง ๆ ยังเปิดและจัดการเรียนการสอนอยู่ในปัจจุบันสามารถนำเรื่องราวของเหตุการณ์บูรณาการกับการเรียนการสอนในหลักสูตร ให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้เรื่องราวดังกล่าวก่อนที่จะสูญหายไป โรงเรียนควรบูรณาการเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่นกับการเรียนการสอน หรือมีห้องนิทรรศการนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ ฝึกนักเรียนให้เป็นมัคคุเทศก์อาสาบอกเล่าเรื่องราวในชุมชนของตนเอง เรื่องราวจะไม่สูญหายไปจากชุมชน เปิดโอกาสให้เด็ก เยาวชนและคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดสื่อความหมายเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ ตามที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยววัฒนธรรมว่าต้องการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้ผลประโยชน์ตอบแทนอย่างยุติธรรมเพื่อการกระจายรายได้ ยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

มัคคุเทศก์ท้องถิ่นควรนำเสนอเส้นทางที่สามารถสร้างกิจกรรมดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว นำเสนอเรื่องราวความเป็นวิถีลุ่มน้ำ เชื่อมโยงพื้นที่ งามม่ายรูปที่นำเสนอ สร้างกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจที่เดียวที่แรก สิ่งแรก เช่น กิจกรรมเหยียบทรายเม็ดแรกที่ปลายแหลมตะลุมพุก เป็นต้นให้มีนิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับ

ภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก โดยโยงมาสู่การช่วยกันอนุรักษ์ป่าชายเลน และให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศป่าชายเลนไปในตัว เช่นเดียวกับที่ คณะกรรมการโบราณสถานแห่งชาติที่ได้ให้ความหมายของเส้นทางวัฒนธรรม ไว้ว่าสามารถเป็นเส้นทางบก เส้นทางน้ำ หรือทั้งสองอย่างรวมกัน หรือเส้นทางประเภทอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพอันโดดเด่นของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และประเพณี แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนที่มีพัฒนาการมาอย่างสืบเนื่องและแสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความรู้ทั่วไป ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น

ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ปากพนังมีเรื่องราวมีประวัติความเป็นมา ประเพณี ความเชื่อที่น่าสนใจเหมาะแก่การนำมาฟื้นฟูนำเสนอทางด้านการท่องเที่ยว สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เช่น โรงสีไฟโบราณ โบสถ์โบราณ ที่สามารถนำไปเชื่อมกับประวัติศาสตร์การค้าข้าวในอดีต เชื่อมโยงกับความสมบูรณ์ของพื้นที่ปากแม่น้ำสถานที่ทางวัฒนธรรม วัดวาอารามต่าง ๆ มีจุดขายและสิ่งที่น่าสนใจแตกต่างกันสามารถนำมาเสนอเรื่องราวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาสำหรับกลุ่มครอบครัวกลุ่มไหว้พระทำบุญได้เช่นกัน องค์ความรู้ของมัคคุเทศก์ด้านศิลปวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมยังเป็นสิ่งจำเป็นในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ นักท่องเที่ยวสามารถสักการะวัดสำคัญ ที่มีเรื่องราวของความเชื่อศรัทธา หามุมภาพสวย ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวช่วยเพิ่มกิจกรรมนอกเหนือจากไหว้พระทำบุญโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุสำคัญ ๆ ภายในวัดในพื้นที่อำเภอปากพนังควรมีการจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบ รวบรวมจัดหมวดหมู่เพื่อนำเสนอให้ความรู้ของวัตถุดังกล่าว โดยจัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์วัด หรือ พิพิธภัณฑ์ชุมชน จัดทำระบบการสื่อความหมาย วัตถุโบราณ ในวัดรามประดิษฐ์ หรือวัดนาควารี (หูล่อง) ที่มีจุดเด่นที่พระพุทธรูปนอน วิหารประตู หน้าต่างใหญ่ ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว รูปบุคคลสำคัญควรนำมานำเสนอเล่าเรื่องราวเชื่อมโยงกับพื้นที่ เช่นจัดทำเป็นนิทรรศการหุ่นขี้ผึ้ง นำเสนอประวัติบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจ วัดหลวงพ่อดุจด (วัดนันทาราม) ควรเป็นจุดเริ่มต้นของการทำทัวร์วัด เนื่องจากหลวงพ่อดุจดเปรียบเทียบกับหลวงพ่อดุจหรือเทพพันใจขออะไรก็ได้ดังใจในเรื่องที่ดี นำความเชื่อ ความศรัทธาของชุมชนมานำเสนอ มีกิจกรรมวิธีการบูชาหาทางจัดกิจกรรมระลึกถึงสำคัญของหลวงพ่อดุจด นำเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับในหลวงรัชกาลที่ 9 ให้จัดรูปแบบกิจกรรมความศรัทธาเช่นอาจจะมีการบูชา และนำกล่าวถึงเรื่องราวของความเป็นหลวงพ่อดุจด เพื่อแสดงถึงความศรัทธาของประชาชนต่อหลวงพ่อดุจด ภูมิทัศน์ภายในวัดควรพัฒนาให้ร่มรื่น เย็นสบาย จัดเก็บโบราณวัตถุเป็นระเบียบ ตามที่ สินธุ์ สโรบล (2559) ได้พูดถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่าเป็นการเน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีกิจกรรมการให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการเรียนรู้ในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมอันหลากหลาย ตลอดจนความเป็นชาติพันธุ์ อันเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ และสร้างความตระหนัก สร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านสินค้าของที่ระลึกชุมชนควรเชื่อมโยงการท่องเที่ยวการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การส่งเสริมช่องทางการขายให้กระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่น ตีกรังนกที่พบเห็นได้ทั่วไปในพื้นที่เขตเทศบาลสามารถเชื่อมโยงไปยัง

เรื่องราวของนก ข้อมูลทางชีววิทยา วงจรชีวิต การเลี้ยงการผลิต ปัญหา คุณภาพ การรับรองทางการแพทย์ ตลอดจนความสำคัญต่อพื้นที่ได้ ธุรกิจรังนกสามารถพัฒนาเป็นนิทรรศการขนาดย่อมที่ถ่ายทอดเรื่องราวของรังนก เปิดร้านให้สามารถเข้าดูกระบวนการเลี้ยง การเก็บ การคัดเลือก กว่าจะมาเป็นรังนก มีให้ทดลองชิม และซื้อกลับ สร้างกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเช่นการทำรังนกหรือ การทำความสะอาดรังนก หรือดูวิถีชีวิตของนกแอ่น เป็นต้น นอกจากนี้เรือพระ สามารถสะท้อนความเป็นวิถีริมน้ำ ควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมเรียนรู้ตลาดย้อนยุคปากพนัง ควรพิจารณาให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าของคนในพื้นที่ สินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่เป็นอันดับแรก

การท่องเที่ยวเชิงวิถี วิถีเกษตร วิถีประมง สามารถเชื่อมโยงไปยังสินค้าของชุมชนได้เช่นกัน การเยี่ยมชมการทำนาข้าวพื้นเมือง การทำไร่จาก ตำบลขนานนาที่ทำน้ำตาลจากและผลิตภัณฑ์ต่อยอดอื่น ๆ ที่สามารถเที่ยวได้ตลอดปี นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ทุกเรื่องเกี่ยวกับจาก ตั้งแต่ระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง การทำน้ำตาลจาก และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ การทำอาหารพื้นเมืองรับประทานโดย หรือแม้แต่การทำขนมจากเพื่อรองรับการศึกษาดูงาน กิจกรรมชุมชนควรพัฒนานิทรรศการสื่อความหมายให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีนั้น ๆ เชื่อมโยงกับลักษณะพื้นที่ เรียนรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในบางกิจกรรมของวิถี เช่น การปาดจาก กวนน้ำตาลจาก (โหมจาก) หรือการเคี่ยวจนกระทั่งซื้อกลับเป็นของฝาก การไปเรียนรู้การปลูกข้าวพันธุ์พื้นที่ เชื่อมโยงการค้าข้าวในอดีตตลอดจนความเกี่ยวข้องกับโรงสีโบราณ สามารถพัฒนากระบวนการสื่อความหมายให้เห็นความสำคัญของข้าวพันธุ์พื้นเมือง กระบวนการทำนาตั้งแต่ปรับดินจนกระทั่งเก็บเกี่ยว พิธีแรกนาขวัญข้าว ก็สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ สามารถเอามาเป็นจุดแวะในระหว่างการท่องเที่ยวได้อีกจุดเพื่อรู้จักวิถีชุมชน การประยุกต์วิถีชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถดึงวิถีชีวิต กิจกรรมที่ชาวประมงทำกันอยู่ในชีวิตประจำวันปรับมาสู่การท่องเที่ยว เช่น การตกปลาที่เห็นเป็นประจำที่สะพานตัวที่ (T) บริเวณชายทะเล หรือ แม้แต่การตกปลาในแม่น้ำไม่ว่าจะเป็นริมเขื่อนหรือกลางแม่น้ำโดยใช้เรือหางยาวที่ชาวบ้านใช้กันอยู่เป็นประจำเป็นพาหนะไปนั่งตกปลา อีกทั้งการแข่งขันเรือพายที่ขึ้นชื่อเนื่องจากปากพนังเป็นที่ปั่นนักกีฬาพายเรือ ตั้งแต่ระดับจังหวัดจนถึงทีมชาติ

วิถีอาหารเป็นสิ่งที่น่าสนใจและขาดไม่ได้ในการนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมการทานขนมจีน ผักสดสะท้อนทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มักคุเทศก์สามารถนำมานำเสนอสาธิตให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองรับประทาน อาหารอื่น ๆ ในย่านตลาดเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองซื้อรับประทาน ขนมลาที่เป็นขนมพื้นที่ยี่สิบเอ็ดปี เอกลักษณ์ขนมลาที่ต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ไปดูกระบวนการทำ ทดลองทำ ชิมในพื้นที่แล้วซื้อกลับเป็นของฝาก ผัดหมี่เมืองนัง ของฝากอาหารแห้งในพื้นที่ รังนก น้ำตาลจาก อาหารถิ่นอาหารพื้นบ้านสามารถนำมาเสนอได้ ในระหว่างการนำเที่ยว พื้นที่ร้านอาหารดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมารับประทานอาหารได้ดี เนื่องจากอาหารสดใหม่ มีคนขายพื้นที่เป็นร้านอาหารและรถขายของสด ของแห้ง ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเล ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลหรือการลองให้นักท่องเที่ยวทดลองเป็นชาวประมง เป็นต้น

ทรัพยากรประเภทประเพณีและกิจกรรมเรื่องราวความเป็นเมืองท่าค้าขายในอดีตของปากพนั้นมีควม น่าสนใจความเป็นชุมชนจีนโบราณสามารถนำมาถ่ายทอดเรื่องราวการทำการค้า การเข้ามาของคนจีนในอดีต การสร้างเมือง ศาลเจ้าจีนประจำชุมชนสามารถนำมาใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนจีนในอดีตได้ดี ป้ายบอก ทางตลอดจนป้ายสื่อความหมายจะช่วยเชื่อมโยงจุดต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ศาลเจ้าฮกเกี้ยน ริมน้ำสามารถนำมาเป็น จุดแวะชมได้อีกจุดหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อสายจีน พื้นฟูประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาว จีนชาวเรือเช่น กิจกรรมการทำยันตร์พัดโบก ที่มีความเชื่อว่าจะสามารถป้องกันภัยของวิถีชาวประมง เป็นต้น การชมการแข่งขันเรือเปรี้ยวที่วัดรามประดิษฐ์ถือเป็นกิจกรรมสำคัญของประเพณีลากพระในช่วงออกพรรษา สถานที่หลายแห่งควรปรับปรุงทัศนทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและเข้าถึงง่าย ป้ายบอกทางป้ายสื่อ ความหมายเป็นสิ่งจำเป็น

ย่านชุมชน ย่านการค้าขาย และตลาดเช้าเมืองนัง (ถนนบางว่า) เป็นจุดที่เด่นน่าสนใจ คือ วิถีผู้คน ในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวออกมาเดินเยี่ยมชม มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอสิ่งที่พบเห็นในตลาด กับทรัพยากรอาหารความอุดมสมบูรณ์ทางอาหารในปากพน์ สามารถใช้เป็นจุดแวะพักรับประทานอาหารเช้าง่อน เริ่มเดินทางตามเส้นทาง ตลาด 100 ปี ถึงความเป็น 100 ปี ความเก่าแก่มาเป็นจุดขาย รักษาสถาปัตยกรรมอาคาร ที่เป็นเสน่ห์ของชุมชนเก่า เช่น ตึกชิโนโปรตุกีส อาคารไม้ ตลาดเก่า เป็นต้น กิจกรรมการนั่งเรือข้ามฟาก 1 บาท เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ เชื่อมโยงสิ่งที่จะแวะชมของทั้งสองฝั่งแล้วใช้การนั่งเรือเป็นกิจกรรมร่วมเข้าไป ในความเป็น ย่านชุมชน มัคคุเทศก์สามารถใช้องค์ความรู้ในการถ่ายทอดเรื่องราว เทคนิคการอธิบายให้สิ่งที่พบเห็นมีความ น่าสนใจได้เป็นอย่างดี

5.2.2 การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพน์ในอำเภอ ปากพน์ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างยั่งยืน

1) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพน์ในอำเภอปากพน์ จังหวัด นครศรีธรรมราช

1.1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอปากพน์

นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพน์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอปากพน์เพื่อโดยส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ดูงาน/ทัศนศึกษา ประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ น้อยที่สุด คือ อื่น ๆ เช่น ช่วยงานบุญ ต้มน้ำผึ้งพระจันทร์ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัย ชฎาพร อัครวงษ์ และสุมาลี สว่าง (2557) เรื่องปัจจัยส่วน ประสมการตลาดมีความพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการพักผ่อนนันทนาการ

1.2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง

นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่ เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง คือ ความหลากหลายและรสชาติของอาหาร รongลงมา ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี งานเทศกาล ความชองกิจกรรมท่องเที่ยว ความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อน ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความมีชื่อเสียง ความเงียบสงบ ความเหมาะสมของราคา น้อยที่สุด คือ อื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติกานต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริการเสริมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่ในระดับมาก

1.3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่ คือ เพื่อน รongลงมา ได้แก่ ตนเอง ญาติพี่น้อง พ่อแม่ คนรัก คิด บริษัททัวร์ และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ สอดคล้องกับ Ching-Fu Chen และ Dungchun Tsai (2007) ว่าเมื่อบุคคลใดก็ตามที่ได้รับการแนะนำหรือชักชวนให้เข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งจากกลุ่มอ้างอิงที่เขาให้ความเชื่อถือและเชื่อมั่นไว้วางใจ โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บุคคลผู้นั้นก็จะเกิดการคล้อยตามและตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น โดยการตั้งใจว่าจะเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นในอนาคต

1.4) บุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน

บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชกับนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่มากับครอบครัว รongลงมา ได้แก่ มากับเพื่อน มากับญาติพี่น้อง มากับคนรัก และมากับคนรู้จัก น้อยที่สุด คือ มากับคนรู้จัก ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัย ชฎาพร อัครวงษ์ และสุมาลี สว่าง (2557) เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) กรศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้เดินทางไปพร้อมเพื่อน

1.5) รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่ เดินทางด้วยตนเอง รongลงมา ได้แก่ มากับหน่วยงานต่าง ๆ จองผ่าน Travel Agent มากับบริษัททัวร์ และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ

สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า การเดินทางเป็นอิสระ (Individual) จะเป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อใช้กับตัวเองกับครอบครัว หรือท่องเที่ยวไปกับเพื่อนสนิทเป็นการส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือเช่ารถขับไปกันเอง นักท่องเที่ยวจะเป็นอิสระในการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง สถานที่พัก ไม่จำกัดเวลาท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง

1.6) ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่เดินทางด้วยยานพาหนะโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง รถเช่า รถโดยสารท้องถิ่น เครื่องบิน รถบริษัทนำเที่ยว รถไฟ และอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตสุรางค์ กุณวงศ์ (2556) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการสวนสนุกในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยว โดยรถโดยสารประจำทาง/รถรับจ้าง และเดินทางมาท่องเที่ยวกับกรุ๊ปทัวร์/บริษัททัวร์

1.7) จำนวนคืนที่เข้าพักค้างคืน

นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักที่อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ไม่พักค้างคืน รองลงมา ได้แก่ พัก 1 คืน พัก 2 คืน พัก 3 คืน พัก 4 คืน พัก 5 คืน และ พัก 6 คืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตสุรางค์ กุณวงศ์ (2556) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการสวนสนุกในประเทศไทย พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้ระยะเวลาเฉลี่ยเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งระหว่าง 2-3 วันมากที่สุด รองลงมาใช้เวลาท่องเที่ยวภายใน 1 วัน และใช้ระยะเวลาเฉลี่ยเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งระหว่าง 4-5 วัน

1.8) แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบถึงอำเภอปากพนัง

นักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากเพื่อน/ญาติ รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร บริษัททัวร์ และอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัย อภิษฎา ญัฐพงศ์พฤทธิ และพัชรี เขยจรรยา (2559) ที่รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่าการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.9) ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความต้องการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถीलุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีอันดับ 1 คือ สืบสานตามรอย ร.9 เช่น พระตำหนักประทับแรมปากพนัง ประตูนํ้า อุทกวิภาคประสิทธิ์แห่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ การชม

ทัศนียภาพเมืองเก่า เช่น ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดร้างนางแอ่น ตลาด 100 ปีเมืองปากพอง ตลาดย้อนยุคปากพอง เป็นต้น ลิ้มรสวิถีอาหาร เช่น ผัดหมี่เมืองนัง ต้มส้มปลากระบอก น้ำแข็งใสร้อยสิบ เป็นต้น สัมผัสวิถีสายน้ำ เช่น ล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำปากพองเพื่อชมคอนโดร้างนางแอ่นริมน้ำ ปากปล่องโรงสีไฟจักรไอน้ำ เป็นต้น และสัมผัสวิถีศาสนาและความเชื่อ เช่น พระพุทธรูปและศิลาจารึกพันปี ศาลาหลวงพ่อโอภาสี ศาลแม่นางโดยพ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน โบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้อายุร้อยกว่าปี สอดคล้องกับแนวคิดของ พยอม ธรรมบุตร (2549 : 1-3) ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยว มิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบนเส้นทางสายศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ ในรูปแบบดำน้ำลึก (Scuba Diving) หรือดำน้ำตื้น (Snorkeling) การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว

2) การกำหนดส่วนแบ่งการตลาดและจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมายและกำหนดการจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

2.1) เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ใช้ 4 เกณฑ์ ดังนี้

2.1.1) ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) พบว่านักท่องเที่ยวหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย วัยเรียน วัยทำงาน และวัยเกษียณ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน

2.1.2) ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) พบว่า นักท่องเที่ยวหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากเขตพื้นที่ภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และสงขลา และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย

2.1.3) พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioristic Segmentation) โดยรวมจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) นิยมเดินทางเป็นครอบครัว เพื่อนหรือคนรัก มีลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อการสังสรรค์ที่ชอบความสะดวกสบายและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจท่องเที่ยวโดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดยาวต่อเนื่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ชอบความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย

2.1.4) ด้านจิตวิทยา (Psychology) พบกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interests) สอดคล้องกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และวิถีอาหารที่มีความหลากหลาย ได้แก่ สืบสานตามรอย ร.9 เช่น พระตำหนักประทับแรมปากพอง ประตุน้ำอุทกวิภาคประสิทธิ์แห่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพองอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และชมทัศนียภาพเมืองเก่า เช่น ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส คอนโดร้างนางแอ่น

ตลาด 100 ปี เมืองปากพนัง ตลาดย้อนยุคปากพนัง และวิถีอาหารที่มีความหลากหลาย ได้แก่ หมี่ผัดเมืองนัง ต้มส้มปลากระบอก ปลากระบอกร้า ปลาแขยง ปลาดอกไม้ ปลากระพง บูม่า บูด้า กุ้งแชบ๊วย กุ้งแก้ว ขนมจีน ขนมท้องถิ่น (ขนมลา ขนมกง ขนมไข่ปลา ขนมตาบอด ขนมข้าวเม่า ขนมรังนก ขนมตะโก้มันสำปะหลัง ขนมขี้มอด ขนมสอดไส้) รังนกแอ่น น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก ลูกจากลอยแก้ว น้ำหวานจาก เป็นต้น ซึ่งเหมาะกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มที่หลีกเลี่ยงความแออัด เน้นอาหารสะอาดมีคุณค่าต่อสุขภาพ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เน้นเรื่องของอาหารที่มีความสดใหม่ ความไม่จำเจ เน้นอาหารสะอาดมีคุณค่าต่อสุขภาพ

สอดคล้องกับ ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554 : 27) ว่าการแบ่งส่วนการตลาด โดยเริ่มจากขั้นตอนการแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation) เป็นกระบวนการแบ่งตลาดเป็นตลาดย่อย ๆ หลาย ๆ ส่วน โดยแต่ละส่วนย่อยของตลาดจะมีลักษณะ ความต้องการที่เหมือนกัน ซึ่งการแบ่งส่วนการตลาดในตลาดผู้บริโภค สามารถแบ่งโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

- การแบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic) คือ การแบ่งตามถิ่นที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ เช่น กรุงเทพฯ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นต้น

- การแบ่งตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic) คือ การแบ่งตามเพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา ขนาดของครอบครัว เป็นต้น

- การแบ่งตามหลักจิตวิทยา (Psychographic) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) ชั้นของสังคม (Social Class) ซึ่งแบ่งเป็นคนชั้นสูง คนชั้นกลาง และชั้นต่ำ โดยใช้รายได้ และยศถา บรรดาศักดิ์ (2) บุคลิกภาพ (Personality) ซึ่งแบ่งคนจากลักษณะเฉพาะ เช่น มีความน่าเชื่อถือ ยิ้มง่าย คุยสนุก เปิดเผย ตรงต่อเวลา มีความจริงใจ เป็นต้น (3) วิถีการดำเนินชีวิต (Life Style) ซึ่งแบ่งคนจากรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น คนชอบความทันสมัย คนชอบธรรมชาติ คนที่ชอบดูหนัง ฟังเพลง แต่งตัว ดูแลสุขภาพ เป็นต้น

- การแบ่งตามพฤติกรรมการซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Behavior toward Product) ได้แก่ การแบ่งตามผลประโยชน์ที่ต้องการจากสินค้า (Benefit Desired) เช่น ต้องการสินค้าคุณภาพสูง หรือต้องการสินค้าน่าเชื่อถือ เป็นต้น และการแบ่งตามอัตราการใช้สินค้า (Usage Rate) เช่น ลูกค้าที่ใช้ สินค้าจำนวนมาก ลูกค้าที่ใช้สินค้าปานกลาง และลูกค้าที่ต้องการสินค้าจำนวนน้อย

2.2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Targeting) ของการท่องเที่ยวลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวรูปแบบวิถีการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1.1) วิถีอาหาร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณ และกลุ่มเป้าหมายรองเป็นกลุ่มนักเรียนและกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน

2.1.2) วิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักเรียน และกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน และ

2.1.3) วิถีความเชื่อ กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณและกลุ่มอาชีพที่มาดูงาน

สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 189) ได้อธิบายว่าการเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market Selection) เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากที่บริษัทได้ทำการแบ่งส่วนตลาดและทราบถึงโอกาสทางการตลาดที่จะเกิดขึ้นในตลาดแต่ละวัน โดยเป็นการเลือกส่วนตลาดส่วนใด ส่วนตลาดหนึ่ง หรือหลายส่วนตลาด หรือทั้งหมดเพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับการใช้ส่วนประสมการตลาดในส่วนที่เลือกนั้น หรือเป็นกระบวนการในการประเมินความน่าสนใจของแต่ละส่วนตลาดแล้วเลือกส่วนตลาดที่จะเข้าไปดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของส่วนตลาดนั้น ๆ ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นส่วนตลาดที่บริษัทมีความถนัดหรือมีความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจของตลาดส่วนนั้นได้

2.3) การกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ (Market Positioning) ทางการท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.3.1) นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้มีการกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วิถีตามรอยพ่อ ร.5 และตามรอย ร.9 และการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหาร จะเห็นได้ว่ากลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความโดดเด่นเรื่องของการท่องเที่ยววิถีตามรอยพ่อ ร.5 และตามรอย ร.9 และท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารมากกว่าจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา และเมื่อเทียบเคียงในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลามีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารในระดับใกล้เคียงกัน ในขณะที่การเทียบเคียงการท่องเที่ยววิถีตามรอยพ่อ ร.9 และตามรอย ร.5 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสอดคล้องใกล้เคียงกันกับจังหวัดพัทลุง

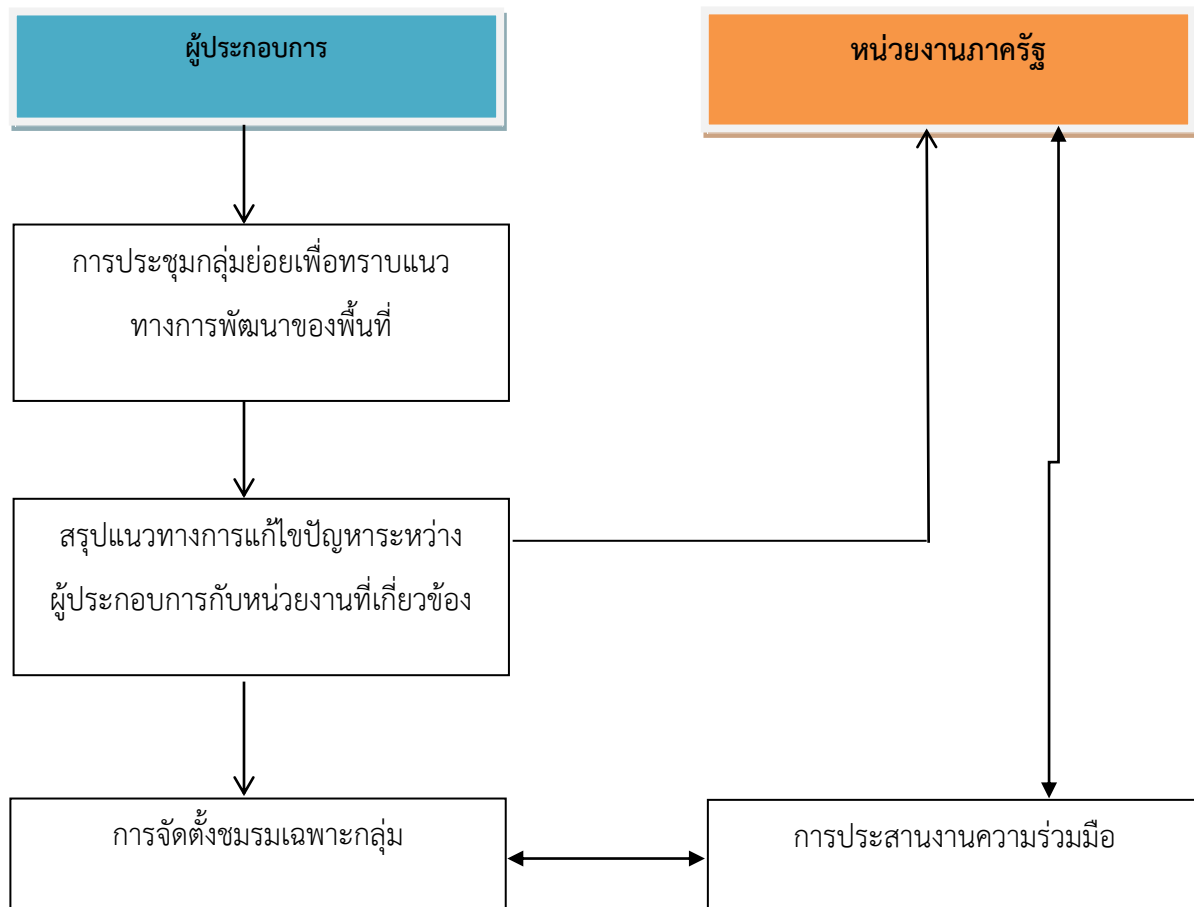
2.3.2) นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มีการกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช จะเห็นได้ว่ากลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารและการท่องเที่ยววิถีความเชื่อมากกว่าจังหวัดพัทลุงและสงขลา และเมื่อเทียบเคียงในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวพบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลามีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีอาหารในระดับใกล้เคียงกัน ในขณะที่การเทียบเคียงการท่องเที่ยววิถีความเชื่อจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสอดคล้องใกล้เคียงกันกับจังหวัดพัทลุง

สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 189) กล่าวว่าการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่าง ซึ่งเป็นการวางแผนคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้มีตำแหน่งทางการแข่งขันที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทำให้จดจำตราสินค้านั้นได้

5.2.3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและให้บริการการท่องเที่ยว วิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว ต้องเริ่มจากการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในกลุ่มก่อน มีผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์หรือมีอาวุโสเป็นแกนนำเพื่อยึดโยงสมาชิกในกลุ่มไว้ด้วยกัน การพบปะกันอย่างสม่ำเสมอในลักษณะของการประชุมกลุ่มย่อยจะทำให้สมาชิกทุกคนมีความเข้าใจตรงกันในทิศทางของการพัฒนา ค้นหาแนวทางการแก้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยว มีการร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่มของตนเองขึ้นเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็นประสบการณ์จนรวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ ๆ เมื่อกลุ่มเฉพาะมีความพร้อมจะนำไปสู่การรวมกลุ่มระดับชุมชน หรือสมาคมที่มีความเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่น โดยมีผู้นำกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทหลักในประสานงานและทำความร่วมมือเพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงานและจังหวัดต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (พระมหาสุทิตย์ อาภากร, 2547) และเครือข่ายที่เกิดจากการก่อตัวของภาคประชาชน (สัทยา วิเศษ, 2547) ด้วยเครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกัน มีความสมานฉันท์ มีการร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อเรียนรู้และแก้ปัญหาาร่วมกัน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ รวมไปถึงพึ่งพาอาศัยกัน เพื่อร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวสมาชิกเอง เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่โดยใช้ความเป็นเครือญาติ ความเป็นคนในชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการขยายเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ของกลุ่มมากขึ้น ในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง ที่ใช้การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในโดยให้ความสำคัญที่ตัวบุคคล ผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์ และเครือข่ายที่เข้มแข็งมาจากเครือข่ายที่จัดตั้งโดยธรรมชาติ สมาชิกรวมตัวกันจากความรักในสิ่งเดียวกัน (ทัศนีย์ นาคเสนีย์ บุญองกาม เอี่ยมศรีปลั่ง และเบญจพร แยมจำเมือง, 2556) อีกทั้งโมเดลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับกระบวนการสร้างเครือข่ายตามแนวคิดของปาริชาติ วลัยเสถียร (2543) ซึ่งเสนอกระบวนการสร้างเครือข่าย 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย (2) ขั้นติดต่อกับองค์กรที่จะเป็นเครือข่าย (3) ขั้นการสร้างพันธมิตรร่วมกัน ซึ่งเป็นการตกลงในความสัมพันธ์ต่อกันเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของกลุ่ม (4) ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์เป็นการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรม กำหนดบทบาทของ

สมาชิก รวมไปถึงสิทธิและหน้าที่ต่าง ๆ (5) ขั้นตอนขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่มตามพื้นที่หรือตามลักษณะของกิจกรรม และ (6) ขั้นตอนติดตามและประเมินผล เป็นการประเมินผลการดำเนินการตามแผนที่เกิดจากเครือข่ายความร่วมมือ โดยข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ สามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 5.2 ข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวิถीलุ่มน้ำปากพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.2.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกเป็น 4 มิติของการพัฒนา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 มิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกิจกรรม	ด้านการมีส่วนร่วม
1. นำเสนอขายคุณค่า (Value) ของเอกลักษณ์ที่เน้นการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพทั้งในเรื่องของการท่องเที่ยวในชุมชน 2. สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์โดยเฉพาะอาหารพื้นถิ่น 3. การสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4. ทำการตลาดเสนอเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว (Niche Market) ที่มีศักยภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ กลุ่มผู้สูงวัย กลุ่มรักสุขภาพ และกลุ่มศึกษาดูงาน 5. ควรมีการปรับปรุงถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และป้ายบอกทาง	1. ควรมีมาตรการรองรับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรม 2. สิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวควรออกแบบให้กลมกลืนกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น 3. ส่งเสริมความร่วมมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	1. ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมายที่มีความทันสมัย มีความต่อเนื่องและครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งกิจกรรม มีการรวบรวมระบบข้อมูลที่ใช้ในการสื่อความหมาย เพื่อนำไปเสนอเป็นเรื่องราวที่เชื่อมโยงระหว่างกัน 2. ส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสื่อความหมาย สร้างแหล่งเรียนรู้ นิทรรศการ พิพิธภัณฑ์มีชีวิตในแหล่งท่องเที่ยว 3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก	1. ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินการ การประเมินผลกระทบและการรับผลประโยชน์ 2. ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในอนุรักษ์ การดูแล และการป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตและวัฒนธรรม 3. ภาครัฐและเอกชนควรมีงบประมาณหรือกิจกรรมส่งเสริมให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม

จากตารางที่ 5.2 สรุปการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภopakพนังจังหวัด นครศรีธรรมราชออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านพื้นที่ โดยในด้านพื้นที่ของกลุ่มน้ำปากพนังในอำเภopakพนังจะต้องขายคุณค่าของเอกลักษณ์ พร้อมสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นทำการตลาดเสนอเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว ตลอดจนปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2) ด้านการจัดการ ควรมีมาตรการรองรับผลกระทบ ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกให้กลมกลืนกับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และส่งเสริมความร่วมมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมาย ส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

3) ด้านการมีส่วนร่วม ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ประเมินผลกระทบ รับผลประโยชน์ และอนุรักษ์ ตลอดจนภาครัฐและเอกชนควรมีงบประมาณหรือกิจกรรมส่งเสริมให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม

4) ด้านกิจกรรม ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมาย ส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรรวบรวมเรื่องราวของปากพนัง พื้นฟูเรื่องราวในอดีตที่เชื่อมโยงมาปัจจุบันโดยใช้ความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดข้อมูลทางประวัติศาสตร์หรือเรื่องราวที่มีความเที่ยงตรง ไม่กระทบต่อความรู้สึกหรือความขัดแย้งกันของคนในชุมชน

5.3.2 ควรมีการศึกษาการสร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง เพื่อสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวและนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.3.3 ควรมีการพัฒนาแผนที่และป้ายสื่อความหมายในรูปแบบสื่อดิจิทัลผ่านการพัฒนาฐานข้อมูลทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการเพิ่มและปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีความสมบูรณ์และมีความต่อเนื่องในการแนะนำเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว

5.3.4 ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสะอาด การจัดการขยะในพื้นที่ เสี่ยงรบกวน รักษาบรรยากาศความสงบของริมแม่น้ำ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดพื้นที่ (Zoning) การวางผังเมืองให้เอื้อต่อการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเก่าๆ

5.3.5 พัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวในด้านความรู้และด้านทักษะการบริการให้เป็นมาตรฐานสากล โดยไม่ละทิ้งกลิ่นอายความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5.3.6 ควรนำกลยุทธ์ทางการตลาด VENICE Pak Phanang ไปสร้างการรับรู้ความเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวตามความสนใจที่แตกต่างกันไปของนักท่องเที่ยว

5.3.7 จัดงานประเพณีหรืองานพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว

5.3.8 ควรส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ชุมชนและสถานประกอบการ โดยพัฒนาในรูปแบบการจัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อเชื่อมโยงระหว่างกันเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

5.3.9 ผลักดันผลงานทางวิชาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนังเข้าสู่แผนหรือยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวปากพนังของพื้นที่หรือจังหวัด เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรมีการศึกษารวบรวมเรื่องราวของปากพนัง พื้นฟูเรื่องราวในอดีตที่เชื่อมโยงมาถึงปัจจุบันเพื่อนำเสนอความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำ ที่มีการร้อยเรียงเชื่อมโยงกับสถานที่ วัฒนธรรม และภูมิศาสตร์ให้มีความน่าสนใจ

5.4.2 ควรมีการศึกษาและพัฒนาระบบการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้ง 7 วิถีเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

5.4.3 ควรนำผลกลยุทธ์ VENICE Pak Phanang ที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาในลักษณะการประยุกต์ใช้เพื่อสร้างการรับรู้ความเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวตามความสนใจที่แตกต่างกันไปของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มสังคม (เกษียณ เลี้ยงรุ่น) และกลุ่มศึกษาดูงานที่เน้นวิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง วิถีอาหาร วิถีตามรอยพ่อ ร.5 และ ร.9 วิถีเกษตร และวิถีศาสนาและความเชื่อ และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะมาเลเซียที่เน้นวิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนังในการล่องเรือชมแม่น้ำปากพนังและการล่องเรือชมบางหรือลำคลองเล็ก ๆ วิถีอาหารที่นำเสนอผ่านเมนูอาหารในร้านอาหารและในตลาด และวิถีศาสนาและความเชื่อ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นนอกเหนือจากมาเลเซีย เช่น ยุโรปเน้นวิถีสองฝั่งแม่น้ำปากพนัง วิถีอาหาร เป็นต้น

5.4.4 ควรวิจัยเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น เพื่อให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายอันจะเกิดผลต่อการสร้างเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว

5.4.5 ควรมีการศึกษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่และมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

5.4.6 ควรนำผลการศึกษาไปพัฒนาในลักษณะการวิจัยเชิงประยุกต์ ซึ่งอาจจะนำไปใช้กับพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีบริบทคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กองธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (2560), พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 และอนุบัญญัติที่ออกตามความในพระราชบัญญัตินี้. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

กนกวรรณ สังขกร (29 พฤษภาคม 2558), การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับวิถีไทย. ในเอกสารประกอบการอบรม “การพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3A รุ่นที่ 1 วันที่ 29 พฤษภาคม 2558 ณ โรงแรมมณีนาราศร จังหวัดเชียงใหม่ จัดโดย สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เข้าถึงเมื่อ 7 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.slideshare.net/amicsangkakorn/ss-48803224>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรกฎาคม 2558), ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2559, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว (4 เมษายน 2559), สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด. เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/>

กฤษฎา โชติช่วง (2555), แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

กฤษณ์ โคตรสมบัติ (2553), การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช (2559), ทิศทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2560. ในเอกสารประกอบการประชุมกำหนดทิศทางส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2560 วันที่ 23 มิถุนายน 2559 ณ โรงแรมเมืองลิกอร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. อัดสำเนา.

เกตุมนี ตั้งรุ่งเรืองอยู่ (2552), ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดมุ่งเน้นที่ลูกค้ากับผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

คมชัดลึก คอลัมน์ตำนานแผ่นดิน (4 พฤศจิกายน 2555), ตำนานสะพานปลาปากพนัง. เข้าถึงเมื่อ 12 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.komchadluek.net/detail/20121104/143850/ตำนานสะพานปลาปากพนัง.html>.

จะเด็ด ศิริงาม (2545), **แนวทางการพัฒนาการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในเขตอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย**. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550), **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรชัย ศุกระกาญจน์ (2558), **พระบรมธาตุสุ่มรดกโลก**. นครศรีธรรมราช: ไทม์ พรินต์.

ชฎาพร อัครวงษ์ และสุมาลี สว่าง (2557), **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย**. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 1(1), 160-175.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540), **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์. โอ.เอส.

ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ และคณะ (2553), **โครงการวิจัยแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการบนพื้นฐานข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดชัยนาท**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทักษิณ นาคเสนีย์ บุญอ่องงาม เอี่ยมศรีปลั่ง และเบญจพร แยมจำเมือง (2556), **การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ธัญญา พรหมบุรมย์ และคณะ (2558), **ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม และสุขภาพ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย) 10(1) เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m10b1/71-87.pdf>.

นพชัย ฟองอิสสระ (2559), **การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ตำบลแม่ยาวอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 7(2), 15-41.

นิเวศ วณคุณากร (20 กันยายน 2560), **ประวัติศาสตร์เมืองปากพนัง**. สัมภาษณ์โดย ศันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์. บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด (2559), **แผนที่และคู่มือเที่ยวไทย '60**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542), **เอกสารประกอบการสอนวิชาการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. อัดสำเนา.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548), **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555), **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เพิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ (2559), **ธุรกิจนำเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เพิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554), **กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ประภาส อธิทปสาธน์ (2546), **การบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้านโคกไก่อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**. รายงานการศึกษาอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2536), **พฤติกรรมผู้บริโภค : การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543), **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

บุญยวีร์ ศรีรัตน์ (2559), **กลยุทธ์และกลวิธีการบริหารจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเชิงเศรษฐกิจและเพื่อคุณภาพชีวิตท้องถิ่น ในเอกสารประกอบการสอนรายวิชาการบริหารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช**. อุดรธานี.

พยอม ธรรมบุตร. (2549), **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พระมหาสุหิตย์ อาภากร. (2547). **เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ**. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พิมพ์ลักษณ์ พงศกรรังศิลป์ (2557), **การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา**. โครงการวิจัยการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ภฤศสร ฤทธิมนตรี, นฤชิต ดีพร้อม, บุญยวีร์ ศรีรัตน์ และวสันต์ ไทรแก้ว. (2557). **โครงการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลเขาพระ อำเภอฟิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช**. รายงานผลการวิจัย. นครศรีธรรมราช : เครือข่ายวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก สกอ.ภาคใต้ตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

ภูษนิศา เตชเถกิง (2555), **การพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่นและการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. รายงานผลการวิจัย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (2559), โครงการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง สถาบันวิจัยและพัฒนา. เข้าถึงเมื่อ 13 สิงหาคม 2559, จาก

http://wupakphanang.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2013-01-27-12-34-39&catid=36:2013-01-21-08-14-03

โยธิน แสงวดี (ม.ป.ป.), ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม

มหาวิทยาลัยมหิดล. เข้าถึงเมื่อ 12 สิงหาคม 2560, จาก

<http://www.thaivbd.org/n/researchs/download/238>.

วนิดา เชียงอารีย์ และสาวิกา ชุนราม (2555), นครศรีธรรมราช Nakhonsi, The Great Wonder นครแห่งวัฒนธรรมและธรรมชาติ. *Nature Explorer*, 13(145), 26-28.

วัชรภรณ์ อาริรัตน์ศักดิ์ (2554), การจัดการอุตสาหกรรมบริการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

วันคำ ประเสริฐศักดิ์ (2555), กลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวนครหลวงเวียงจันทน์. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, บัณฑิตวิทยาลัย กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และอรทัย เลิศวรรณวิทย์ (2550), กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555), หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ท็อป.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2557), การศึกษาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในพื้นที่ภาคใต้. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

โสภิตสุภางค์ ภูณวงศ์ (2556), ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการสวนสนุกในประเทศไทย. *จันทร์เกษมสาร* 19(37), 57-66.

สมักร ณะเกิงสุข (2549), สภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เกาะเสม็ด ตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. รายงานการวิจัย. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช (2559), เอกสารสรุปเวทีระดมความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช วันที่ 5 สิงหาคม 2559 ณ ห้องประชุมพวงชมพู สำนักงานสนับสนุนสุขภาพ เขต 11 นครศรีธรรมราช. อุดรธานี.

สหทัยา วิเศษ. (2547). องค์การเครือข่ายในจังหวัดพะเยา. นนทบุรี: แชนงวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช (2558), **แผนยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช**. เข้าถึงเมื่อ 30 มิถุนายน 2559, จาก http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/datacenter/detail.php?news_id=1010291

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560), **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรมิพ้องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

สินธุ์ สโรบล (2547), **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. *ประชาคมวิจัย*, 57(3), 15-21.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุมา เตพลกุล และธีระ สันเดชารักษ์ (2556), **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

สุธรรม เดชดี (2559), **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล พ.ศ. 2559**. ในเอกสารประกอบการบรรยายโครงการอบรมพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ชมเมือง จัดโดยชมรมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดนครศรีธรรมราช วันที่ 28-29 มิถุนายน 2559 ณ ห้องประชุมพิพิธภัณฑสถานเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. อัดสำเนา.

อโณทัย งามวิชัยกิจ (2558), **การวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ**. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 13(1), 1-12.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543), **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดิگانต์ ไพรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2555), **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง**. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 13(1), 119-132.

อภิญา ญัฐพงศ์ฤทธิ์ และพัชรี เชยจรรยา (2559), **รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ**. ที่ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 271-288.

Blackwell, R. D., Miniard, W. & Engel, J. F. (2006), **Consumer Behavior**. 10th ed. Canada : Thomson South-Western.

Ching-Fu Chen and Dungchun Tsai (2007), **How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?** *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.

Choibamroong, T. (2006), **"Knowledge of Tourists Behavior: A Key Success Factor for Managers in Tourism Business"** *BU Academic Review*, 5(1), 1-8.

Glenn D. (n.d.) **Determining Sample Size**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. เข้าถึงเมื่อ 12 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.sut.ac.th/im/data/read6.pdf>

Kotler, P. et al. (2005), **Principle of Marketing An Asian Perspective**. Singapore : Prentice Hall.

Iorio, M. and Wall G. (2012), **Behind the Mark : Tourism and Community in Sardinia**. *Tourism Management*, 33(6), 1440-1449.

Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazar (2007), **Consumer Behavior**. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall.

Solomon, M. R. (2007), **Consumer Behavior: Buying, Having and Being**. 7th ed. New Jersey : Prentice Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

ภาพการประชุมชี้แจงเปิดแผนงานวิจัย

วันที่ 19 กรกฎาคม 2560

ณ ห้องวิริยะไพบูรณ์ โรงเรียนปากพั่น อำเภopakพั่น จังหวัดนครศรีธรรมราช



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ กล่าวรายงาน



นายพิเชษฐ์ กล้าสุคนธ์ นายกเทศมนตรีเมืองปากพอง ประธานเปิดการประชุม



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ แนะนำวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย
ทีมงานของแผนงานวิจัยฯ และโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ



คณะผู้วิจัยร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคชุมชน



อาจารย์คันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ (ซ้ายสุด) และอาจารย์ศิรินันทน์ พันธรักษ์ (ขวาสุด) ดำเนินการเสวนา
 อาจารย์สุนทร บุญแก้ว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ที่ 2 จากซ้าย)
 นางสาวศิริกมล แก้วแสงอ่อน นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช (ที่ 3 จากซ้าย)
 นายคมสัน สุวรรณรตินันท์ มัคคุเทศก์จาก Smart Travel (กรุงเทพมหานคร) (ที่ 4 จากซ้าย)
 นางสาวลัดดาวัลย์ ช่วยชาติ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช (ที่ 3 จากขวา)
 นายนิเวศ นวคุณากร มัคคุเทศก์ท้องถิ่นอำเภอปากพนัง (ที่ 2 จากขวา)



คณะผู้วิจัย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนถ่ายภาพร่วมกับนายกเทศมนตรีเมืองปากพนัง

ภาคผนวก 2
ภาพการลงพื้นที่วิจัย



คณะผู้วิจัยร่วมตัวแทนเทศบาลเมืองปากพอง สภาวัฒนธรรมอำเภอปากพอง กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น ร่วมสำรวจข้อมูลทรัพยากรและ กิจกรรมท่องเที่ยว พร้อมประเมินศักยภาพทรัพยากรและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง ในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น และ Smart Travel บริษัทนำเที่ยวจากกรุงเทพฯ
ร่วมสำรวจไร่จาก และการทำน้ำตาลจากชุมชนขนานนก



นายคมสัน นิลยงตระกูล ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช
(ภาพซ้าย-ขวาสุด) นางจอมขวัญ ไตนา ชื่นอารมณ ประธานกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง
นายเกรียงศักดิ์ รักรัศรีทอง นายอำเภอปากพนัง (ภาพขวา-ที่ 2 จากขวา) และนายพรเทพ แซ่รักษา
ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอปากพนัง (ภาพขวา-ขวาสุด) ร่วมสำรวจการบริหารจัดการตลาดย้อนยุคปากพนัง

ภาคผนวก 3

ภาพการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมความเห็นอย่างมีส่วนร่วม

วันที่ 18 มิถุนายน 2561 เวลา 09.00 - 12.00 น.

ณ ห้องประชุม ร้านอาหารบ้านชายคลอง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แก้วอ่อน ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ กล่าวเปิดการประชุม และแนะนำทีมงาน



อาจารย์คันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ หัวหน้าโครงการย่อยที่ 1 นำเสนอผลการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



อาจารย์ภฤศสร ฤทธิมนตรี ซีมิก หัวหน้าโครงการย่อยที่ 2 นำเสนอผลการสำรวจพฤติกรรม ความต้องการ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง



ดร.เพียงพิศ ศรีประเสริฐ หัวหน้าโครงการย่อยที่ 3 นำเสนอกระบวนการการหาแนวทางการสร้าง
เครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว
เชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



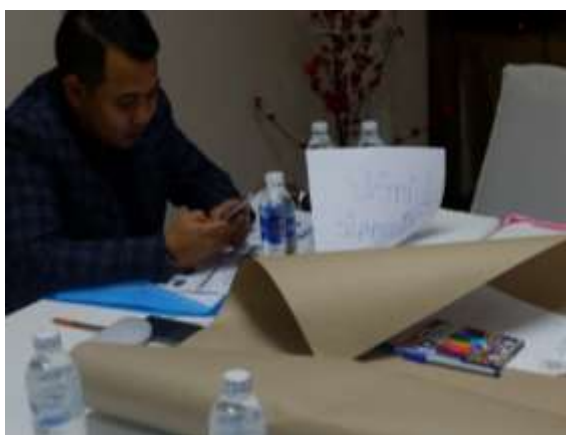
คณะผู้วิจัยร่วมตั้งคำถามเปิดประเด็นเพื่อระดมความคิดเห็น



นายนวนทิวรรธ นนทภักดิ์ ผู้จัดการเรือ ส.ภักดี ทราเวลชิป (ที่ 2 จากขวา) ร่วมเสนอความคิดเห็น
พร้อมกับ นายประยุทธ์ ฐานะวัฒนา กำนันตำบลแหลมตะลุมพุก และเจ้าของร้านอาหารครัวกำนัน (ขวาสุด)



นายคมสัน สุวรรณรัตน์ มุคคุเทศก์จาก Smart Travel (กรุงเทพฯ) แนะนำข้อมูลทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่จากการที่พานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจากกรุงเทพฯ มาเที่ยวชม



นายญาณวุฒิ อรชร หจก. เอ็นเอสที ทราเวลเลอร์ (ภาพซ้าย) และนางจอมขวัญ ไตนา ชื่นอารมณ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองนัง (ภาพขวา-ซ้ายสุด) ร่วมระดมความคิดเห็น



ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารและที่พักร่วมระดมความคิดเห็น



นางสาวจุฬาลักษณ์ อังสัจจะพงษ์ หจก. ไทย สมายล์ ทัวร์ แอนด์ แทรเวล (ขวาสุด)
ร่วมระดมความคิดเห็นกับคณะผู้วิจัย และตัวแทนธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่



ตัวแทนภาคธุรกิจ (ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว) และภาคชุมชน ร่วมระดมความคิดเห็น



คณะผู้วิจัยทั้ง 3 โครงการย่อยร่วมกันสรุปประเด็นการระดมความคิดเห็น

ภาคผนวก 4

ภาพการนำเสนอผลงานวิจัยให้ชุมชนและผู้ใช้ประโยชน์

วันที่ 18 มิถุนายน 2561 เวลา 09.00 - 12.00 น.

ณ หอประชุมวัดรามประดิษฐ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



คณะผู้วิจัยนำเสนอผลงานวิจัยต่อตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน



คุณวิรัตน์ รักษ์พันธ์
รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช

ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์
รองประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์
ที่ปรึกษาแผนงานวิจัย

คุณรุจาธิ์ สุขาโต
ที่ปรึกษาแผนงานวิจัย



คุณเกียรติศักดิ์ อุตฤทธิ์ คุณนริศ น้อยทับทิม
 เลขานุการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวลานสกา มักคุเทศก์และกรรมการหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช



บรรยากาศการเสนอความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานนำเสนอผลงานวิจัย

> เศรษฐกิจ / ทองเที่ยว > ม.ราชภัฏนครและภาคีเครือข่าย นำเสนอผลงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง...



1. 18-06-61 ม.ราชภัฏนครและเครือข่าย นำเสนอผลงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยว...

ม.ราชภัฏนครและภาคีเครือข่าย นำเสนอผลงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง

18 มิ.ย. 2561 | (333 ผู้เข้าชม) |



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และภาคีเครือข่าย นำเสนอผลงานวิจัย แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง จังหวัดนครราชสีมา ณ โรงแรมประติมากรรม อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

นายวิวัฒน์ จิตพันธ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา ประธานกล่าวเปิดงาน นำเสนอผลงานวิจัย แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง จังหวัดนครราชสีมา ณ โรงแรมประติมากรรม อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย มี พล.ต.สุรศักดิ์ แก้วมาลย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช "การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง จังหวัดนครราชสีมา" กล่าวรายงานวัตถุประสงค์ของการจัดงาน ซึ่ง การนำเสนอในครั้งนี้เป็นความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประมาณ 2560 ในระหว่างเดือนมิถุนายน 2560 ถึง พฤษภาคม 2561 ซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อย จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการย่อยที่ 1 : ศึกษาภาพและกิจการรวมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง โครงการย่อยที่ 2 : กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง

โครงการย่อยที่ 3 : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อ การจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง โดยมีผู้บริหารเทศบาล เมืองปากพนัง ผู้ว่าราชการ ผู้ว่าเมืองอื่น และประชาชนเข้าร่วม พร้อมนำเสนอและจัดแสดง ต่างๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อผลการวิจัยให้เกิดความสมบูรณ์ และสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้จริง

สำหรับผลงานวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อพัฒนาูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด สำหรับส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง พัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวและการ บริหารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมวิถีชุมชนสู่สากลอย่างพอเพียง โดยงานวิจัยนี้เป็นความร่วมมือของสถาบันอุดมศึกษา 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

ผู้ติดต่อ : วนิดา ใจเย็น

ผู้รับผิดชอบ : วนิดา ใจเย็น

โทรศัพท์ : 043-8500000

ข่าวช่อง 11 วันที่ 18 มิถุนายน 2561 นำเสนอข่าวการนำเสนอผลงานวิจัย

http://thainews.prd.go.th/webota_th/news/news_detail/TNECO6106180010034