



แผนงาน

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช

Efficiency improvement guidelines for SME entrepreneur of service
industry in Nakornsrihammarat Province

โดย ผศ.ดร. โชคชัย สุเวชวัฒนกุล และคณะ
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มกราคม 2563

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช

Efficiency improvement guidelines for SME entrepreneur of service
industry in Nakornsrihammarat Province

คณะผู้วิจัย			สังกัด
1.	ผศ.ดร. โชคชัย	สุเวชวัฒนกุล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2.	ผศ.ดร. เกศรา	สุกเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
3.	ผศ.ดร.กนกกานต์	แก้วนุช	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4.	ผศ.ดร.พรทิพย์	ฐปณพงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5.	ดร.ปิยะนุช	ปรีชานนท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
6.	ดร.ธีระพงษ์	ธีระทนต์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
7.	นายณัฐกุล	มากทรัพย์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม”

ปีงบประมาณ 2562

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย วช. - สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

รายงานความก้าวหน้าฉบับสมบูรณ์ เป็นการรายงานความก้าวหน้าของแผนงานวิจัยซึ่งได้ดำเนินการมาแล้วเป็นระยะเวลา 12 เดือน (1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ของแผนงานวิจัยด้วยความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษาได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อร่วมกันจัดแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมในพื้นที่ ความสำเร็จในครั้งนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2562 และผู้ทรงคุณวุฒิที่ร่วมให้ความเห็นต่อการดำเนินการของแผนงานตลอดเวลาที่ผ่านมา ซึ่งคณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้รวมถึงผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินการของงานวิจัยไม่ว่าจะเป็นทางตรงและทางอ้อม และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจต่อไป

คณะผู้วิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อแผนการวิจัย :	แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้วิจัย :	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โชคชัย สุเวชวัฒนกุล และคณะ
ปีที่พิมพ์ :	2563
แหล่งทุน :	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อแผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย การใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักท่องเที่ยว ตลอดจนรับฟังความคิดเห็น (ประชาพิจารณ์) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร นักวิชาการ ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ผลการศึกษาจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐบาลมีแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการของพื้นที่อำเภอขนอม อำเภอสิชลและอำเภอนาทวี รวมถึงพื้นที่เกี่ยวข้องได้แก่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อันจะช่วยยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการเอกชนต่อไป สำหรับภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไรและผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษาใช้ในการส่งเสริมกิจกรรมการสร้างรายได้บนฐานอัตลักษณ์ของตนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม พบว่า

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ผ่านหลักการการออกแบบ คือ ความเข้าใจง่าย และปรับใช้งานง่าย (SIMPLICITY) ความตรงใจต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (RELEVANT) ความแตกต่างด้วยอัตลักษณ์แต่ละอำเภอ (DIFFERENT) และความกลมกลืน ส่งเสริมกันและกันในทั้ง 3 อำเภอ (SYNERGY) โดยเมื่อแยกรายละเอียดของการพัฒนาเครื่องหมายอัตลักษณ์โดยแบ่งได้เป็น

อำเภอขนอม :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ หลบหลีกออกจากชีวิตประจำวัน (ESCAPE FROM ROUTINE LIFE) ต้องการหลุดออกจากชีวิตจำเจ รุนววย เหนื่อยล้า อยากมาเที่ยวพักผ่อนสบาย ๆ เติมพลังชีวิต เปิดรับประสบการณ์ดี ๆ แบบไม่เร่งรีบ

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดซิลล์ ชาร์จพลังชีวิต เพราะมีทะเลหาดทรายขาวยาวไกล ให้เติมพลังชีวิตแบบไม่ต้องเร่งรีบ ด้วยหลากหลายกิจกรรมซิลล์ ดูโลมาสีชมพู ชมธรรมชาติ ถ้าเขาวังทอง จุดชมวิว เจดีย์ปะการัง สปาปลา หรือจะไม่ทำอะไรเลย นอนอ่านหนังสือริมหาด บรรยากาศก็พร้อม

อำเภอสิชล :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการทำตามความชอบและแรงบันดาลใจของตัวเอง (FOLLOW MY PASSION) อยากท่องเที่ยวแบบได้ทำกิจกรรมสนุก ๆ ตามใจชอบ วันหยุดทั้งทีต้องได้เที่ยวเต็มที่ที่สุด ๆ ทำอย่างที่ยากทำ ได้อย่างที่ยากได้

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดแอกทีฟ เต็มที่กับชีวิต เพราะพื้นที่มีทะเลหาดหินงาม มีพลังธรรมชาติที่สรรสร้าง กิจกรรมแอกทีฟให้เต็มเหนี่ยว ไม่ว่าจะสารพัด Extreme Sport เจ็ทสกี เซิร์ฟ ปั่นจักรยาน ขึ้นถ้ำ ปีนน้ำตก วิถีประมง หรือจะ Extreme ขอฟรวัดไอ้ไข่ให้ได้ชีวิตที่ดีกว่าเดิม

อำเภอท่าศาลา :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการการเรียนรู้ ชอบการเรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุด (NEVER ENDING EXPLORATION) โดนมีพื้นฐานความคิดว่าเมื่อได้ไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ แล้วจึงอยากที่จะซบซบวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นแท้ ๆ อยากเสพเรื่องราวของพื้นที่ ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากประสบการณ์จริง

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดแห่งปัญญา เสริมพลังความคิด เพราะนอกจากเป็นทะเลโคลนที่อุดมสมบูรณ์และประมงท้องถิ่นยังเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้หลากหลายวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิตชาวบ้าน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ศูนย์การแพทย์ หรือ เรื่องราวร่องรอยประวัติศาสตร์ ก็เสริมสร้างความคิดให้ใช้ชีวิตได้ดีขึ้น

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์แล้วจึงได้มีการสร้าง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ประกอบการสร้างสรรค์ออกแบบหรือคิติดิจิทัลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีความเป็นเอกภาพ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม พบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ มี 4 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย 1) การอนุรักษ์จัดการทรัพยากรธรรมชาติ 2) การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) การควบคุมการก่อสร้างอาคาร 4) การบริหารงบประมาณท้องถิ่น โดยมีข้อเสนอเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1) ประเด็นการอนุรักษ์จัดการทรัพยากรธรรมชาติ ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พ.ศ. 2558

2) ประเด็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535

3) ข้อเสนอประเด็นการควบคุมการก่อสร้างอาคาร ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2522

4) ข้อเสนอประเด็นการบริหารงบประมาณท้องถิ่น ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และ พระราชบัญญัติ วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561

นอกจากนี้ยังมี ข้อเสนอเชิงนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ตั้งแต่ การเตรียมองค์กร การให้ความรู้แก่ชุมชน และการควบคุมองค์กร

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนาระบบการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวงจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม พบว่า

งานวิจัยนี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อมให้กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง โดยเพิ่มอัตราเร็วในการผลิตได้ร้อยละ 66.67 ด้วยการลดระยะเวลาในการมัดย้อมจากการเตรียมสีธรรมชาติให้อยู่ในรูปของผงสี ในด้านกระบวนการเตรียมน้ำสีให้อยู่ในรูปของผงสีสามารถเตรียมน้ำย้อมปริมาณมากโดยไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มาก ช่วยควบคุมและกำหนดเฉดสีในการย้อมแต่ละครั้ง สามารถย้อมผ้าได้ตลอดปีและลดปัญหาด้านความชื้นของช่างย้อม รวมถึงสามารถย้อมผ้าให้มีความเข้มสีสูงขึ้นได้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม พบว่า

วัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพราะชอบลวดลายที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครมากที่สุด ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งอยู่ที่จำนวน 1 ชิ้น ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่าให้ ความสำคัญ/สนใจซื้อมากที่สุด คือ เสื้อผู้หญิง โดยส่วนใหญ่จะเลือกตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ประมาณ 0-500 บาท มากที่สุด โดยสีธรรมชาติที่ชอบมากที่สุดคือ สีจากใบมังคุดแห้ง-ให้สีส้ม แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบมากที่สุด คือ สื่อชนิดต่าง ๆ ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คือ คำแนะนำ/เอกสารเผยแพร่ ระดับความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมดย้อมสีธรรมชาติ บ้านศรีวังต่อในอนาคตโดยให้เหตุผลว่า สวยงาม ลวดลายสวย ชอบสี ชอบการย้อมด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร งานมือ งานศิลปะลวดลายสวย สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีสารเคมี สินค้าน่าใช้ สนับสนุนสินค้าธรรมชาติ โปรโมทสินค้าชุมชน เป็นการเชิญชวนเที่ยวศรีวัง อยากให้รู้จักของคนในชุมชน อยากให้มาชมสินค้า 5 ดาว สินค้าสวยเหมาะสมแก่การใช้ สามารถเป็นของฝากได้ สวยเหมาะกับการใช้งาน เดินทางสะดวก และ ของดีเหมาะสม

ผลการศึกษาด้านปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดย ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยประเด็นการใช้สีจากธรรมชาติในการผลิตสินค้าช่วยให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยจากสารพิษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านราคา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางโดยพบว่าราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นมีผลิตภัณฑ์พร้อมสำหรับขายอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดย ประเด็นผู้ขาย/พนักงานมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และ ประเด็นผู้ขาย/พนักงาน มีอัธยาศัยดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมดย้อมสีธรรมชาติ บ้านศรีวังของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น รู้สึกว่าการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมดย้อมสีธรรมชาติ บ้านศรีวังเป็นการตัดสินใจที่ฉลาด ด้านด้านผลิตภัณฑ์กับประเด็นท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมดย้อมสีธรรมชาติ บ้านศรีวัง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่น พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่นของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมดย้อมสีธรรมชาติ บ้านศรีวัง ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

นอกจากนี้โครงการนี้ได้พัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีแรงบันดาลใจในการออกแบบภายใต้ชื่อว่า “Natural colors” หรือสีส้นจากธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติที่นำมาใช้ในการออกแบบบนลายผ้า ซึ่งทำให้ดูสบายตา สีส้นในการออกแบบไม่ฉูดฉาดจนเกินไป รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะลายที่นำมาดูจะเป็นตัวลายใบบอนเป็นหลักเนื่องจากเป็นลายเอกลักษณ์ (signature) ของตัวผ้ามัดย้อมบ้านคีรีวง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปว่า

หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ควรมีการกำหนดให้การรักษาลักษณะพื้นที่เป็นภาระกิจสำคัญของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่และสนับสนุนการดำเนินงานกับภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรและประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งควรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปสู่การผลิตและจำหน่ายจริงในพื้นที่โดยการสนับสนุนงบประมาณในการทำต้นแบบด้วยงบประมาณที่มีอยู่เพื่อให้เกิดความมั่นใจและทำให้ผู้เกี่ยวข้องมั่นใจว่าสามารถจำหน่ายได้จริง นอกจากนี้ ยังควรมีบทบาทในการกำหนดผู้รับผิดชอบลิขสิทธิ์และการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และผู้รับการผลิตของที่ระลึกที่ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในชุมชนได้อย่างทั่วถึงและการมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในด้านข้อกฎหมายต่าง ๆ และการเข้าใจถึงบทบาทของหน่วยงานของตนในการดำเนินงานตามข้อกฎหมายต่าง ๆ

หน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไรในพื้นที่ เช่น สมาคมท่องเที่ยว บริษัทขนอมสิทธิพัฒนาเมืองจำกัด กลุ่มบ้านคีรีวง ควรร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ และเป็นผู้บริหารจัดการในภาคปฏิบัติโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกำไรที่จะได้รับเนื่องจากมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากกว่าหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้แล้วควรมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์รวมทั้งแนวทางและรายละเอียดต่าง ๆ ของข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่มและให้การสนับสนุนการร่วมกันปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่รวมทั้งการทำความรู้จักกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีบทบาทตามที่กฎหมายกำหนดเพื่อให้สามารถประสานงานขอรับการช่วยเหลือหรือแจ้งเบาะแสการดำเนินการที่ขัดแย้งต่อกฎหมาย

ประชาชนในพื้นที่ ควรมีการกำหนดข้อตกลงร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามรูปแบบที่งานวิจัยกำหนดและปฏิบัติตามแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อการรักษาให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ สามารถส่งเสริมการรักษาลักษณะพื้นที่และสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนต่อไป รวมทั้งควรร่วมมือกันดำเนินการในด้านการส่งเสริมและพัฒนาบทบาทการมีส่วนร่วมในพื้นที่ เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การรักษาลักษณะพื้นที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามรูปแบบและแนวทางที่ได้นำเสนอไว้ในงานวิจัย

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย การใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักท่องเที่ยว ตลอดจนรับฟังความคิดเห็น (ประชาพิจารณ์) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร นักวิชาการ ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้ผลการศึกษาได้มีการนำเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภอท่าศาลา และพื้นที่ต่อเนื่องได้แก่ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ผลการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ต่อไป

Abstract

This project aims to propose guidelines for improving efficiency of the SME entrepreneur in service industry in Nakornsri thammarat Province. This main project comprised of four sub projects as follows: sub project 1: Local product enhancement and marketing communications planning based on the local authenticity to enhance efficiency of the SME entrepreneur in service industry in beach area of Nakornsri thammarat Province. Sub project 2: Policy recommendation for implementing law enforcement to manage destination and its authenticity to improve efficiency of the SME entrepreneur in service industry in beach area of Nakornsri thammarat Province. Sub project 3: Participatory Development of Production Process and Identity-Based Souvenir Product Creation for Strengthening SME Entrepreneurs in Service Industry of Kiriwong, Nakornsri thammarat. Sub Project 4: Marketing Development Plan on Local Souvenir Product for Enhancing Efficiency of the SME Entrepreneur in Service Industry of Kiriwong, Nakornsri thammarat. All the above mentioned projected will be using qualitative research approach to collect data from stakeholders in the selected areas, including experts from the academic field, local body and tourists, together with focus group with both public and private sector, NGO, academic sector, and local people in the selected areas. Follow by a public hearing on the final policy proposal for all parties to get involved in sharing their idea and feedback for further actions that will be beneficial for government sector, private sector and SME entrepreneur in service industry.

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1	บทนำ.....	1
1.1	ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	2
1.2	วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย.....	3
1.3	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.3.1	ขอบเขตเชิงพื้นที่.....	3
1.3.2	ขอบเขตเชิงเนื้อหา.....	4
1.3.3	ขอบเขตด้านเวลา.....	4
1.4	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ.....	4
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1	ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	6
2.1.1	ข้อมูลที่ตั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	6
2.1.2	ข้อมูลประวัติของจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	7
2.2	สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	8
2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่วิจัย.....	9
2.3.1	อำเภอขนอม.....	10
2.3.2	อำเภอสีชล.....	13
2.3.3	อำเภอท่าศาลา.....	16
2.3.4	ชุมชนบ้านคีรีวง.....	19
2.4	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) กับการพัฒนาเศรษฐกิจ.....	25
2.4.1	นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).....	26
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	28
3.1	วิธีการดำเนินการวิจัยของแผนการวิจัย.....	29
3.2	วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 1.....	30
3.3	วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 2.....	31
3.4	วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 3.....	33
3.5	วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 4.....	34

บทที่ 4	ผลการศึกษา.....	37
4.1	ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 1.....	38
4.1.1	แนวทางการตลาด.....	38
4.1.2	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	49
4.1.3	แผนที่ท่องเที่ยว.....	56
4.2	ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 2.....	58
4.2.1	ข้อเสนอสำหรับประเด็นการใช้กฎหมายเพื่อการจัดการพื้นที่.....	58
4.2.2	ข้อเสนอเชิงนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ.....	59
4.3	ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 3.....	60
4.4	ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 4.....	63
4.5	ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 5.....	68
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	72
5.1	การศึกษา.....	74
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	80
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	83

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 : จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2555 – 2559	9
ภาพที่ 2.2 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกับรายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2555 – 2559.....	9
ภาพที่ 4.1 เทรนด์การท่องเที่ยว.....	38
ภาพที่ 4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก	39
ภาพที่ 4.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของ อำเภอนอม.....	40
ภาพที่ 4.4 กิจกรรมที่น่าสนใจของ อำเภอนอม.....	40
ภาพที่ 4.5 ประเพณีของ อำเภอนอม.....	41
ภาพที่ 4.6 สถานที่น่าสนใจของ อำเภอสีชล.....	42
ภาพที่ 4.7 ประเพณีของ อำเภอสีชล	42
ภาพที่ 4.8 สถานที่น่าสนใจของ อำเภอสีชล.....	43
ภาพที่ 4.9 กิจกรรมและประเพณีของ อำเภอท่าศาลา	44
ภาพที่ 4.10 แนวทางการตลาด ภาพรวมทั้ง 3 อำเภอ	44
ภาพที่ 4.11 แนวทางการตลาด ภาพรวมทั้ง 3 อำเภอ (ต่อ).....	45
ภาพที่ 4.12 กิจกรรมการตลาด.....	46
ภาพที่ 4.13 แผนการสื่อสารการตลาด	46
ภาพที่ 4.14 กิจกรรมในท้องที่ / ปฏิทินการตลาดรายปี อำเภอนอม	47
ภาพที่ 4.15 กิจกรรมในท้องที่ / ปฏิทินการตลาดรายปี อำเภอสีชล.....	48
ภาพที่ 4.16 กิจกรรมในท้องที่ / ปฏิทินการตลาดรายปี อำเภอท่าศาลา	48
ภาพที่ 4.17 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบ่งเป็น 3 กลุ่ม.....	49
ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สปุรธรรมชาติทำมือ	50
ภาพที่ 4.19 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นแต่งเย็น	50
ภาพที่ 4.20 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กาชาปองที่ระลึก	51
ภาพที่ 4.21 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รอยสักสร้างแรงบันดาลใจ	52
ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ถุงชาเปลี่ยนประสบการณ์	52
ภาพที่ 4.23 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระเป๋าพร้อมลูกรักโลก	53
ภาพที่ 4.24 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก COFFEE HONEY SCRUB	54
ภาพที่ 4.25 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก CHICKEN MODEL ไก่นำโชค ให้เลขเด็ด.....	54
ภาพที่ 4.26 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดสปาโคลน	55
ภาพที่ 4.27 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก WISDOM NOTEBOOK	56
ภาพที่ 4.28 แผนที่ท่องเที่ยว 3 อำเภอ	57

ภาพที่ 4.29 ต้นแบบแผนที่ท่องเที่ยว 3 อำเภอ	57
--	----

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1: นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	27
---	----

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากแนวคิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีการส่งเสริมและการพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ด้วยความเชื่อว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการในลักษณะดังกล่าวจะนำมาซึ่งการกระตุ้นให้เกิดรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นและมีการกระจายรายได้ไปสู่ผู้เกี่ยวข้องได้มากกว่ารูปแบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหญ่ นอกจากนี้ยังเป็นการลดความเสี่ยงของการล้มเหลวของระบบเศรษฐกิจในภาพรวมเมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอีกด้วย

อย่างไรก็ตามการจะดำเนินการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนในมิติต่างๆ จากภาครัฐ ร่วมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน เนื่องจากความสามารถในการต่อรองที่มีอย่างจำกัด และการมีทรัพยากรที่จำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับการจัดลำดับให้เป็นเมืองรอง ซึ่งหมายถึงเมืองที่ยังไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจในปริมาณที่สูง เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ รูปแบบการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่พื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

จากการดำเนินการวิจัยตามแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสามารถนำอัตลักษณ์ที่เกิดจากการพัฒนาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมดังกล่าวไปใช้ในการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอันเกิดจากการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี

เพื่อให้เกิดการเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมทั้งเป็นการต่อยอดการพัฒนาตามแผนการวิจัยที่ได้ศึกษาไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สมาคมท่องเที่ยวชนอมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จึงเห็นสมควรมีการจัดทำวิจัยเพื่อพัฒนาต่อยอดแผนงานวิจัยดังกล่าวโดยประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย การใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมี

ส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผลการดำเนินการของโครงการในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย

- 1) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม
- 2) เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 3) เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 4) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 5) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ได้นำข้อมูลและผลการศึกษาที่สำคัญมาจากโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วม ที่คณะผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนจากชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2561 โดยในงานวิจัยดังกล่าวได้มีการกำหนดการแบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวตามนโยบายการจัดพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชร่วมกับหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และได้กำหนดให้มีกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลที่ประกอบด้วยอำเภอขนอม อำเภอสิชลและอำเภอนาทวี นอกจากนี้แล้วจากการสำรวจเบื้องต้นก่อนการเริ่มต้นงานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาในพื้นที่ดังกล่าวส่วนใหญ่จะมีการท่องเที่ยวพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมโยงได้แก่กลุ่มชุมชนท่องเที่ยว บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นจึงได้กำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวเป็น

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ด้วย พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้จึงประกอบด้วยอำเภอชนอม อำเภอสิชล อำเภอนาทวี และ บ้านคีรีวง

1.3.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษาเชิงเนื้อหาประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แนวทางการใช้กฎหมาย การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาการดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึง 31 ธันวาคม 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแนวทางการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ แผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ แนวทางการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์และการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์

2) หน่วยงานภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร เช่น หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมท่องเที่ยวชนอม ชมรมท่องเที่ยวสิชล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์ มีแนวทางการจัดการ และพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในพื้นที่ของตนซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ แผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์และการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์

3) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีข้อมูลเกี่ยวกับมีแนวทางการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ แผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์และการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่ เกี่ยวข้อง

แผนงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย โครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย การใช้กฎหมายจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ งานวิจัย บทความวิชาการ สรุปได้ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่วิจัย
- 2.4 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) กับการพัฒนาเศรษฐกิจ

2.1 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ สามารถแบ่งการอธิบายออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลที่ตั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ข้อมูลประวัติของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ข้อมูลที่ตั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ ประเทศไทย ประมาณละติจูดที่ 9 องศาเหนือ และลองจิจูด 100 องศาตะวันออก ระยะห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยเส้นทางรถไฟ 816 กิโลเมตร โดยรถยนต์ 860 กิโลเมตร มีพื้นที่ 9,941.5 ตารางกิโลเมตร ทางด้านทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูง มีภูเขาและป่าใหญ่ ซึ่งลาดต่ำไปทางทิศตะวันออก จนเป็นที่ราบจดชายฝั่งอ่าวไทย แบ่งการปกครอง ออกเป็น 23 อำเภอ มีแม่น้ำสำคัญ 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำตาปี แม่น้ำปากพนัง แม่น้ำปากพูน และแม่น้ำนครศรีธรรมราช

อาณาเขตของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทิศเหนือ จดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี และอำเภอไทย ทิศใต้ จดกับจังหวัดพัทลุง และสงขลา ทิศตะวันออก จดกับชายฝั่งทะเลอำเภอไทย และทิศตะวันตก จดกับจังหวัดตรังและกระบี่

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีลักษณะภูมิประเทศแตกต่างไปตามลักษณะของเทือกเขานครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นเทือกเขาที่มีความยาวตามคาบสมุทร เป็นผลให้ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ บริเวณเทือกเขาตอนกลาง บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก บริเวณที่ราบตะวันตก โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริเวณเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่ บริเวณเทือกเขานครศรีธรรมราช มีอาณาเขตตั้งแต่ตอนเหนือของจังหวัดลงไปถึงตอนใต้สุด บริเวณพื้นที่ของอำเภอที่อยู่ในเขตเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่ อำเภอเมือง สิชล ขนอม ท่าศาลา ลานสกา พรหมคีรี ร่อนพิบูลย์ ชะอวด จุฬาภรณ์ และพระพรหม ในเขตเทือกเขาที่มีเขาสูงสุดในจังหวัด ได้แก่ เขาหลวง ซึ่งสูงประมาณ 1,835 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง

บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่ บริเวณถัดจากเทือกเขาตอนกลางไปทางทิศตะวันออก ถึงฝั่งทะเลอำเภอไทย อาจแยกพิจารณาได้เป็น 2 ส่วน คือ ตั้งแต่อำเภอเมืองไปทางใต้ เป็นที่ราบที่มีความกว้างจากบริเวณเทือกเขาตอนกลาง ไปถึงชายฝั่งทะเลระยะทางประมาณ 95 กิโลเมตร มีแม่น้ำลำคลองที่มีต้นน้ำเกิดจากบริเวณเทือกเขาตอนกลาง ไหลลงสู่อ่าวไทยหลายสาย นับเป็นที่ราบซึ่งมีค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดสำหรับอีกส่วน คือ ตั้งแต่อำเภอท่าศาลาไปทางตอนเหนือ เป็นบริเวณชายฝั่งแคบ ไม่เกิน 15 กิโลเมตร อำเภอที่อยู่บริเวณที่ราบด้านนี้ ได้แก่ อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภอท่าศาลา อำเภอเมือง อำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอหัวไทร และอำเภอชะอวด

บริเวณที่ราบตะวันตก ได้แก่ บริเวณที่ราบระหว่างเทือกเขานครศรีธรรมราช และเทือกเขาบรรทัด ซึ่งมีลักษณะเป็นเนินเขา อำเภอที่อยู่ในบริเวณ ได้แก่ อำเภอพิปูน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอดวาง อำเภอบางขัน อำเภอฉ่ำพรรณรา อำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง

2.1.2 ข้อมูลประวัติของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามบันทึกเอกสารมิลินทปัญญาของอินเดีย ตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 5 ระบุว่า “ตามพรลิงค์” คือแคว้นที่เคยตั้งอยู่ที่เมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นที่รู้จักดีในหมู่พ่อค้าจากอินเดีย จีน และตะวันออกกลาง รวมถึงเป็นเมืองท่าที่สำคัญ โดยตั้งอยู่บนคาบสมุทรที่กั้นน่านน้ำทั้งสองด้าน ดังนั้นจึงเหมาะที่จะเป็นเส้นทางแลกเปลี่ยนสินค้าจากทั้งสองฝั่งสมุทร และประกอบกับมีอ่าวที่เป็นท่าจอดเรือ จึงทำให้ศาสนาพราหมณ์ได้แพร่ขยายเข้ามา โดยพบหลักฐานมากมายในศตวรรษที่ 11-14

ในพุทธศตวรรษที่ 14-16 อาณาจักรศรีวิชัย มีศูนย์กลางที่เมืองครุฑ ไซยา ซึ่งมีอำนาจปกครองเหนือดินแดนแถบคาบสมุทรพุทธศาสนา นิคมมหายาน ทำให้มีการแพร่ขยายเข้ามาในแคว้นตามพรลิงค์ด้วย

ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 17-18 แคว้นตามพรลิงค์มีความรุ่งเรืองสูงสุด ผู้ครองแคว้นตั้งตนเป็นกษัตริย์ทรงนามพระเจ้าศรีธรรมโศกราช รวมทั้งได้สถาปนาราชวงศ์ปทุมวงศ์ และแผ่อิทธิพลอำนาจและพุทธศาสนาไป

ยังเมืองต่างๆ ในภาคใต้ จนเป็นที่ยอมรับว่า นครศรีธรรมราช เป็นศูนย์กลางของพระพุทธศาสนาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

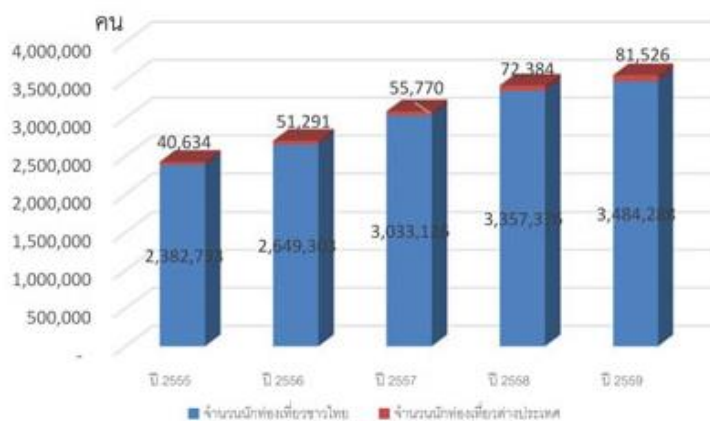
เมืองนครศรีธรรมราช หรือ นครอันงามสง่าแห่งพระราชา ผู้ทรงธรรม รุ่งเรืองอยู่ประมาณ 100 กว่าปี และเสื่อมลงเมื่อยกทัพไปตีเมืองลังกา รวมถึงโจรชาวถือโอกาสเข้าปล้นเมืองถึง 3 ครั้ง ประกอบกับเกิดโรคห่าระบาด จนเป็นเหตุให้บ้านเมืองถูกทิ้งร้าง จนกระทั่งสมัยอยุธยา ผู้คนเริ่มกลับมาตั้งบ้านเมืองอีกครั้ง จึงได้กลางเป็นหัวเมืองฝ่ายใต้ของราชอาณาจักรอยุธยา

ในสมัยรัตนโกสินทร์ ช่วงรัชกาลที่ 5 ได้มีการแก้ไขการปกครองหัวเมืองปักษ์ใต้ใหม่ นครศรีธรรมราช จึงได้เปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ.2439 จนกระทั่ง พ.ศ. 2475 ได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จึงได้ยุบมณฑลนครศรีธรรมราช และเปลี่ยนมาเป็นจังหวัดนครศรีธรรมราช มาจนถึงปัจจุบัน

2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

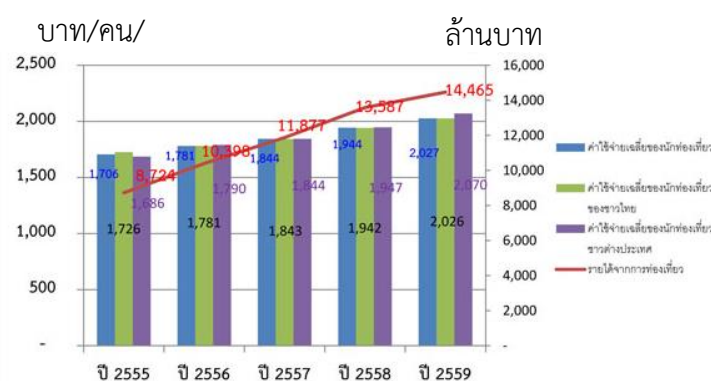
จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในจังหวัดแห่งพระพุทธศาสนา ถูกยกให้เป็น “นครสองธรรม” จากโครงการ “12 เมืองต้องห้ามพลาด” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Tourism Awards) ปัจจุบันนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ออกแคมเปญ “นครศรีดีดี นครศรีดีกว่าเดิม” ซึ่งนำเสนอภาพลักษณ์การสื่อสาร (Key Visual) ภายใต้แนวคิด “ดีกว่าเดิม” เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีกว่าให้นักท่องเที่ยว ด้วยผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว 6 หมวด ได้แก่ 1) นครแห่งอารยธรรมดี 2) นครหัตถศิลป์ 3) นคร...ธรรมชาติดีดี 4) นคร...แห่งชีวิต 5) นคร...แห่งการเรียนรู้ 6) นคร...ของฝาก อาหารอร่อยดี

ข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.82 เป็น 3,565,814 ซึ่งแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 97.71 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีร้อยละ 2.29 จึงส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.07 อยู่ที่ 14,465 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2559 เมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,027 บาท ต่อคนต่อวัน โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ 2,026 บาทต่อคน



ภาพที่ 2.1 : จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2555 – 2559

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2.2 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกับรายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2555 – 2559

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

สำหรับปีงบประมาณ 2560 จังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับเงินจัดสรรเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉลี่ย 21 ล้านบาท โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุง/ฟื้นฟูโบราณสถานต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นการต่อยอดจาก โครงการ “12 เมืองต้องห้ามพลาด” และโครงการ “นครศรีดีดี นครศรีดีกว่าเดิม”

แผนพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2561 – 2564 มุ่งเน้นการพัฒนาเป็นเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม และการเป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษาดูงานเชิงวัฒนธรรม เช่น การพัฒนามาตรฐานสินค้าของที่ระลึก วางแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามปฏิทินงานที่สำคัญในรอบปี รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และวัฒนธรรม เพื่อสร้างความประทับใจและมีแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่วิจัย

จากการที่การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ได้นำข้อมูลและผลการศึกษาที่สำคัญมาจากโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วม ที่คณะผู้วิจัยได้รับ

การสนับสนุนจากชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2561 ที่ได้มีการกำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวตามนโยบายการจัดพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชร่วมกับหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้กำหนดให้มีกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลที่ประกอบด้วยอำเภอขนอม อำเภอสิชลและอำเภอนาทวี นอกจากนี้แล้วจากการสำรวจเบื้องต้นก่อนการเริ่มต้นงานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาในพื้นที่ดังกล่าวส่วนใหญ่จะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมโยงได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวศรีวิชัย อำเภอเกาะลันตา จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นจึงได้กำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ด้วย ซึ่งจากผลการศึกษาของงานวิจัยโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วมได้มีการสรุปข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับพื้นที่ดังกล่าวไว้ดังนี้

2.3.1 อำเภอขนอม

ข้อมูลเบื้องต้น พื้นที่ ขนอม : เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประวัติ : ขนอมเป็นเมืองเก่าแก่ตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) แห่งกรุงศรีอยุธยา ระหว่าง พ.ศ. 1893-1912 ได้รับการสำรวจเข้าอยู่ในทำเนียบการปกครองในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) มีฐานะเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอสิชล ยกฐานะเป็น กิ่งอำเภอขนอม เมื่อ พ.ศ. 2481 และยกฐานะเป็น อำเภอขนอม เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2502

ที่ตั้งและอาณาเขต : อำเภอขนอมตั้งอยู่ทางทิศเหนือสุดของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอไทย
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทย
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสิชล
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอดอนสัก (จังหวัดสุราษฎร์ธานี)

การแบ่งเขตการปกครอง :

การปกครองส่วนภูมิภาค : อำเภอขนอมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 ตำบล 34 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ขนอม (Khanom) 14 หมู่บ้าน
2. ควนทอง (Khuang Thong) 12 หมู่บ้าน
3. ท้องเนียน (Thong Nian) 8 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น : ท้องที่อำเภอขนอมประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลขนอม ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลขนอม เทศบาลตำบลท้องเนียน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท้องเนียนทั้งตำบล เทศบาลตำบลอ่าวขนอม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลขนอม (นอกเขตเทศบาลตำบลขนอม) และองค์การบริหารส่วนตำบลควนทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลควนทองทั้งตำบล

สถานที่ท่องเที่ยว : อำเภอขนอมเป็นอำเภอที่มีชายหาดที่สวยงามและชายหาดยาวที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช ชายหาดที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบันคือหาดในเพลา ลักษณะหาดเป็นแนวยาวโค้ง มีภูเขาล้อมรอบ หาดนี้จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเที่ยว รวมถึงมาซื้อบ้าน (เช่าระยะยาว) มากที่สุด ถึงจะมีการ

พัฒนาไปมากแต่ก็ถือว่าเจียบสงบกว่าที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เกาะสมุย และมีหาดที่สวยงามและเจียบสงบอีกหลายหาดที่ได้รับการพัฒนาจนเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น หาดท้องหยี หาดหน้าด่าน หาดขนอม หาดคอเขา หาดบ้านเปร็ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีวัดเก่าแก่ คือวัดกระดังงา ไม่ไกลจากวัดกระดังงา ก็มีน้ำตกเสม็ดขุนและเขาพระเป็นจุดชมทิวทัศน์มองเห็นอำเภอและทะเลอ่าวขนอม ห่างจากหาด 4 กิโลเมตร เป็นที่ส่วนตัว แต่สามารถขออนุญาตเจ้าของพื้นที่ขึ้นไปชมได้ ปัจจุบันมีสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวก็คือ การที่ได้มาดูโลมาสีชมพู ที่มาหาอาหารให้ได้เห็นกันในหลายพื้นที่ของอ่าวอำเภอขนอม โดยมีจุดลงเรือชมโลมาที่บ้านแหลมประทับ และยังมีกะปิ รสชาติอร่อยชาวบ้านทำเอง จำหน่ายในราคาไม่แพง

หาดขนอม อยู่ห่างจากตัวอำเภอขนอมประมาณ 1.5 กิโลเมตร สามารถเดินทางเข้าถึงโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 4041 ซึ่งแยกจากทางหลวง หมายเลข 401 ประมาณ 17 กิโลเมตร ผ่านตลาดสุขาภิบาลขนอมประมาณ 1 กิโลเมตร จากนั้นจึงเลี้ยวขวาเข้าถึงตัวหาดขนอม ซึ่งเป็นชายทะเลที่สวยงาม ยาวติดต่อกัน 2-3 หาด คือ หาดในเปร็ด หาดในเพล และหาดปากน้ำ ซึ่งรวมกันเรียกว่า “หาดหน้าด่าน” เป็นหาดทรายยาวสลับโขดหินตั้งอยู่ระหว่าง เขาที่ยื่นไปใน ทะเลทั้งด้านเหนือและด้านใต้ ริมฝั่งขนอมมีชายหาดน้อยใหญ่เรียงราย อยู่หลายแห่ง มีน้ำทะเลใสสะอาดเหมาะแก่การเล่นน้ำมาก ถ้าใช้ตำแหน่งที่ปากคลองขนอมไหลลงสู่ทะเลเป็นหลักบริเวณทางตอนเหนือ คลองขึ้นไปมีหาดทรายที่ต่อเนื่องกันได้แก่ หาดท้องชิง หาดแฝงเกา หาดท้องโหนด หาดท้องเนียน หาดนางกำ ส่วนทางตอนใต้ของ คลอง มีชายหาดที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองนคร คือ หาดในเพล เป็นหาดทราย สีขาวหม่นยาวโค้งเป็นวงพระจันทร์ ยาวถึง 18 กิโลเมตร

การปลูกหญ้าทะเล บริเวณเกาะท่าไร่ เป็นแหล่งที่พบหญ้าทะเลอยู่ในเนื้อที่ประมาณ 45 ไร่ จากความร่วมมือของชุมชนในการอนุรักษ์แนวหญ้าทะเลของเกาะท่าไร่ ทะเลขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้ประสบความสำเร็จ จึงส่งผลให้แนวหญ้าทะเลขยายพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องการปลูกหญ้าทะเลส่งผลดีต่อระบบนิเวศ คือ เป็นเสมือนแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำในทะเล ให้ได้เจริญเติบโตสร้างความอุดมสมบูรณ์ให้กับทรัพยากรสัตว์น้ำ

วัดกระดังงา เป็นที่อยู่คู่มืองขนอมมานาน เชื่อกันว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา มีพระประธานเป็นพระพุทธรูปสมัยอยุธยาประดิษฐานอยู่ในอุโบสถ มีภาพเขียนพุทธประวัติฝีมือจิตรบรรจงตกแต่งในอุโบสถอย่างสวยงาม และมีโบราณวัตถุที่น่าสนใจมากมายโดยเฉพาะเครื่องถ้วยชาม

จุดชมทิวทัศน์เขาดาดฟ้า จากจุดนี้สามารถชมวิวดวงอาทิตย์ขึ้นจากทะเล ชมวิวหมู่เกาะแดน ชมวิวดูสภาพฐานของเกาะสมุย ชมวิวดูสภาพป่าดิบชื้นที่ สมบูรณ์ของเขาดาดฟ้า ดูนกป่านานาชนิด และในตอนเช้าๆจะได้ยินเสียงชะนีร้อง และปรากฏตัวให้เห็น นอกจากนี้ยังสามารถมอง วิวของ ดวงอาทิตย์ตกในตอนเย็นได้ด้วย มีถนนลาดยางเข้าถึงจุดชมวิว มีไฟฟ้าพาดผ่านตามแนวถนน อยู่ห่างจากอำเภอขนอม 15 กิโลเมตร

เกาะนุ้ยนอก อยู่บริเวณเกาะท่าไร่ เป็นบ่อน้ำจืดธรรมชาติอยู่ใต้ทะเล ตั้งอยู่ในเขตตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ช่อรูเล็ด ในเขตตำบล ท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นรอยต่อของอำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี กับอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นที่อาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด เหมาะแก่การเที่ยวชมธรรมชาติของสัตว์น้ำนานาชนิด

ถ้าเราวิ่ง นับเป็นถ้าที่มีความตระการตาอย่างยิ่ง ทางเข้าถ้าแม้จะเป็นโพรงเล็กๆ แต่ภายในจะพบกับหินงอกหินย้อยรูปร่างแปลกๆ แตกต่างกันไปมากมาย สร้างความตื่นตาตื่นใจจนหายเหนื่อย การเดินทางจาก

อำเภอขนอมใช้เส้นทางขนอม-ดอนสัก ไปประมาณ 9 กิโลเมตร เลี้ยวซ้าย ตรงสภาตำบล ควนทองเข้าไปอีก 4 กิโลเมตร เลี้ยวขวาอีก 700 เมตร ถึงเชิงเขา เดินขึ้นบันไดไปราว 100 เมตรก็จะถึงปากถ้ำ

น้ำตกหนานไผ่ เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามมี 3 ชั้น ไหลลดหลั่นลงมา

ป่าชายเลนคลองขนอม ในเขตตำบลขนอม ตำบลควนทอง และตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา ธรรมชาติ ป่าชายเลน การเดินทางจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานีใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 และทางหลวงจังหวัดหมายเลข 4014 สู่อำเภอขนอม เมื่อผ่านตลาดบ้านบางโหนด เลี้ยวซ้ายประมาณ 100 เมตร ก็จะถึงบริเวณที่ทางอุทยานแห่งชาติจัดให้มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน ให้ชมพรรณไม้แปลกๆ ของป่าชายเลน หรือจะนั่งเรือของชาวประมงเข้าไปตามคลองขนอมเพื่อชม ป่าชายเลนผืนใหญ่และหิ้งห้อยสองฝั่งคลอง

สปาปลา หรือปลาบำบัด ของอำเภอขนอม เป็นสปาปลาตามธรรมชาติไม่ใช่สปาปลาตามตู้ หรือ ตกแต่งเลียนแบบธรรมชาติอย่างที่เราพบเห็นได้ทั่วไป โดยที่เป็นปลาที่อาศัยอยู่ในแหล่งน้ำไหลที่มีการไหลเวียนอยู่ตลอดเวลา โดยในลำธารจะมีปลาอยู่ทั้งสิ้น 4 สายพันธุ์ ได้แก่ ปลาซิวใบไผ่ ปลาลายเสือ ปลาหางแดง และปลาพื้นเมืองอีก 1 ชนิด โดยปลาเหล่านี้จะคอยรุมตอดเท้าเพื่อเป็นรักษาสุขภาพเท้าจากการตอดช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายกระตุ้นเซลล์ใหม่ให้เกิด ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวได้นั่งให้ปลาตอดเท้าประมาณ 15 นาทีขึ้นไปปลาก็จะเริ่มทยอยหายไป เนื่องจากได้กำจัดแบคทีเรียจนหมดสิ้นแล้วทั่วบริเวณเท้าที่ได้จุ่มทั้ง หน้าเท้า หลังเท้า ซอกนิ้ว นิ้วเท้า หน้าแข้ง ตาตุ่ม เป็นต้น โดยถ้ามีนักท่องเที่ยวยาวใจใหม่จุ่มเท้าลงไปประหลาดเหล่านั้นก็จะไปรุมตอดเท้าใหม่ต่อไป ไม่เพียงแต่ทำลายผิวหนังที่ตายแล้วหรือเชื้อแบคทีเรียเท่านั้น ผู้ที่ปวดขาหรือเข่า จะสามารถคลายอาการดังกล่าวได้เพราะ เป็นการกระตุ้นปลายประสาทที่เท้า

น้ำตกทำน้อย เป็นน้ำตกขนาดกลาง ชั้นบนเป็นน้ำตกผ่านแผ่นหินขนาดใหญ่ที่ลาดเอียงเล่นน้ำได้คล้ายกระดานลื่น ธารน้ำเป็นธารหินและโขดหินไหลลงแอ่งน้ำเป็นช่วงๆน้ำใสเย็น บรรยากาศร่มรื่นด้วยร่มไม้ใหญ่ตลอดสองข้างลำธาร มีน้ำไหลตลอดปีแต่จะมีน้ำมากช่วงปลายฤดูฝน เป็นที่พักผ่อนอีกแห่งหนึ่งซึ่งรถสามารถเข้าถึงได้สะดวก

บ่อน้ำจืดกลางทะเล “บ่อน้ำจืดกลางทะเล” ที่เกาะนุ้ย เกาะเล็กๆในทะเลขนอม เป็นแอ่งหินรูปรอยเท้า มีน้ำเอ่อไหลรินตลอดเวลา เมื่อน้ำขึ้นน้ำทะเลจะท่วมมิดบ่อแต่ช่วงน้ำแห้งก็ปรากฏเป็นบ่อน้ำมีน้ำเต็ม ซึ่งน้ำในบ่อน้ำจืดนี้ก็ยังเป็นน้ำจืดอีกด้วย ในความเชื่อของชาวบ้านย่านนี้ ที่เล่าสืบต่อกันมาว่า นี่คือการร่ายเท้าหลวงปู่ทวดที่สาแดงปาฏิหาริย์เอาไว้เหยียบน้ำทะเลให้เป็นน้ำจืด ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่สอดคล้องกับเรื่องราวตามตำนานที่มีมาตั้งแต่โบราณ ทางธรณีวิทยาอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า บ่อน้ำนี้เป็นช่องเปิดที่ต่อเนื่องกับรอยแตกในชั้นหินใต้ผิวโลก ซึ่งรอยแตกนั้นเชื่อมต่อกับสายน้ำใต้ดินหรือสายน้ำบาดาลที่ซึมลงใต้ดินจากพื้นแผ่นดินบนฝั่ง

การท่องเที่ยวชมโลมาสีชมพู เกาะนุ้ยนอก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาที่เกาะได้โดยใช้เรือหางยาวจากท่าเรือแหลมประทับ อ่าวขนอม ที่ท่าเรือมีเรือหางยาวหลายลำสามารถ ไปติดต่อได้โดยไม่ต้องจองล่วงหน้า ให้บริการเรือพร้อมเสื้อชูชีพ ลำละ 1000 บาท นั่งได้ไม่เกิน 7 คน โดยโปรแกรมท่องเที่ยวคือ ล่องเรือชมโลมาสีชมพู ชมเขาหินพับผ้า และไปนมัสการหลวงปู่ทวด ที่เกาะนุ้ยนอก ใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 ชั่วโมง

การคมนาคม : จากกรุงเทพ สามารถไปใช้บริการรถทัวร์โดยสาร โดยขึ้นรถจากสถานีขนส่งผู้โดยสาร กรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี) (รถกรุงเทพ-ขอนแก่น) ค่าโดยสารประมาณ 600 บาท หากจะเดินทางต่อไปที่ ขายหาด ก็นั่งรถจักรยานยนต์รับจ้าง ต่อไปได้ ค่าโดยสารประมาณ 60-80 บาท การนั่งเครื่องบิน เครื่องบินลง ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะใกล้กว่าลงที่สนามบินจังหวัดนครศรีธรรมราช กรณีลงที่สุราษฎร์ธานี เดินทางต่อโดย รถโดยสารจากสนามบิน ไปที่สำนักงานขนส่งในตัวจังหวัด แล้วก็นั่งรถต่อไป หรือจะให้รถโรงแรมมารับที่ สนามบิน ค่ารถรับ 1,600-1,800 บาทต่อเที่ยว รถไฟต้องลงที่อำเภอพุนพิน สุราษฎร์ธานี แล้วนั่งรถเข้าเมือง อีกต่อหนึ่ง

การประกอบอาชีพของคนในพื้นที่ : สภาพเศรษฐกิจและสังคมประกอบอาชีพด้านการเกษตรและ ประมง ร้อยละ 80 ประกอบอาชีพด้านพาณิชย์การขายบริการต่างๆร้อยละ 15 ประกอบอาชีพรับราชการ รับจ้าง ร้อยละ 5 สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมุ่งเน้นในการพัฒนาศักยภาพ และลักษณะทางกายภาพ ปรับปรุงพื้นที่และการก่อสร้างสาธารณูปการ และเสริมสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว และให้มีความน่าอยู่ อาศัยเอื้ออำนวยให้เกิดความสะดวก ปลอดภัย

2.3.2 อำเภอลิขิต

ข้อมูลเบื้องต้น พื้นที่ ลิขิต : เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประวัติ : อำเภอลิขิตได้รับการจัดตั้งขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ตาม พระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ ร.ศ. 116 เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2440

ที่ตั้งและอาณาเขต : อำเภอลิขิตตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการ ปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอขนอม
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเวียง
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอท่าศาลาและอำเภอนบพิตำ
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอกาญจนดิษฐ์และอำเภอดอนสัก (จังหวัดสุราษฎร์ธานี)

การแบ่งเขตการปกครอง :

การปกครองส่วนภูมิภาค : อำเภอลิขิตแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 ตำบล 106 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ลิขิต (Sichon) 10 หมู่บ้าน
2. พุงปรัง (Thung Prang) 16 หมู่บ้าน
3. ฉลอง (Chalong) 11 หมู่บ้าน
4. เสาเภ (Sao Phao) 16 หมู่บ้าน
5. เปลิยน (Plian) 14 หมู่บ้าน
6. สีซิด (Si Khit) 12 หมู่บ้าน
7. เทพราช (Theppharat) 13 หมู่บ้าน
8. เขาน้อย (Khao Noi) 7 หมู่บ้าน

9. ทุ่งไผ่ (Thung Sai) 8 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น : ท้องที่อำเภอสิชลประกอบด้วยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 10 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลสิชล ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลสิชล

เทศบาลตำบลทุ่งไผ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งไผ่ทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลสิชล ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสิชล (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลสิชล)

องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งปรัง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งปรังทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลฉลอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลฉลองทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเสาเภา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเสาเภาทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเปลี่ยน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเปลี่ยนทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลสี่ขีด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสี่ขีดทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเทพราช ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเทพราชทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเขาน้อย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาน้อยทั้งตำบล

สถานที่ท่องเที่ยว :

หาดสิชล หรือที่ชาวท้องถิ่นเรียกกันว่า "หัวหินสิชล" เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมานานของอำเภอ ชายหาดเป็นแนวหินไปจนจดหาดทรายโค้ง เป็นบริเวณที่เล่นน้ำได้ บนหาดมีที่พักและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

หาดหินงาม บริเวณชายหาดเต็มไปด้วยก้อนหินกลมเกลี้ยง มีสีส้มสวยงาม และเป็นที่มาของชื่อหาด หินงาม ตลอดแนวชายหาดไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการ

หาดปติ เป็นหาดที่ชาวท้องถิ่นนิยมไปพักผ่อน ชายหาดจะต่อจากหาดหินงาม บริเวณโดยรอบได้รับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและร้านอาหาร สำหรับบริการนักท่องเที่ยว การเดินทางโดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 จากอำเภอเมืองนครศรีธรรมราชประมาณ 70 กิโลเมตร เข้าสู่อำเภอสิชล จากตัวอำเภอสิชล แยกขวาไปทางบ้านปากน้ำ ระยะทาง 3 กิโลเมตร ถึงชายหาดสิชล และจากหาดสิชล ไปอีก 1.5 กิโลเมตร ถึงหาดหินงาม และหาดคอเขา ห่างจากหาดหินงาม 2 กิโลเมตร

อุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด อยู่ที่หมู่ 2 ตำบลสี่ขีด ใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4105 ห่างจากหาดสิชลไปทางทิศตะวันตก 15 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดเล็ก ที่เกิดจากภูเขาด้านตะวันตกเปลี่ยนระดับเป็นระยะลดหลั่นเป็นชั้น ๆ ท่ามกลางความสวยงามของร่มไม้กับสายน้ำ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด ซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งใหม่

แหล่งโบราณคดีเขาคา อยู่ที่ตำบลเสาเภา ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 จากสี่แยกจอมพิบูลย์ ถึงกิโลเมตรที่ 99 แยกซ้ายเข้าถนนจินดาประชาสวรรค์ ประมาณ 7 กิโลเมตร โบราณคดีเขาคา มีอายุกว่า 1,500 ปี บริเวณเขาคาเป็นศาสนสถานสำคัญในลัทธิไศวนิกาย ซึ่งเคารพนับถือพระศิวะหรือพระอิศวรเป็นเทพเจ้าสูงสุด มีเขาคาประดิษฐานพระสุเมรุเป็นศูนย์กลาง และมีโบราณสถานเล็ก ๆ กระจายเป็นบริเวณโดยรอบ มี

การค้นพบโบราณวัตถุที่ใช้พิธีกรรม เช่น ฐานโยนิ (ฐานศิวลึงค์) ศิวลึงค์ทอโสมสูตร (ท่อน้ำมนต์) ตลอดจนซากโบราณสถานที่เป็นเทวสถาน สระน้ำโบราณ กรมศิลปากรได้ทำการบูรณะเสร็จเรียบร้อยแล้วเมื่อปี พ.ศ. 2540

ถ้าทอดสุข อยู่ที่บ้านนาขุด หมู่ที่ 12 ตำบลทุ่งปรัง เป็นถ้ำที่ชาวบ้านในสมัยอยุธยาใช้เก็บพระพุทธรูปเพื่อให้พ้นภัยสงครามพม่า

วิถีชาวประมงสิชล สิชลเป็นเมืองติดทะเล เมืองประมง เมืองท่องเที่ยวซึ่งเคยเป็นเมือง ทุกวันนี้วิถีชีวิตของชาวสิชลจึงผูกพันกับท้องทะเลไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการทำประมงซึ่งเป็นจุดเด่นทั้งประมงพื้นบ้าน และประมงขนาดกลางระดับเรือลากอวน อาหารทะเลของสิชลขึ้นชื่อเรื่องความสด อร่อย ทั้งอาหารทะเลสด และอาหารทะเลแปรรูปต่าง ๆ ชาวสิชลทำประมงแบบเครพธรรมชาติ ด้วยภูมิปัญญาของชาวประมงที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นใช้สภาพแวดล้อมของทะเล ศึกษาจากฤดูกาลที่หมุนเวียนเปลี่ยนไปในแต่ละปีเป็นตัวกำหนดการออกหาปลาไม่เร่งรีบและดักดวง เอาประโยชน์จากท้องทะเลแต่เพียงอย่างเดียวด้วยความเป็นชุมชนที่อยู่ร่วมกับธรรมชาตินี้เองจึงทำให้ชาวสิชลมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเข้าใจธรรมชาติมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและยังง่ายสิชลจึงเป็นเมืองที่มีมนต์เสน่ห์น่าสัมผัส ยกตัวอย่างเช่น บ้านปลายทอน วิถีประมงแบบพอเพียง

วัดเจดีย์เป็นวัดที่ชาวบ้านนิยมไปกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์ภายในวัดกันเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน เป็นวัดโบราณสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีตำนานเล่าขานกันมาว่าเป็นวัดที่หลวงปู่ ทวด เคยพำนักอยู่ ณ ปัจจุบันมีเพียงซากปรักหักพังของเจดีย์อยู่เพียงเท่านั้น ต่อมาเมื่อชาวบ้านเข้าไปพบจึงเรียกว่าวัดเจดีย์ ตามหลักฐานที่ได้พบเห็น วัดเจดีย์ ไอโซ หรือ วัดเจดีย์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลฉลอง อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ทางทิศตะวันตกของตลาดต้นเหรียง โดยรอบบริเวณวัดแล้ววัดเจดีย์ไม่แตกต่างกับวัดทั่วไปในประเทศไทย แต่จะมี ไอโซ วัดเจดีย์หรือตาไข่วัดเจดีย์ เป็นรูปไม้แกะสลักเป็นรูปเด็กอายุประมาณ 9 – 10 ขวบ เชื่อกันว่าเป็นศิษย์วัดคนหนึ่งของหลวงปู่ทวด ครั้งเมื่อเดินธุดงค์มายังพื้นที่ดังกล่าว รูปไม้แกะสลักดังกล่าวสวมชุดลายพรางทหารสวมแว่นตาดำ ซึ่งมาจากสิ่งของที่ชาวบ้านที่นับถือศรัทธานำมาถวายแก่บน จุดสังเกตบริเวณปากทางเข้าวัดจะมีรูปปั้นไก่ชนจำนวนมากวางอยู่บริเวณใกล้กับปากทางเข้าวัดและใกล้ๆจะมีร่องรอยการจุดประทัด เศษชิ้นส่วนของประทัดกองอยู่เป็นเนินสูงและมีผู้คนเข้าออกมาไหว้พระและต่อด้วยไหว้แก่บนกับรูปแกะสลักไอโซจุดประทัดกันอยู่เนืองๆ แสดงถึงเหตุผล ความศรัทธา หรือความเชื่อของผู้คนที่เข้าไปในสถานที่นี้

การคมนาคม : การคมนาคมขนส่งของอำเภอสิชลเป็นการคมนาคมทางบก มีทางหลวงสายต่าง ๆ เป็นเส้นทางติดต่อกับชุมชนอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกอำเภอได้สะดวก และการคมนาคมทางอากาศโดยมีข้อมูลดังนี้

ทางอากาศ : อำเภอสิชล ห่างจากท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช ประมาณ 57 กม. ปัจจุบันมีสายการบินนกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย และไทยไลอ้อนแอร์ ให้บริการบินตรงสู่กรุงเทพฯ รวม 13 เที่ยวบินต่อวัน หรือ 91 เที่ยวบิน ต่อสัปดาห์

ทางรถยนต์ : ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 (ถนนเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย) โดยเริ่มจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เลี้ยวซ้ายสู่อำเภอขนอม สิชล ท่าศาลาและนครศรีธรรมราช

การประกอบอาชีพของคนในพื้นที่ :

ด้านเกษตรกรรม : อำเภอสหัสขันธ์ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก มีการทำสวนโดยทั่วไป เช่น สวนมะพร้าว ยางพารา สวนผลไม้และการทำนาที่มีอยู่ทั่วไป แต่การทำการเกษตรยังต้องอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก เนื่องจาก ยังไม่มีระบบชลประทานทั่วถึง พืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ มะพร้าว ยางพารา ปาล์ม และผลไม้ซึ่งเป็นสินค้าออกที่มีรายได้ปีละหลายล้านบาท

ด้านประมง : ราษฎรของอำเภอสหัสขันธ์ที่อาศัยอยู่ในที่ราบชายฝั่งทะเลอ่าวไทยส่วนมากประกอบอาชีพการประมง การประมงของอำเภอสหัสขันธ์ประกอบด้วย เรือประมงอวนลาก เรืออวนลอยชายฝั่ง เกษตรกรเลี้ยงกุ้ง เกษตรกรเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ฟาร์มเพาะและอนุบาลกุ้งทะเล เกษตรกรเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชัง เกษตรกรเลี้ยงปลาตะเพียนในกระชัง ผู้ประกอบการค้าสินค้าสัตว์น้ำ (แพ, ลัง)

ด้านปศุสัตว์ : อำเภอสหัสขันธ์มีการเลี้ยงสัตว์ทั้งเพื่อการค้าและการบริโภคในครัวเรือน สัตว์เลี้ยงที่สำคัญได้แก่ ไก่ เป็ด สุกร โค กระบือ แพะ แกะ

ด้านอุตสาหกรรม : อำเภอสหัสขันธ์มีการประกอบอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม อุตสาหกรรมค้าไม้ การต่อเรือ และอุตสาหกรรมการประมง มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก รวมทั้งอุตสาหกรรมในครัวเรือน

2.3.3 อำเภอบ้านดง

ข้อมูลเบื้องต้น พื้นที่ บ้านดง : บ้านดง เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา

ประวัติ : อำเภอบ้านดงเดิมมีชื่อว่าอำเภอกลายซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในการปกครองของจังหวัดนครราชสีมา มีนายเจริญฯ เป็นนายอำเภอคนแรก จนถึง พ.ศ. 2495 จึงได้เปลี่ยนชื่ออำเภอกลายมาเป็นอำเภอบ้านดง

ที่ตั้งและอาณาเขต : อำเภอบ้านดงตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสหัสขันธ์
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอบ้านดง
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอบ้านดง

การแบ่งเขตการปกครอง :

การปกครองส่วนภูมิภาค : อำเภอบ้านดงแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 ตำบล 110 หมู่บ้าน

1. บ้านดง (Tha Sala) 15 หมู่บ้าน
2. กลาย (Klai) 12 หมู่บ้าน
3. บ้านดง (Tha Khuen) 15 หมู่บ้าน
4. ห้วยตะพาน (Hua Taphan) 9 หมู่บ้าน

5. สระแก้ว (Sa Kaeo) 11 หมู่บ้าน
6. โมคคาลน (Mokkhalan) 15 หมู่บ้าน
7. ไทยบุรี (Thai buri) 10 หมู่บ้าน
8. ดอนตะโก (Don tako) 6 หมู่บ้าน
9. ตลิ่งชัน (Taling Chan) 9 หมู่บ้าน
10. โพธิ์ทอง (Pho Thong) 8 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น : ท้องที่อำเภอท่าศาลาประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 11 แห่ง ได้แก่

เทศบาลตำบลท่าศาลา ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลท่าศาลา
องค์การบริหารส่วนตำบลท่าศาลา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าศาลา (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลท่าศาลา)

องค์การบริหารส่วนตำบลกลาย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกลายทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าช้างทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลหัวตะพาน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหัวตะพานทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลสระแก้ว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสระแก้วทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลโมคคาลน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโมคคาลนทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลไทยบุรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลไทยบุรีทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลดอนตะโก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลดอนตะโกทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตลิ่งชันทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโพธิ์ทองทั้งตำบล
สถานที่ท่องเที่ยว :

โบราณสถานโมคคาลน เดิมเป็นเทวสถานของศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกายขนาดใหญ่มาก่อน อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 12-14 ต่อมาเทวสถานแห่งนี้ถูกทิ้งร้างไป จนสมัยอยุธยากลุ่ม ชุมชนได้มาสร้างวัดขึ้นใหม่ จนปี 2480 มีพระมาสร้างเป็นสำนักสงฆ์และเป็นวัด หลักฐานที่ ยังคงมีอยู่ให้เห็น ได้แก่ แนวเสาหิน หินแกะสลักรูปประตูดุอาการ ธรณีประตู ชิ้นส่วนโยนิ และศิลาจารึก สระน้ำโบราณ แท่นตั้งเทวรูป กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็น โบราณสถานไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2518

โบราณสถานตุมปัง ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นโบราณสถานอายุราวพุทธศตวรรษที่ 13-14 ร่วมสมัยกับโบราณสถานโมคคาลน เพียงแต่ที่ "โมคคาลน" เป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกาย ส่วน "ตุมปัง" เป็นโบราณสถานแห่งพุทธศาสนานิกายมหายาน ปัจจุบันโบราณสถานแห่งนี้ได้ขุดแต่งอย่างเป็นระบบแล้ว สามารถเข้าชมได้โดยติดต่อโครงการโบราณสถานตุมปัง มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

หาดทรายแก้ว เป็นหาดทรายสีขาวสวยงาม น้ำทะเลใสสะอาด ในเขตอำเภอท่าศาลา เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานบ้านหาดทรายแก้วและหาดทรายแก้วรีสอร์ท หาดทรายแก้วเป็นหาดทรายที่ทอดยาวทางชายฝั่ง

ทะเลตะวันออกในอำเภอท่าศาลา แม้จะไม่ใช่ที่รู้จักมากนัก แต่เป็นหนึ่งในสถานที่ที่น่าสนใจ เพราะมีความเงียบสงบ ร่มรื่น และสวยงามจากทิวสน ต้นมะพร้าวเป็นแนวยาวตลอดชายหาด

หาดขมเล หาดเราะวาริน หาดชันไรท์ มีหาดทรายสีขาว น้ำทะเลใส นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำได้ตลอดแนวชายหาด ยามเช้าสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นสวยงามมาก

อุทยานแห่งชาติเขานัน มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่กิ่งอำเภอนบพิตำ อำเภอท่าศาลา และอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะภูมิประเทศ เป็นเทือกเขาสูงทอดยาวตามแนวเหนือ-ใต้ สลับซับซ้อน โดยเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขานครศรีธรรมราช สภาพป่าเป็นป่าดงดิบชื้นที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช และประกอบไปด้วย พันธุ์ไม้ที่สำคัญ และมีค่า มีจุดเด่นทางธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง เช่น น้ำตกสุนันทา (น้ำตกเขานัน) น้ำตกกรุงนาง น้ำตกคลองเหียน ถ้ำกรุงนาง น้ำตกเขาไฉ เป็นต้น มีเนื้อที่ประมาณ 272,500 ไร่ หรือ 436 ตารางกิโลเมตร

หาดท่าสูงบน

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐบาล ที่จัดการเรียนการสอนครอบคลุมทั้งด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มีสภาพแวดล้อมที่เป็นเมืองมหาวิทยาลัยของท่าศาลา ที่มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการแบบครบวงจร ตั้งอยู่ในเขตตำบลไทยบุรี และตำบลหัวตะพาน อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช บนเนื้อที่กว่า 10,000 ไร่ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดและทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย

การคมนาคม : การคมนาคมขนส่งของอำเภอท่าศาลาเป็นการคมนาคมทางบก มีทางหลวงสายต่าง ๆ เป็นเส้นทางติดต่อกับชุมชนอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกอำเภอได้สะดวก และการคมนาคมทางอากาศโดยมีข้อมูลดังนี้

ทางอากาศ : อำเภอท่าศาลา ห่างจากท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช ประมาณ 15 กม. ปัจจุบันมีสายการบินนกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย และไทยไลอ้อนแอร์ ให้บริการบินตรงสู่กรุงเทพฯ รวม 13 เที่ยวบินต่อวัน หรือ 91 เที่ยวบิน ต่อสัปดาห์

ทางรถยนต์ : ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 (ถนนเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทย) โดยเริ่มจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เลี้ยวซ้ายสู่อำเภอขนอม สิชล ท่าศาลา และนครศรีธรรมราช

การประกอบอาชีพของคนในพื้นที่ :

การประมง : ราษฎรส่วนใหญ่ในเขตตำบลท่าศาลาประกอบอาชีพทางการประมงเป็นอาชีพหลัก ประมาณร้อยละ 60 ของประชากรทั้งตำบล เนื่องจากมีสภาพพื้นที่อยู่ติดกับชายทะเล

การปศุสัตว์ : ราษฎรประมาณร้อยละ 5 ที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพหลักและประมาณร้อยละ 10 ที่เลี้ยงสัตว์ปีกเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากมีแหล่งอาหารสัตว์ที่หาได้ง่ายจากทะเล

การเกษตรกรรม : ตำบลท่าศาลามีพื้นที่ทางด้านทิศตะวันตกในเขตหมู่ที่ 1 หมู่ที่ 3 และหมู่ที่ 13, 2 สามารถทำการเกษตรประกอบอาชีพทางการทำนาได้ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากมรสุมจากเทือกเขาหลวงในเขต กิ่งอำเภอนบพิตำ

การพาณิชย์และธุรกิจ : ตำบลท่าศาลาเป็นตำบลที่ตั้งของศูนย์ราชการอำเภอท่าศาลาและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสำคัญๆ เป็นจำนวนมาก จึงมีลักษณะเป็นพื้นที่ชุมชนเมืองมีการทำธุรกิจหลายอย่าง เช่น โรงงาน แยกแร่ โรงแรม เป็นต้น อื่น ๆ ยังมีราษฎรอีกส่วนหนึ่งของตำบลท่าศาลาที่ประกอบอาชีพที่หลากหลาย เช่น ค้าขาย รับราชการ รับจ้าง และประกอบธุรกิจส่วนตัวอีกจำนวนหนึ่ง

จุดเด่นของพื้นที่ :

โรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นโรงพยาบาลที่มีความพร้อมในการเปิดให้บริการและการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ของโรงพยาบาลให้เป็นไปตามมาตรฐาน กฎกระทรวงว่าด้วยลักษณะของสถานพยาบาลและลักษณะการให้บริการของสถานบริการ พ.ศ. 2545 และมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงพยาบาล พ.ศ. 2547 โดยมีความตั้งใจที่จะให้บริการมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาทำการตรวจเหมือนกับโรงพยาบาลเอกชนแต่ค่ารักษาพยาบาลสมเหตุสมผล นอกจากนี้ศูนย์การแพทย์แห่งนี้จะเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนับสนุนการเรียนการสอนทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ และจะเป็นสถานวิจัยใหญ่ของแพทย์ เพื่อให้ก้าวทันต่อพัฒนาการทางการแพทย์ของโลก และเป็นศูนย์กลางการแพทย์ที่ทันสมัยที่สุดของภาคใต้ตอนบน

สพาคโณน กลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโสมสเดย์ ลักษณะของพื้นที่มีส่วนของผืนดินที่งอกยื่นลงไปในทะเล โดยมีขนาดของพื้นที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีพื้นที่ที่มีขนาดเพิ่มขึ้น ทางชาวบ้าน องค์กร หน่วยงาน และนักเรียน นักศึกษา ได้มีการร่วมกันในการปลูกป่าชายเลนอยู่ทุกๆปี โดยมีการเลือกพันธุ์โกงกางลำพู ต้นจาก และตลอดจนพันธุ์พืชที่สามารถเจริญงอกงามได้ดีในพื้นที่น้ำกร่อยได้มีการขยายพื้นที่ปลูกอยู่ตลอดทุกปี โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 5000 กว่าไร่ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยบ้านแหลมโสมสเดย์เป็นกลุ่มชาวบ้านที่ช่วยกันจัดตั้งขึ้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นรายได้เสริมอีกทั้งยังมีจุดเด่นอยู่ที่ สพาคโณน เพราะ เป็นพื้นที่ ที่มีแหล่งโคลนที่มีความอุดมสมบูรณ์สูงในการทำสปา

2.3.4 ชุมชนบ้านคีรีวง

ข้อมูลเบื้องต้น พื้นที่ บ้านคีรีวง: เป็นชุมชนหนึ่งในอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่ตั้งและอาณาเขต : บ้านคีรีวง ตั้งอยู่ที่ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

บริบทชุมชนโดยทั่วไป

ปัจจุบันชุมชนบ้านคีรีวงแยกเขตการปกครองเป็นหมู่บ้านต่าง ๆ แต่ยังคงมีคำว่า คีรี อยู่ในชื่อหมู่บ้านเพื่อเป็นสัญลักษณ์ แต่เดิมชุมชนนี้มีชื่อว่า บ้านขุนน้ำ เพราะตั้งอยู่ใกล้ต้นน้ำจากยอดเขาหลวง ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นชื่อ บ้านคีรีวง หมายถึง หมู่บ้านที่ห้อมล้อมไปด้วยหุบเขา ชาวคีรีวง อยู่ร่วมกันแบบสังคมเครือญาติ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีวิถีชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ อาชีพเกษตรกรรม ทำสวนยาง และสวนผลไม้ ได้แก่ เงาะ มังคุดทุเรียน ลองกอง เป็นต้น

บ้านคีรีวงตั้งอยู่บนพื้นที่ราบแอ่งกระทะระหว่างภูเขา มีทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ ป่าเขาที่เขียวขจี น้ำตกที่ใสสะอาด มีทัศนียภาพที่เป็นธรรมชาติสวยงาม มีภูเขาที่สำคัญๆ ในพื้นที่หลายลูก เช่น เขาใหญ่ เขาหน้าลอน เขาในโฮ และเขาสันสวรรค และมีแม่น้ำสายหลักได้แก่ คลองลำงา และคลองท่าชาย ซึ่งไหลผ่านบ้านคีรีทอง และไปบรรจบกันเป็นคลองขุนน้ำ และคลองขุนน้ำไหลผ่านไป

บรรจบกับคลองปงบริเวณหน้าศิริธรรม กลายเป็นคลองท่าดี ศิริวงตั้งอยู่ท่ามกลางเทือกเขา ป่าไม้ และสายน้ำ ได้รับว่าเป็นแหล่งโอโซนที่ดีที่สุดของเมืองไทย ทำให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเยี่ยมชมอย่างไม่ขาด และนอกจากศิริวงจะมีแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรหลากหลาย เช่น หนานหินท่าหา น้ำตกวังไม้ปัก น้ำตกสอยดาว น้ำตกกนิรี ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่สวยงาม สามารถเดินทางไปชมได้ เช่น เส้นทางเดินป่ายอดเขาหลวง น้ำตกพรหมคีรี น้ำตกกรุงชิง เป็นต้น

บ้านศิริวงตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศแบบคาบสมุทร และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ทั้งจากทางฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทำให้มีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน และฤดูฝน จากสภาพภูมิประเทศดังกล่าว ทำให้หมู่บ้านศิริวงโดนอุทกภัยถึง 3 ครั้ง ใหญ่ๆด้วยกัน คือ

ครั้งแรก พ.ศ.2505 เกิดวาตภัยที่แหลมตะลุมพุกและบ้านศิริวง ทำให้บ้านเรือนและสวนผลไม้ของศิริวงได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นลำคลองก็ตื้นเขิน เนื่องจากการพังทลายของหน้าดิน ทำให้การดำเนินชีวิตทางน้ำยุติไป ทำให้ชาวบ้านต้องช่วยกันก่อสร้างถนนไปทางวัดโคกเพื่อติดต่อกับโลกภายนอก

ครั้งที่สอง พ.ศ.2518 เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ น้ำป่าไหลทะลักเข้าสู่ชุมชน ดินและหินบนภูเขาถล่มลงมา ทำให้เกิดความเสียหายอย่างหนัก ทั้งบ้านเรือน ทรัพย์สิน และชีวิตของชาวศิริวง จากอุทกภัยดังกล่าว ทำให้ชาวบ้านหลายคนมีหนี้สินและบางคนถึงกับต้องขายที่ดิน ก็เลยมาปรึกษาหารือกัน ในที่สุดก็มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อช่วยเหลือคนในชุมชน มีให้ต้องรับภาระหนี้สินที่เกิดจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงในปี พ.ศ. 2523

และได้เกิดอุทกภัยครั้งยิ่งใหญ่ที่สุดในปีพ.ศ.2531 หมู่บ้านถูกน้ำพัดหายไปนับ 100 หลัง บ้านเรือนตลอดจนโรงเรียน ตลาด ศาลาและโบสถ์เสียหายเป็นอย่างหนัก ซึ่งปัจจุบันเหลือเพียงพระอุโบสถ ที่วัดศิริวง และบ้านที่ประสพภัย ไว้เป็นเพียงอนุสรณ์สถาน หลังจากเกิดอุทกภัยครั้งนั้น ชาวบ้านหันมาปรึกษาหารือกันว่า ถ้าต้องการอาศัยอยู่ที่เดิม ต้องแสวงหาแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรป่าไม้

บ้านศิริวงได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเกิดเป็นหมู่บ้านอาสาพัฒนาป้องกันตนเอง มีการส่งหมู่บ้านเข้าประกวดชิงชนะเลิศตั้งแต่ระดับอำเภอจนถึงระดับประเทศ ในปี พ.ศ.2529 ก็ชนะระดับประเทศ ทำให้มีผู้คนมากมายเข้ามาศึกษาดูงาน เพื่อแก้ไขปัญหาและกระบวนการทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการเริ่มจากการพัฒนาคนเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญอันดับแรก

บ้านศิริวงได้เสนอโครงการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ผ่านองค์กรพัฒนาเอกชน และสถานทูตออสเตรเลีย จนได้รับการสนับสนุน ในปี 2536 ได้เปิดโรงเรียนผู้นำเพื่อพัฒนาผู้นำทางสังคมทั้งผู้นำที่ได้รับการแต่งตั้ง ผู้นำตามธรรมชาติ และเยาวชน มาฝึกอบรม 3 เดือน ฝึกทั้งการพูด การนำเสนอ การจับประเด็น การสื่อสาร การเขียนโครงการ การทำแผนชุมชน จริยธรรม ศีลธรรม คุณธรรม ตลอดจนการศึกษาดูงาน จากนั้นให้ทุกคนกลับมาทำกิจกรรมต่อเนื่องในชุมชน

จนปัจจุบันผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในบ้านศิริวง ในหลายๆ กิจกรรม เพราะทุกคนทำงานต่อเนื่องกว่า 3 ปี จนมีความเชี่ยวชาญ ชำนาญจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กลุ่มกิจกรรมที่ทำแล้วประสบผลสำเร็จดีก็มีการขยายกิจกรรม มาสู่การเพิ่มรายได้ โดยการใช้

วัตถุดิบที่มีในชุมชนมาทำให้สินค้าเกษตรเกิดมูลค่าเพิ่ม นำมาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนจนถึงปัจจุบัน

หลังจากประสบภัยธรรมชาติครั้งแล้วครั้งเล่า ชาวศรีวังได้ถอดรหัสจากบทเรียนธรรมชาติ มีการรวมกลุ่มเพื่อบริหารจัดการชุมชนเพื่อความอยู่รอดอย่างเข้มแข็งด้วยตนเอง จนได้รับการคัดเลือกให้เป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) ประจำปี 2541 ประเภทเมืองและชุมชน เนื่องจากมีการดำรงชีพที่มีความผูกพันอยู่กับธรรมชาติ และมีการเปิดการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมของชุมชนอย่างเป็นทางการ

หลังจากมีการเปิดการท่องเที่ยวไม่นาน ก็ได้มีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อบริหารจัดการโดยชุมชนมีส่วนร่วม มีการแบ่งหน้าที่ ไปยังกลุ่มต่างๆ ให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างทั่วถึง

บ้านศรีวังได้วางระบบการดำเนินงานโดยมีศูนย์การท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งศรีวังเป็นจุดหลัก คอยดูแลการทำงานของทุกกิจกรรมทั้ง การบริหารงาน การปกครอง การเงิน การท่องเที่ยว การศึกษา วัฒนธรรม สาธารณสุข การเกษตร สารสนเทศ มีคณะกรรมการทั้ง 9 ฝ่าย ร่วมคิด ร่วมวางแผน มาสู่แผนแม่บทชุมชนทุกปีในช่วงเดือนกันยายน จะมีการประชุมเพื่อสรุปถอดบทเรียนจากการทำงานทั้งหมด นำปัญหาเพื่อปรับปรุงการทำงาน เตรียมแผนงานไว้รองรับทุกหน่วยงาน และที่สำคัญคือ การดำเนินงานที่มีศูนย์กลาง จะช่วยแก้ปัญหาการฉกฉวยผลประโยชน์จากภายในและภายนอกชุมชนได้ สิ่งที่ตามมาหลังจากการเปิดชุมชนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน คือ ผู้คนในศรีวัง รักสิ่งแวดล้อม คงไว้ซึ่งวิถีชีวิต และวัฒนธรรม ชุมชนรู้จักการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อรักษาสมดุลของชุมชน

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของบ้านศรีวัง

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามสภาพแวดล้อมในศรีวัง ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการจัดพื้นที่บริการสูง ได้แก่

1) หนานหินท่าหา เป็นลานหินแกรนิต บริเวณริมคลองท่าหา เหมาะสำหรับลงเล่นน้ำ และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และใช้เป็นท่าน้ำ ข้ามไปสวนสมรมรายรอบชุมชน รวมทั้งเป็นตลาดกลางซื้อขายผลไม้ของชุมชน

2) น้ำตกวังไม้ปัก ต้นน้ำอยู่บนยอดเขาหลวง มี 4 วัง คือ วังปราง วังไม้ปัก วังฝาแฝด และวังหัวเหว มีแอ่งน้ำตกลักษณะคล้ายจากูซี่ มีร่องน้ำและแอ่งน้ำเล็ก ๆ เล่นสไลเดอร์ได้ รอบน้ำตกวังไม้ปัก เป็นสวนสมรม

3) น้ำตกสอยดาว เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ บริเวณสายคลองท่าแร่ มีความสูงประมาณ 100 เมตร ไหลมาจากยอดเขาหลวง กระแทกก้อนหินใหญ่ แล้วไหลลดหลั่นมาตามชั้นหิน รวมตัวกันเป็นแอ่งน้ำเล็กๆ ก่อนจะไหลลงสู่แอ่งท่าแร่ เหมาะสำหรับเล่นน้ำและปีนป่ายก้อนหินใหญ่ไปตามสายน้ำ สามารถเดินเท้าเลียบคลองท่าหา และผ่านสวนสมรมไปจนถึงน้ำตกได้ไม่ลำบาก

4) น้ำตกกีนรี เดิมชื่อน้ำตกคลองท่าชาย เมื่อครั้งมีการประกวดหมู่บ้านอาสาพัฒนาป้องกันตนเอง เมื่อปี พ.ศ.2528 และหมู่บ้านได้รับรางวัลกีนรี คุณประวดี เจริญยิ่ง จึงได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นน้ำตกกีนรี ซึ่งไหลมาจากคลองท่าชาย มี 5 วัง คือ น้ำตกวังกุ่ม วังอ้ายโยง วังตง วังหน้าสวนหญ้าแพรก และวังทัพสมพาน

5) น้ำตกคลองลำา เป็นน้ำตกยาวต่อเนื่องมาจากคลองลำา ไหลผ่านร่องหินแกรนิตที่สูงและยาวจากภูเขาสูง มีแอ่งเล่นน้ำเป็นระยะ รวมทั้งบริเวณน้ำตกหม้อธาตุที่อยู่ต้นน้ำ เส้นทางเดินไปยังน้ำตกจะผ่านสวนสมรม ซึ่งมาไม้ใหญ่มากมาย โดยเฉพาะต้นทุเรียนใหญ่กว่า 3 เมตร ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก

6) เส้นทางเดินป่ายอดเขาหลวง ชาวบ้านในชุมชนคีรีวง ได้จัดบริการเดินป่า ศึกษาธรรมชาติเขาหลวงตามระยะเวลาในการเดินทางไว้ 3 เส้นทาง ได้แก่

- เส้นทางที่ใช้เวลาเดินทางไปและกลับภายใน 1 วัน ตลอดเส้นทางจะเดินผ่านสวนสมรม ป่าและน้ำตกจำนวนมาก โดยเริ่มเดินเท้าจากสวนหวนน้ำ – สวนใน – พรุกา – น้ำตกวังอ้ายยางล่าง – ป่าไผ่ใน – น้ำตกวังอ้ายยางบน – น้ำตกพรุกา – น้ำตกสอยดาว – น้ำตกท่าแร่ จนถึงน้ำตกท่าหา

- เส้นทางที่ใช้เวลาเดินทางไปและกลับ 2 วัน 1 คืน ช่วงแรกจะใช้เส้นทางเดินเท้าเดียวกับเส้นทางที่ใช้เวลา 1 วัน แต่เดินจากวังอ้ายยางบน ผ่านดงดาวดินไปจนถึงลานไทร ในป่าดิบชื้นของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง แล้วพักแรม 1 คืน จึงเดินเท้ากลับในเส้นทางเดิม

- เส้นทางที่ใช้เวลาเดินทางไปและกลับยอดเขาหลวง 3 วัน 2 คืน เป็นเส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 แต่เดินต่อจากลานไทร ผ่านสันไม้แดง – ดงกุหลาบขาวพันปี – เขาหลวง – ลาน ฮ. – หุบผามหาเสด้า – ดงหวานเห็ง – ลาน ดร.เชาวลิต – หน้าดอกศร – ผาบัวแดง – จอมน่อง – ปลักแรดไปถึงจอมพี ซึ่งตลอดเส้นทางช่วงนี้มีลักษณะสูงชัน

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของบ้านคีรีวง

1) ประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานและการพัฒนาการของชาวเหนือ พื้นที่ชุมชนคีรีวงมีประวัติศาสตร์การก่อตั้งถิ่นฐานและการพัฒนาชุมชนมายาวนานกว่า 200 ปี เป็นพื้นที่ซึ่งล้อมรอบด้วยภูเขา เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำหลายสาย ในอดีตชาวบ้านนิยมล่องเรือเหนือไปตามคลองท่าดี เพื่อนำผลผลิตจากชุมชนคีรีวงไปแลกเปลี่ยนกับชุมชนภายนอก

2) อนุสรณ์สถานวัดคีรีวงและมหาอุทกภัยณัฎฐ์ ชุมชนคีรีวงเปิดอุทกภัยใหญ่ๆ ถึง 3 ครั้ง ซึ่งครั้งหลังเป็นอุทกภัยที่ร้ายแรงที่สุด บ้านเรือนถูกน้ำท่วม ดินโคลนจากภูเขาไหลมาทับถมเสียหายเป็นจำนวนมาก อุโบสถวัดคีรีวงพัง เหลือเพียงครึ่งหลัง ร่องรอยเหล่านี้ยังคงหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน และเป็นร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่น่าศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์และการพัฒนา

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคีรีวง

1) การเรียนรู้วิถีชีวิต

การพักแรมแบบ Home Stay เป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านชุมชนคีรีวง โดยให้นักท่องเที่ยวใช้ชีวิตร่วมกับชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการ ชาวบ้านทำหน้าที่จัดหาที่พัก หรือนำเที่ยวในบางโปรแกรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และเกิดความสนใจในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

2) การทำเกษตรผสมผสาน / สวนสมรม

เป็นวิถีชีวิตของชาวสวนซึ่งปลูกไม้ผลไว้หลายชนิด ในพื้นที่เดียวกัน เช่น มังคุด ทุเรียน สะตอ ลูกเนียง ลางสาด เป็นต้น ใช้หลักการพึ่งพาธรรมชาติและใช้เทคโนโลยีการผลิตในระดับต่ำ มีประวัติความเป็นมายาวนาน สามารถดูได้ทั่วไปในหมู่บ้านและเหมาะแก่การศึกษาระบบนิเวศ

3) สำหรับอาหารชาวศรีวัง

เนื่องจากศรีวังเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งมีวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ใช้ประกอบอาหารอยู่มาก ประกอบกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ของชาวบ้าน ทำให้เกิดการถนอมอาหารรูปแบบต่างๆ ที่มีรสชาติดี และเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นมากมาย เช่น ยำผักกูด แดงหยวกกล้วยเถื่อน น้ำพริกลูกประ เป็นต้น

4) ผลไม้ตามฤดูกาล

ชาวบ้านศรีวังส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวน เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุด ลองกอง ลางสาด เป็นต้น ผลไม้เหล่านี้มีรสชาติอร่อย มีชื่อเสียง ในช่วงฤดูผลไม้ ผลผลิตจะออกมาก สามารถเก็บกินได้จากต้น โดยไปศึกษาวิธีการกระบวนกรเก็บ เป็นต้น

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีของศรีวัง

1) ทำบุญเจ้าอาวาส เป็นประเพณีทำบุญให้กับอดีตเจ้าอาวาสวัดศรีวัง พ่อท่านเถื่อน สุชาโต ซึ่งเคยมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำการพัฒนาชุมชน จนกระทั่งเจริญก้าวหน้าเป็นหมู่บ้านพัฒนาในปัจจุบัน จัดขึ้นในวันแรม 8 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี มีพิธีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือ การกว่นข้าวมธุปายาสตลอดวัน และการให้ทานไฟในเวลารุ่งเช้า

2) ประเพณีสงกรานต์ ชาวศรีวังจะจัดงานสงกรานต์ขึ้นทุกปี ในวันที่ 13 เมษายน มีทั้งพิธีสำคัญทางศาสนา การทำบุญตักบาตรตอนเช้า เพื่ออุทิศส่วนบุญ ส่วนกุศล ให้บุพการีที่ล่วงลับไปแล้ว และมีพิธีกรรมตามขนบธรรมเนียมไทย คือ การสรงน้ำพระ การรดน้ำขอพรจากผู้สูงอายุ เป็นการแสดงความกตัญญูต่อบุพบุรุษและบุพการี สอนให้รู้จักการให้อภัยกัน ในอดีตชาวบ้านจะแข่งกรและสาก ในวันว่างมีการออกทอดเพลงบอก เพื่ออวยพรเจ้าของบ้านตอนหัวค่ำ 3 ค่ำ ในเวลากลางวันชาวบ้านจะเล่นอีควัด เล่นสบบ้า เล่นหมากขุม และการพนันอื่นๆ

3) ประเพณีเดือนสิบ เป็นประเพณีทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้บรรพบุรุษ มีการยกหมรับถวายวัด ทำบุญประจำปีในวันแรม 15 ค่ำ เดือนสิบของทุกปี มีจุดเด่นคือ หมรับขนาดใหญ่เต็มไปด้วยผลไม้ที่คัดจากสวน เพื่อถวายวัด แล้วจัดจำหน่ายเป็นรายได้ถวายวัด เป็นจำนวนมาก

4) ประเพณีชักพระ จัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี กลางคืนมีการสมโภชพระลาก มีมหรสพการละเล่นต่างๆ เช่น เล่นจู้จี้ การเล่นดอกไม้ไฟ เล่นตรวด เล่นโคลมลอย เล่นแมงขี้ เล่นลูกประทัด ตีกลอง ตีโพน รุ่งเช้าชาวบ้านจะแต่งกายด้วยชุดสวยงาม ใส่เครื่องประดับมาร่วมตักบาตรหน้าล้อ หรือตักบาตรเทโว และประกอบพิธีกรรมทางศาสนา จากนั้นจึงร่วมกันชักพระนมของวัดศรีวัง โดยใช้ดานไม้ขนาดใหญ่รูปพญานาค 2 ท่อน ซึ่งเป็นแบบดั้งเดิม ไปใส่ล้อ วางบนพื้น มีขั้วมณฑปเรือใหญ่ยอดสวยงาม ประดิษฐานพระลากเก่าแก่ของชุมชน มีน้ำหนักมาก ต้องอาศัยคนชักลากจำนวนมาก และมีความพร้อมเพรียงกัน มีคนแห่พระให้จังหวะจึงชักดึงไปได้ เมื่อถึงเวลาบ่ายจึงชักพระกลับวัด ทำพิธีสรงน้ำพระลาก เป็นที่ครึกครื้นสนุกสนาน

5) งานรำลึกอุทกภัยปี พ.ศ.2531 จัดขึ้นทุกวันที่ 22 พฤศจิกายน ของทุกปี ชาวศิริวงจะร่วมกันทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้เสียชีวิตในเหตุการณ์น้ำท่วมศิริวง ปี พ.ศ.2531 เพื่อเป็นอุทาหรณ์เตือนใจชาวศิริวงไม่ให้กระทำในสิ่งที่เป็นสาเหตุของภัยพิบัติมาสู่ชุมชนอีก ในบางปีอาจมีกิจกรรมการเรียนรู้ หรือบำเพ็ญประโยชน์เป็นกรณีพิเศษเพื่อกระตุ้นและเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมการเรียนรู้กลุ่มองค์กรชุมชน

1) กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านศิริวง ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ.2523 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ของชาวบ้านในชุมชนศิริวง มีรูปแบบการดำเนินงานภายใต้กลุ่มคณะกรรมการ ในลักษณะกองทุนธนาคารชุมชน ปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียน ประมาณ 40 ล้าน โดยมีการปล่อยเงินกู้ให้แก่สมาชิกกลุ่มในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีการปันผลรายปีให้กับสมาชิก ปัจจุบันการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ มีชื่อเสียงแพร่หลาย เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป จึงทำให้ผู้ที่สนใจมาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก

2) กลุ่มมัดย้อม เป็นกลุ่มอาชีพเสริมของชาวศิริวง มีกิจกรรม เกี่ยวกับการนำผ้ามามัด แล้วย้อมสีธรรมชาติ มีลวดลายสวยงามแปลกตาจากเทคนิคการมัดย้อมง่ายๆของภูมิปัญญาชาวบ้าน ทำให้ผ้ามัดย้อมมีลักษณะเฉพาะที่สวยงาม สามารถนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้สอย เหมาะสำหรับการซื้อไปใช้สอยหรือเป็นของฝาก

3) กลุ่มใบไม้ เป็นกลุ่มอาชีพเสริมทำผ้ามัดย้อม ที่แยกตัวมาจากกลุ่มมัดย้อมและมาตั้งกลุ่มใหม่ เน้นการจัดการในเชิงธุรกิจ นำผ้าที่ผ่านการมัดย้อมแล้วมาตัดออกแบบเป็นเครื่องใช้สอยหลากหลายชนิดและรูปแบบ เพื่อสามารถนำผ้าเหล่านั้น ไปใช้ประโยชน์และทำของที่ระลึกได้มากขึ้น เป็นที่นิยมแพร่หลาย เช่นเดียวกับกลุ่มมัดย้อม เช่นนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า หมวก ผ้ามา่น เป็นต้น

4) กลุ่มลายเทียน ผ้าบาติก สีธรรมชาติ เป็นกลุ่มอาชีพเสริมที่ทำผ้าบาติกด้วยสีธรรมชาติ มีการพัฒนาลวดลายให้มีเอกลักษณ์และเป็นจุดเด่น เช่น ลวดลายทิวทัศน์ แหล่งธรรมชาติ สถานที่สำคัญ และบุคคลสำคัญ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ได้ ได้แก่ ผ้าชิ้น ผ้าพันคอ หมวก เสื้อผ้า ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า เป็นต้น

5) กลุ่มแม่บ้านทุเรียนกวน เป็นกลุ่มหนึ่งที่ทำอาชีพแปรรูปทุเรียนกวน โดยนำผลผลิตของคนในชุมชนมากวนจนแห้งดีได้ที่ แล้วปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ห่อด้วยดี้อมาก นำไปขายไฟจนหอม

6) กลุ่มทำขนม ทำขนมต่างๆจำหน่ายตามร้านค้าในชุมชน เพื่อชุมชนจะได้ไม่ต้องออกไปซื้อขนมจากภายนอกมาจำหน่าย ทำให้ได้รับประทานขนมที่ใหม่สด และไม่เจือสารกันบูด

7) กลุ่มบ้านสมุนไพร เป็นการนำสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชน มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น สบู่มั่งคุด สบู่ส้มแขก เทียนตะไคร้หอม กลุ่มนี้มีการทำตลาดนอกและทำการตลาดเอง

8) กลุ่มหมาด้อ เป็นการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยนำวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าออกจำหน่าย ส่วนใหญ่จะนำกาบหมาด(ด้อ) มาทำเป็นหมา เพื่อส่งให้กลุ่มแม่บ้านทุเรียนกวน สำหรับนำไปห่อทุเรียนกวน

9) กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านศิริวง ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการจักสาน โดยการนำต้นคลุ้มซึ่งเป็นพืชล้มลุกพบมากในเทือกเขาหลวง มาจักสานเป็นเครื่องใช้สอยต่างๆเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

10) ชมรมท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเดินป่าศึกษาธรรมชาติเขาหลวง มีการขยายรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น

11) กลุ่มแปรรูปน้ำผลไม้ เป็นกลุ่มอาชีพเสริมที่นำสมุนไพรและผลไม้ซึ่งเป็นผลผลิตจำนวนมากในคิรีวง มาทำการแปรรูปเป็นน้ำผลไม้พร้อมดื่ม เช่น น้ำขิง น้ำกระเจียบ เป็นต้น

12) กลุ่มงดสูบบุหรี่ ก่อตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านที่ต้องการปรับปรุงตนเอง สมาชิกทุกคนต้องงดสูบบุหรี่ตลอดระยะเวลาการเป็นสมาชิกภาพ นอกจากนี้ยังมีการทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน เช่น การพัฒนาสวนสาธารณะของชุมชน การเข้าวัดฟังธรรม การทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์อื่นๆ ให้กับชุมชน

13) กองทุนเติมสีเขียวใส่เขาหลวง สังกัดมูลนิธิเพื่อการศึกษาไทยรัฐวิทยา 74 ก่อตั้งขึ้นหลังจากเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี พ.ศ.2531 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความตระหนักถึงผลกระทบจากการทำลายธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและฟื้นฟูสภาพป่าเสื่อมโทรม โดยมีกิจกรรมเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ชาวบ้านรักษาสิ่งแวดล้อม ปลูกต้นไม้ในชุมชน ตลอดจนพื้นที่ป่าบนภูเขาที่ดินถล่มได้ง่าย

2.4 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) กับการพัฒนาเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันภาครัฐบาลของประเทศไทยให้ความสนใจกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs (Small and Medium Enterprises) โดยมีหน่วยงาน สสว. ของภาครัฐที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล จัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ภายใต้กำกับดูแลโดยคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และได้เริ่มดำเนินกิจการครั้งแรก ในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2544 เพื่อเป็นองค์กรผู้นำในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs และเป็นศูนย์กลางประสานระบบการทำงานของภาครัฐและเอกชน ที่จะผลักดันให้ SMEs เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมี งานวิจัยหลายฉบับที่กล่าวถึงความสำคัญในการพัฒนา SMEs ดังนี้

SMEs มีความสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศหนึ่งในบทบาทความสำคัญของ SMEs สามารถบรรเทาความยากจนโดยมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น คือ SMEs มี 98 % ของบริษัทเอกชน 31.6% มีส่วนร่วมทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหรือ (GDP) เพิ่มขึ้นและมีการจ้างงาน 55% ของ พนักงานทั้งหมด (Akhtar 1997) และ (Mazzarol et al.,1999)

ประเทศอิตาลี ธุรกิจ SMEs มีมูลค่า 35 Million USD ในการส่งออกและการจ้างงาน 2.2 Million ของแรงงานทั้งหมด (Patrianila, 2003)

ประเทศอินโดนีเซียในปี 2003 จำนวน SMEs ในอินโดนีเซียเป็น 42.4 ล้าน คิดเป็น 56.7 % ของ GDP, 19.4% ของการส่งออกและการจ้างงาน 79 ล้านของกำลังแรงงานทั้งหมดและประเทศเวียดนาม มีการจ้างงาน 64% ของแรงงานในอุตสาหกรรมทั้งหมด (Patrianila, 2003)

ประเทศมาเลเซียภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กได้รับการยกย่องเป็นธุรกิจหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ คือ มีสัดส่วน 32 % เป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 99 ธุรกิจจาก 100 ของ

ชาวมาเลเซียมีขนาดเล็กและขนาดกลางหรือ SMEs และเกือบ 5.6 ล้านเป็นการจ้างงานของประเทศมาเลเซีย ในภาคธุรกิจ SMEs (Low, 2007)

เนื่องจากว่าระบบเศรษฐกิจต่างๆ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีอยู่จำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วไปในประเทศ SMEs จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างน้อย 4 ด้าน (Booz, Allen & Hamilton, 1982) คือ

1. การสร้างงานใหม่และเพิ่มการแข่งขันใน SMEs โดยเฉพาะ SMEs ย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ตลอดจนมีความคล่องตัวในการดำเนินงานจึงเป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่โดยเฉพาะยามวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ คนที่ว่างงานสามารถหันมาเริ่มต้นวิสาหกิจได้ง่าย นอกจากนี้การที่มี SMEs เข้าสู่ตลาดยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดมากขึ้นลดการผูกขาดจึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น

2. การเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ SMEs มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่หลายๆด้าน เช่น การรับช่วงการผลิต การช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าส่งและค้าปลีกแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

3. การรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ SMEs มักมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวและมีความหลากหลาย ดังนั้นระบบเศรษฐกิจที่มี SMEs ที่แข็งแกร่งจำนวนมากสามารถปรับตัวได้ในช่วงเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ

4. การกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ SMEs มักมีลักษณะการจัดตั้งการกระจายไปตามชุมชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่างๆ

จากสถิติข้อมูล ประเทศไทยมีจำนวน SMEs ทั้งสิ้น 2.89 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดในประเทศและ SMEs ยังมีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจ ของประเทศ สูงถึง 3.5 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.8 ของมูลค่า GDP รวมของประเทศ ในด้านการค้าระหว่างประเทศ นับได้ว่า SME มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยมูลค่าการส่งออกรวมของ SMEs ในปี 2560 มีมูลค่าการส่งออกรวม 1,716,299.0 ล้านบาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนหนึ่งหมื่นหกพันสองร้อยเก้าสิบเก้า ล้านบาท) โดยขยายตัวร้อยละ 8.0 จากที่เคย หดตัวร้อยละ 8.4 ในปี 2559 และคิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 28.4 ของการส่งออกของประเทศ

2.4.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

SMEs มีชื่อย่อมาจากภาษาอังกฤษมาจากคำว่า Small and Medium Enterprises หรือ แปลเป็นภาษาไทยว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” สำหรับความหมายของวิสาหกิจ (Enterprises) ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. กิจการการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิต ในภาคเกษตรกรรม(Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)
2. กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก
3. กิจการบริการ (Service Sector)

ประเทศไทยกำหนดนิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ว่าด้วยจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.1: นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภท	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
2. กิจการการบริการ	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
3. กิจการการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 25 คน
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 15 คน

ที่มา : รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2552

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาตามแผนงานแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ประกอบด้วย โครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม ได้มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัยของแผนการวิจัย

แผนการวิจัยการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) พัฒนาแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วมและข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 1

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม มีวิธีการดำเนินการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม แบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1.1 ทำการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2 ทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย ในพื้นที่วิจัย โดยผู้เกี่ยวข้องภาครัฐ เอกชน สมาคมและองค์กรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้เข้าร่วมกลุ่มละ 6-8 ราย เพื่อร่วมค้นหาและพัฒนาแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม

1.3 ทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย ผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย โดยมีผู้เข้าร่วมกลุ่มละ 6-8 ราย เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและมุมมองที่มีต่อแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม

1.4 ทำการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและมุมมองที่มีต่อแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม

1.5 ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและ ผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยเพิ่มเติม เพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอันเกิดจากผลการวิจัยทั้งหมดที่ได้ดำเนินการมา

2) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็น(ประชาพิจารณ์) ผลผลิตของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลผลิตของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล หาดนครศรีธรรมราช ที่ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม จากหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชนดำเนินการโดยการจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น (ประชาพิจารณ์) จากผู้เกี่ยวข้องภาครัฐ เอกชนในพื้นที่วิจัย และทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

3) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนาแผนที่ท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์บนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล หาดนครศรีธรรมราชผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในพื้นที่ โดยการการจัดประชุมกลุ่มย่อย ผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย โดยมีผู้เข้าร่วมกลุ่มละ 6-8 ราย เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและมุมมองที่มีต่อแผนที่ท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น

3.3 วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 2

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวิธีการดำเนินการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์และประเมินประเด็นสำคัญ (ISSUE) ที่เกี่ยวกับการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยวิธีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ แบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1.1 ทำการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์และประเมินประเด็นสำคัญ (ISSUE) ที่เกี่ยวกับการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชดังที่ปรากฏในบทที่ 2 พร้อมทั้งได้แนวคำถามที่จะนำไปทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อค้นหาการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ และการท่องเที่ยวของพื้นที่วิจัยต่อไป

1.2 ทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย ในพื้นที่วิจัยโดยมีผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ เอกชน สมาคม องค์กรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ประชาชนในพื้นที่ และผู้ให้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อร่วมค้นหาและพัฒนากฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัต

ลักษณะ โดยมีพื้นที่วิจัย คือจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามที่วัตถุประสงค์ของงาน

1.3 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการและ ผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย เพื่อร่วมค้นหาและพัฒนาการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ โดยสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีพื้นที่วิจัย คือจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามที่วัตถุประสงค์ของงาน

โดยทั้งสองส่วนในหัวข้อที่ 2 และ 3 ข้างต้นจะเป็นไปในลักษณะการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล เป็นการถามแบบเจาะลึกถึงคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน เนื่องจากนอกจากจะให้ข้อบ่งชี้แล้ว จะต้องถามถึงเหตุผลด้วย ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีการที่ทำให้การวิจัยได้ข้อมูลอย่างละเอียดและ ลึกในหัวข้อเฉพาะที่ต้องการ และมีลักษณะที่ยืดหยุ่นได้มากเนื่องจากคำถามสามารถดัดแปลงและแก้ไขได้จนกว่าคณะผู้ให้ข้อมูลจะเข้าใจคำถาม และเนื่องจากการติดต่อสื่อสารโดยตรงทำให้สามารถเข้าใจข้อมูลระหว่างกันได้ดี

2) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยวิธีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

2.1 นำผลสรุปการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 มาทำการสรุปและศึกษาแนวทางที่เกี่ยวข้องทางกฎหมายเพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ไปทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย ในพื้นที่วิจัย โดยมีผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ เอกชน สมาคมและองค์กรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และผู้ให้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามที่วัตถุประสงค์ของงาน

2.2 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการและ ผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีพื้นที่วิจัย คือจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามที่วัตถุประสงค์ของงาน

2.3 ทำการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการด้านนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์เพื่อให้ความเห็นตามประเด็นปัญหาและให้ข้อเสนอแนะการใช้กฎหมายและหลักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์เพิ่มเติม พร้อม

ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีนักวิชาการที่เข้าร่วมประกอบด้วย

1) ศาสตราจารย์ ดร. สุนทร มณีสวัสดิ์

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2) รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร.เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร สุทันกิตระ

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

3) วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็น(ประชาพิจารณ์) ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

3.1 นำผลสรุปการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 มาทำประชาพิจารณ์รับความคิดเห็นเพื่อสรุปและจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ผู้แทนหน่วยงานภาคราชการ นักท่องเที่ยว และนักวิชาการ พร้อมทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของงาน

3.4 วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 3

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม มีวิธีการดำเนินการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ทำศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์กระบวนการผลิตเพื่อหาแนวทางการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผ้ามัดย้อม บนฐานอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อำเภอคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม

- สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หัวหน้ากลุ่ม (คุณอารีย์ ขุนทน)

- สสำรวจและเก็บข้อมูลลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจากกลุ่มลูกค้าสำหรับทำผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัตย้อมด้วยสีธรรมชาติ

- วิเคราะห์รูปแบบความต้องการของกลุ่มและลูกค้าสำหรับกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัตย้อมด้วยสีธรรมชาติ

2) ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ผ้ามัดย้อม บนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อำเภอศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

- ปรับปรุงกระบวนการสกัดน้ำสีด้วยวิธีการสกัดร้อน ให้มีร้อยละของผลผลิต (%yield) ที่สูงขึ้น
- ปรับปรุงวิธีการย้อมร้อนและวิเคราะห์ผลการติดสีย้อมบนผ้า

3) พัฒนาลิขสิทธิ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ บนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อำเภอศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม ดังนี้

- การพัฒนาสีธรรมชาติให้อยู่ในรูปแบบผงสี

จัดเตรียมวัตถุดิบจากส่วนประกอบต่างๆ ของพืช หาปัจจัยที่เหมาะสมในการสกัดสีด้วยวิธีการสกัดร้อน เช่น อัตราส่วนต่อน้ำ (liquor ratio) อุณหภูมิ และ เวลาในการสกัด ทำการเตรียมน้ำสีให้เป็นผงสี วิเคราะห์องค์ประกอบทางชีวเคมีของผงสี (ปริมาณของแทนนิน แอนโทไซยานินและอื่นๆ)

- ทดสอบสมบัติการติดสีย้อม เพื่อกำหนดภาวะของการย้อมด้วยวิธีการย้อมร้อน ทดสอบสมบัติความคงทนของสี ได้แก่ ความคงทนของสีต่อการซัก การขัดถูและแสง

- พัฒนาลิขสิทธิ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ พร้อมรูปแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมจัดจำหน่าย

- คำนวณจุดคุ้มทุน คำนวณจุดคุ้มทุนและกำหนดราคาขาย

4) ประเมินผลด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสำรวจความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ บนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อำเภอศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม

5) จัดเวทีเผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตผ้ามัดย้อมที่มีประสิทธิภาพและการผลิตของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ บนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อำเภอศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

3.5 วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 4

โครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม มีวิธีการดำเนินการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 1) ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านศรี

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรของ W.G.cochran (1953)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

$$n = \frac{0.30(1-0.30)(1.960)^2}{(0.05)^2}$$

$$N = 322.69$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 d คือ ค่าความคลาดเคลื่อน ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05
 P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (30% หรือ 0.30)
 Z คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) $Z = 1.960$

ดังนั้น จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 322.69 คน แต่ได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

3) เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับลูกค้าเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อมสีธรรมชาติบ้านศรีวัง แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลภูมิหลังของผู้ตอบแบบสำรวจ 1) เพศ 2) อายุ 3) รายได้ 4) การศึกษา 5) อาชีพ 6) ภูมิลำเนา เป็นคำถามปลายปิด (Close ended)

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ได้แก่

- 1) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ
- 2) ปริมาณในการซื้อ
- 3) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้ง
- 4) ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ
- 5) วัตถุประสงค์หลักในการซื้อ
- 6) แหล่งรับข้อมูลข่าวสาร
- 7) การกลับมาซื้ออีกครั้ง

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อต่อลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมสีธรรมชาติบ้านศรีวัง เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ได้แก่

- 1) รูปแบบผลิตภัณฑ์
- 2) ราคาผลิตภัณฑ์
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- 4) การส่งเสริมการตลาดและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลคำถามปลายเปิด (Open ended) เพื่อทราบข้อมูลเชิงลึก ข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง

- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าโดยใช้แบบสอบถาม ระยะเวลา 4 เดือน โดยที่จะมีการนำแบบสอบถามทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Pretest) จำนวน 30 คน โดยการดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยคณะนักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

- 5) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ที่ได้จากแบบสอบถาม จะทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window โดยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าจะใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามแผนงานแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

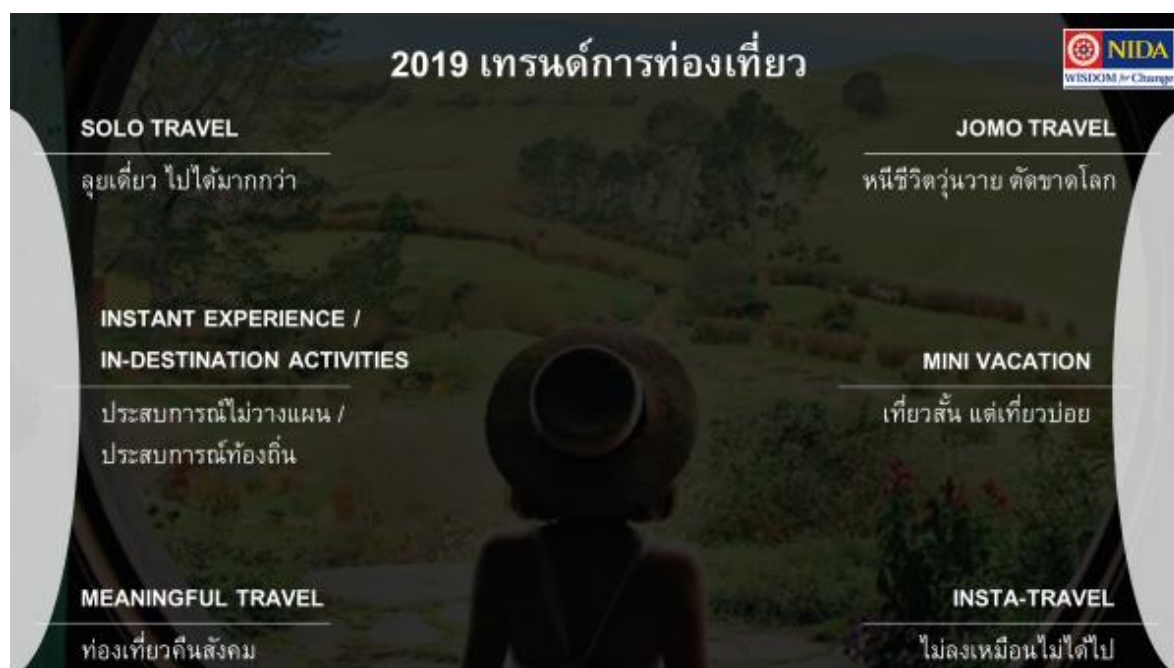
4.1.1 แนวทางการตลาด

การศึกษานี้ได้มีการจัดทำแผนการตลาด โดยมีข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยว

เทรนด์การท่องเที่ยวในปี 2019 สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 เทรนด์การท่องเที่ยวหลักๆ ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวลุยเดี่ยว ไปได้มากกว่า (SOLO TRAVEL)
- 2) การท่องเที่ยวประสบการณ์ไม่วางแผน/ประสบการณ์ท้องถิ่น(INSTANT EXPERIENCE/IN-DESTINATION ACTIVITIES)
- 3) การท่องเที่ยวคืนสังคม (MEANINGFUL TRAVEL)
- 4) การท่องเที่ยวหนีชีวิตวุ่นวาย ตัดขาดโลก (JOMO TRAVEL)
- 5) การท่องเที่ยวแบบสั้นสั้น แต่เที่ยวบ่อยๆ (MINI VACATION)
- 6) การท่องเที่ยวแบบไม่ลงเหมือนไม่ได้ไป (INSTA-TRAVEL)



ภาพที่ 4.1 เทรนด์การท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย / ความต้องการนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์ข้อมูลและผลของข้อมูลจากแบบสอบถามในพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 อำเภอ โดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัด ที่โดยสารมาโดยเครื่องบิน เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวภาคกลาง ที่ไม่ค่อยรู้จัก ไม่รู้ว่าที่นี่มีอะไรที่น่าสนใจที่อยากจะมาท่องเที่ยว แต่มองหาการท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียง ที่สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวได้ กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้ จะคุ้นเคย และรู้จักกับพื้นที่ และไม่ต้องทำอะไรก็อยากมาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ไม่รู้จัก ไม่รู้ว่าที่นี่มีอะไรน่าสนใจที่อยากจะมา และมองหาพื้นที่ที่สามารถสื่อสารได้ง่าย



ภาพที่ 4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก

3. วิเคราะห์จุดเด่นของพื้นที่ 3 อำเภอ

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอขนอม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ชิมหลัก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว Chill และแหล่งท่องเที่ยว Explore เมื่อพิจารณารายสถานที่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยว Chill ประกอบด้วย หาดทรายขาว ปลายโลมาสีชมพู และสปาปลา ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยว Explore ประกอบด้วย เขาหินพับผ้า เนินเทวดา ถ้ำเขาวังทอง ถ้ำผุด เจดีย์ปะการัง และเขาหัวช้าง



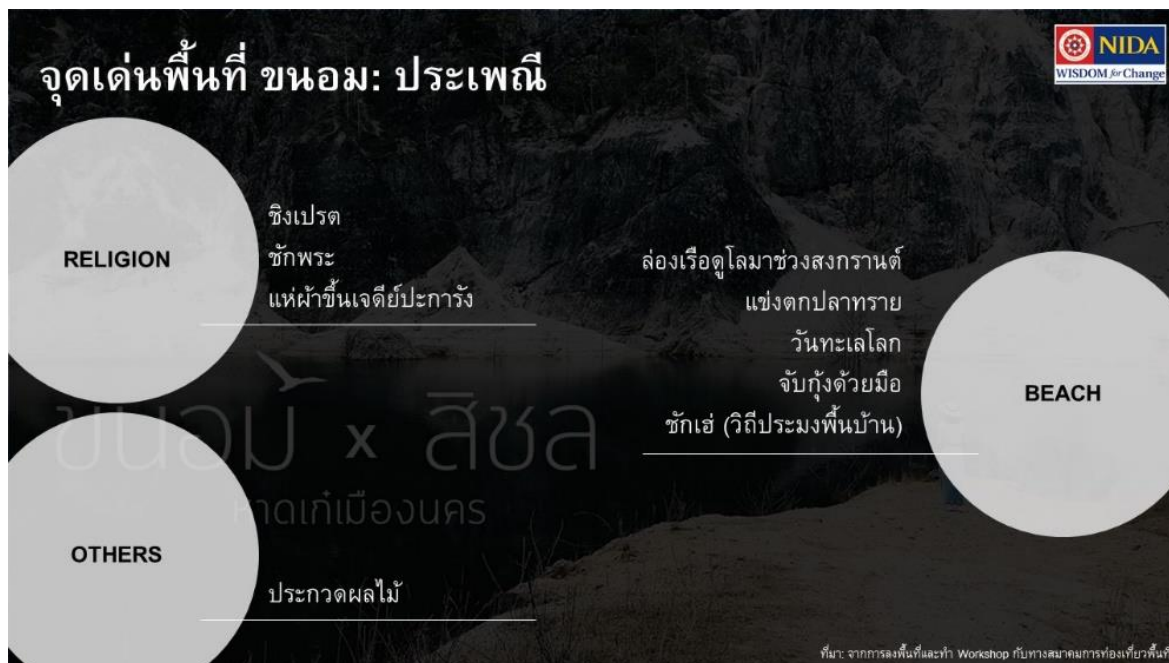
ภาพที่ 4.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของ อำเภอขนอม

สำหรับจุดเด่นประเภทกิจกรรม อำเภอขนอม สามารถแบ่งออกเป็น 3 ชิม ได้แก่ Concert Competition Food และ Other เมื่อพิจารณารายกิจกรรมพบว่าการแบ่งชิมดังนี้ กิจกรรมประเภท Concert ได้แก่ KHANOM FESTIVAL KHANOM ESCAPE และ KHANOM REGGAE ในขณะที่ประเภท Competition ได้แก่ กิจกรรม MOTOCROSS และ KHANOM MARATHON นอกจากนี้กิจกรรม Food ประกอบด้วย KHANOM FOODCAME



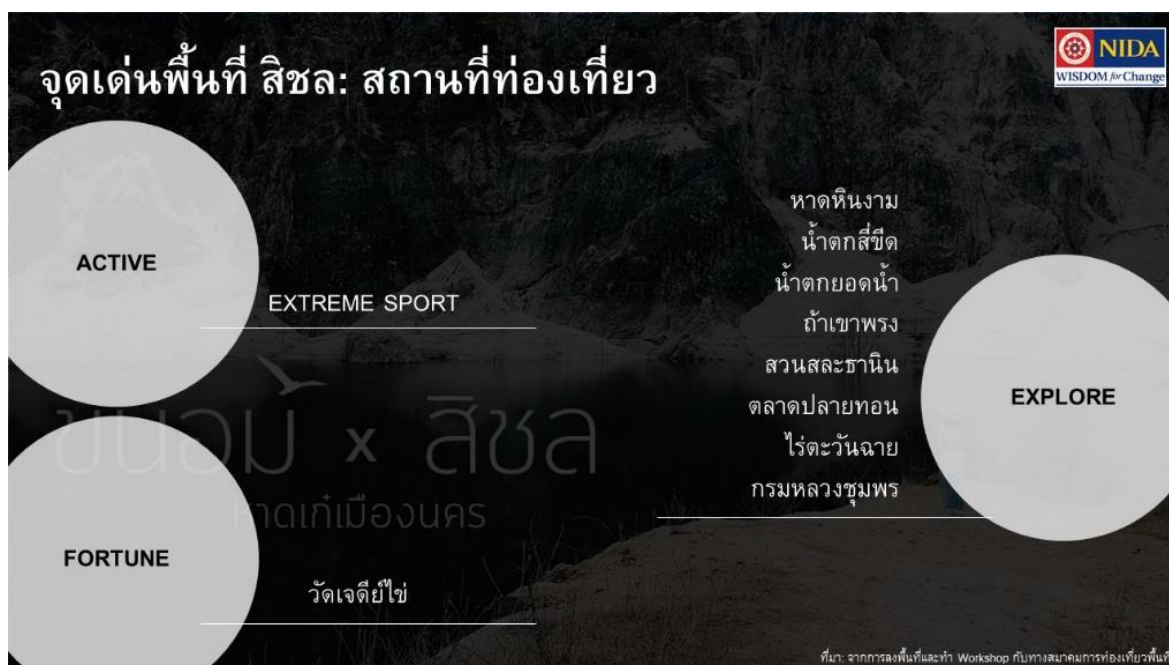
ภาพที่ 4.4 กิจกรรมที่น่าสนใจของ อำเภอขนอม

จุดเด่นประเภทประเพณี พบว่า อำเภอนอม สามารถแบ่งออกเป็น 3 ชิม ได้แก่ Religion และ Beach เมื่อพิจารณารายประเพณี พบว่า ประเพณีเชิง Religion ประกอบด้วย ประเพณีชิงเปรต ประเพณีชักพระ และประเพณีแห่ผ้าขึ้นเจดีย์ ในขณะที่ประเพณี เกี่ยวกับ Beach ประกอบด้วย กิจกรรมล่องเรือดูโลมา ช่วงสงกรานต์ ประเพณีแข่งตกปลาทราย กิจกรรมวันทะเลโลก ประเพณีจับกุ้งด้วยมือ และประเพณีชักเฮ้ (วิถีประมงพื้นบ้าน)



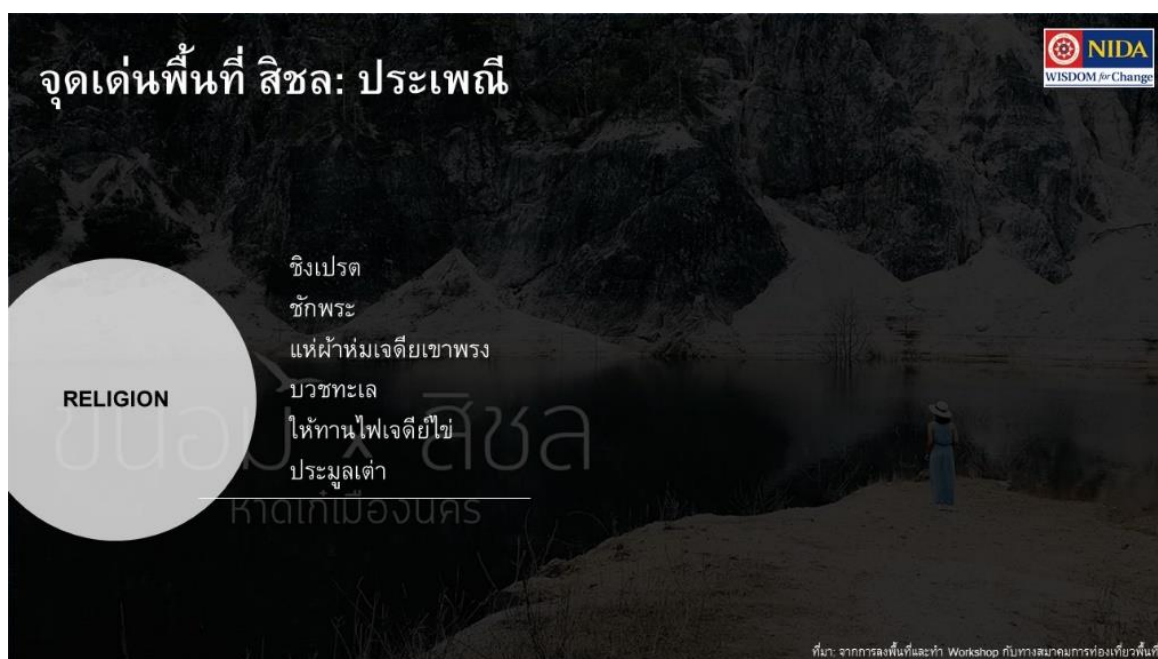
ภาพที่ 4.5 ประเพณีของ อำเภอนอม

จุดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอสหัส มีอัตลักษณ์ร่วมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว จึงพัฒนาเป็นธีมหลักจำนวน 3 ธีม ได้แก่ Explore Active และ Fortune เมื่อพิจารณาแต่ละธีม พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ ธีม Explore ได้แก่ หาดหินงาม น้ำตกสี่ขีด น้ำตกยอดน้ำ ถ้ำเขาโพรง สวนสละธารนิน ตลาดปลายทอน ไร่ ตะวันฉาย และกรมหลวงชุมพร ในขณะที่ธีม Active ประกอบด้วย Extreme Sport เช่น เล่นเซิร์ฟ และธีม Fortune มีแหล่งท่องเที่ยวเด่น ได้แก่ วัดเจดีย์ไช้



ภาพที่ 4.6 สถานที่น่าสนใจของ อำเภอสิชล

จุดเด่นด้านประเพณี ของอำเภอสิชล มีอัตลักษณ์ร่วมกัน ได้แก่ ความเป็น Religion ซึ่งมีประเพณี ภายใต้อำนาจนี้ ได้แก่ ประเพณีชิงเปรต ประเพณีชักพระ ประเพณีแห่ผ้าห่มเจดีย์เขาพร่ง ประเพณีบวชทะเล ประเพณีให้ทานไฟเจดีย์ไอ้ไข่ และประเพณีประมูลเต่า



ภาพที่ 4.7 ประเพณีของ อำเภอสิชล

จุดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอท่าศาลา มีอัตลักษณ์ร่วม ได้แก่ Wisdom Health Explore และ Social Response ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิง Wisdom ประกอบด้วย

บ้านแหลม/สปาโคลน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และแหล่งโบราณสถาน โมคลา สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิง Health ได้แก่ ศูนย์การแพทย์ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยว Explore ได้แก่ น้ำตกสุนันทา MADISON HOTEL หาดท่าศาลา/อ่าวทองคำ หาดท่าสูงบน และหาดสนอ่อน/พังปริง ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิง Social Response มี 1 แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ธาราการปูม้า



ภาพที่ 4.8 สถานที่น่าสนใจของ อำเภอสิชล

จุดเด่นประเภทกิจกรรมและประเพณี ของอำเภอท่าศาลา สามารถแบ่งออกเป็น 2 อิมหลัก ได้แก่ Activities และ Culture เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อิม Activities มีกิจกรรมเกี่ยวข้องได้แก่ เทศกาลคนกินปลา กิจกรรมดูหล้า และกิจกรรมปลูกป่าชายเลน ในขณะที่อิม Culture ประกอบด้วย ประเพณีชิงเปรต ประเพณีชักพระ ประเพณีให้ทานไฟ และประเพณีลอยแพสะเดาเคราะห์



ภาพที่ 4.9 กิจกรรมและประเพณีของ อำเภอทำศาลา

4. แนวทางการตลาด

โดยภาพรวมจะนำเสนอแนวคิด Discover Your Not Normal Beach Experience ซึ่งได้จากการวิเคราะห์จุดเด่นที่แตกต่างและความต้องการที่ตรงใจ ซึ่งจุดเด่นที่แตกต่าง ประกอบด้วย Beach, Experience with the real life และ Culture ในขณะที่ความต้องการที่ตรงใจ ประกอบด้วย Escape, Normal, Lifestyle for Better Living Moment



ภาพที่ 4.10 แนวทางการตลาด ภาพรวมทั้ง 3 อำเภอ

เมื่อพิจารณารายอำเภอ พบว่าแนวทางการตลาดการสื่อสารของแต่ละอำเภอ มีดังนี้ อำเภอขนอม คือ Chill Beach for Slow Life Recharging อำเภอสิชล คือ Active Beach from Power of Nature และ อำเภอท่าศาลา คือ Wisdom Beach for Culture Exploring ทั้งนี้สามารถพัฒนามาตรฐานแนวคิดการตลาด การสื่อสารผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยว 3 อำเภอ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.11 แนวทางการตลาด ภาพรวมทั้ง 3 อำเภอ (ต่อ)

5. กิจกรรมการตลาด

จากการพัฒนาแนวคิดการตลาดการสื่อสาร ของแต่ละอำเภอ จากนั้นจึงกำหนดกรอบการคิด กิจกรรมทางการตลาดร่วมกันที่อยู่ภายใต้แนวคิด Discover Your Not Normal Beach Experience for Well Living ของทั้ง 3 อำเภอ ประกอบด้วย 1) Beauty 2) Trendy และ 3) Friendly ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.12 กิจกรรมการตลาด

6. แผนการสื่อสารการตลาด

แผนการสื่อสารการตลาดแก่นักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงการเดินทางตั้งแต่ก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) รู้จัก (awareness) 2) การหาข้อมูล (search information) 3) ตัดสินใจ (consideration) 4) เที่ยว (travel) 5) การบอกต่อ (recommend) 6) การกลับมาอีก (revisit) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.13 แผนการสื่อสารการตลาด



ภาพที่ 4.15 กิจกรรมในท้องที่ / ปฏิทินการตลาดรายปี อำเภอสิชล

เมื่อทำการวิเคราะห์กิจกรรมการสื่อสารการตลาดแล้ว จึงพัฒนาออกเป็นปฏิทินการตลาดของอำเภอท่าศาลา พบว่า กิจกรรมท่าศาลาแคมเปญ และกิจกรรมสดสตอรี่ ควรดึงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในช่วง Peak และ High เพื่อนำไปสู่การบอกต่อบนโลกออนไลน์ ในขณะที่กิจกรรม DIY WORKSHOP และ กิจกรรมท่าศาลาไลฟ์สไตล์ เป็นกิจกรรมที่สามารถจัดได้ตลอดปี เนื่องจากมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.16 กิจกรรมในท้องที่ / ปฏิทินการตลาดรายปี อำเภอท่าศาลา

4.1.2 ผลลัพธ์ของทีระลึก

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มีการพัฒนาต้นแบบผลลัพธ์ของทีระลึกบนฐานอัตลักษณ์ ซึ่งผลลัพธ์ของทีระลึกจะสื่อถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่แต่ละพื้นที่ได้อย่างโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผลลัพธ์ ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดหลักคือ BEAUTY TRENDY FRIENDLY ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนการตลาดของพื้นที่ดังนี้



ภาพที่ 4.17 ผลลัพธ์ของทีระลึก แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

แนวคิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับเทรนด์ในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 พื้นที่อำเภอ และได้มีการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม นำมาต่อยอดและพัฒนาสินค้า และผลลัพธ์ของทีระลึกให้เหมาะสมกับเทรนด์ในปัจจุบัน ซึ่งได้นำจุดเด่นของพื้นที่มาพัฒนาและสามารถตอบโจทย์แก่เทรนด์ความชอบของสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนสื่อถึงอัตลักษณ์ของตัวเองโดยเฉพาะพื้นที่ได้ โดยจะนำทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถนำมาทำเป็นสบู่ได้ เช่น สบู่ น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น



ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สบู่ธรรมชาติทำมือ

จากข้อมูลในการลงพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันความต้องการของเทรนด์ของกลุ่มเป้าหมายมองหาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากธรรมชาติท้องถิ่น ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม DIY ได้เอง ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่อำเภอขนอมนั้นมีน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและมีพืชผลธรรมชาติที่หลากหลายและเป็นจุดเด่นในพื้นที่



ภาพที่ 4.19 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นแต่งกลิ่น

จากการทำการตลาดในพื้นที่ 3 อำเภอ เทรนด์การท่องเที่ยวในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ มีความชอบของสะสม เพื่อให้ระลึกถึงพื้นที่ที่ไปท่องเที่ยว โดยการที่ต้องได้มาจะต้องมีความพิเศษ มีเรื่องราว รวมถึงสิ่งที่ได้มาจะเป็นของที่ระลึกจากพื้นที่ โดยสื่อถึงความเป็นพื้นที่และอัตลักษณ์ ซึ่งกลายเป็น ภาษาของที่ระลึก



ภาพที่ 4.20 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ภาษาของที่ระลึก

จากข้อมูลการทำการตลาดพื้นที่ซึ่งมีความต้องการของนักท่องเที่ยวและเทรนด์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน เมื่อมาท่องเที่ยวก็อยากจะสร้างความทรงจำดี โดยเฉพาะเวลาไปท่องเที่ยวทะเล ก็อยากจะโชว์ จากการถ่ายภาพ สวยๆ เก๋ๆ ลงใน Facebook หรือ IG



ภาพที่ 4.21 ผลลัพธ์ของที่ระลึก รอยสักสร้างความทรงจำ

จากการประชุมกลุ่มย่อยในพื้นที่ และการแผนการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งนำความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และเทรนด์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน และรวมกับการนำจุดเด่นของพื้นที่นำมาออกแบบผลลัพธ์ซึ่งกลายเป็น ภูเขาประสบการณ์



ภาพที่ 4.22 ผลลัพธ์ของที่ระลึก ภูเขาเปลี่ยนประสบการณ์

จากการทำแผนการตลาดในพื้นที่และการประชุมกลุ่มย่อย รวมถึงการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการของที่ระลึกในพื้นที่ จึงได้เป็นกระเป๋าพร้อมลวดลายรักโลก โดยนำความต้องการของนักท่องเที่ยวและเทรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย ผสานกับจุดเด่นของพื้นที่ และนำมาออกแบบของที่ระลึก



ภาพที่ 4.23 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระเป๋าพร้อมลวดลายรักโลก

อำเภอขนอม

COFFEE HONEY SCRUB โดยการนำจุดเด่นของพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน คือ น้ำผึ้งในพื้นที่อำเภอลิขิต และ**เมล็ดกาแฟ4ขีด** รวมถึงความต้องการของเทรนด์การท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน ที่มองหาผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติมากที่สุดให้กับร่างกายและอาหารการกินของตน ออกแบบเป็น **COFFEE HONEY SCRUB**



ภาพที่ 4.24 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก COFFEE HONEY SCRUB

อำเภอสิชล

ของที่ระลึกไก่นำโชคให้เลขเด็ด จากการทำการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ และการสัมภาษณ์ข้อมูลของพื้นที่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือเทรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาอำเภอสิชล เพื่อมาวัดเจตีย์ไอ้ไข่ เพื่อบนบานขอพร และนำจุดเด่นของพื้นที่คือ ไก่ชนวันเจตีย์ไอ้ไข่ เพื่อให้ไก่นำโชคกลับบ้าน จึงมีการออกแบบของที่ระลึกคือ CHICKEN MODEL ไก่นำโชคให้เลขเด็ด



ภาพที่ 4.25 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก CHICKEN MODEL ไก่นำโชค ให้เลขเด็ด

อำเภอท่าศาลา

การนำความโดดเด่นของพื้นที่ท่าศาลาที่มีโคลนที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุที่ดีต่อผิวร่างกาย และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่ธรรมชาติมากที่สุดและอาหารการกินของตนเอง นำมาออกแบบชุด MUD SPA SET ชุดสปาโคลน



ภาพที่ 4.26 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดสปาโคลน

WISDOM NOTEBOOK WISDOM STORY ซึ่งได้จากการทำแผนการตลาดการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ข้อมูล และการนำอัตลักษณ์ของพื้นที่นำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยความต้องการหรือเทรนด์ของกลุ่มเป้าหมาย คือ สมุดและเครื่องเขียนเป็นสิ่งที่ผู้หญิงชอบและซื้อไปใช้และสะสม รวมถึงการนำจุดเด่นของพื้นที่เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยความรู้เรื่องราวที่น่าจดจำ นำบันทึกเก็บไว้ จึงกลายเป็น **ของที่ระลึก WISDOM NOTEBOOK WISDOM STORY**



ภาพที่ 4.27 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก WISDOM NOTEBOOK

4.1.3 แผนที่ท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการพัฒนาต้นแบบแผนที่ท่องเที่ยวร่วมกัน 3 อำเภอ ซึ่งเป็นตัวช่วยกระตุ้นการเดินทางในพื้นที่เชื่อมโยงของ 3 อำเภอ เพิ่มการกระจายตัวนักท่องเที่ยว รวมถึงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก สร้างการจดจำให้ง่ายต่อการเข้าใจและสามารถวางแผนการเดินทางเข้าถึงของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้ และช่วยกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนของทั้ง 3 อำเภออย่างทั่วถึง ทั้งนี้ยังมีการจัดทำของที่ระลึกบนพื้นฐานอัตลักษณ์ของแต่ละอำเภอเพื่อใช้จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและสื่อถึงจุดเด่นของพื้นที่ ช่วยสร้างภาพลักษณ์และความทรงจำที่ดีแก่นักท่องเที่ยว โดยต้นแบบแผนที่ท่องเที่ยว นำเสนอในภาพต่อไปนี้

TOURIST MAP

KHANOM • SICHON • THASALA

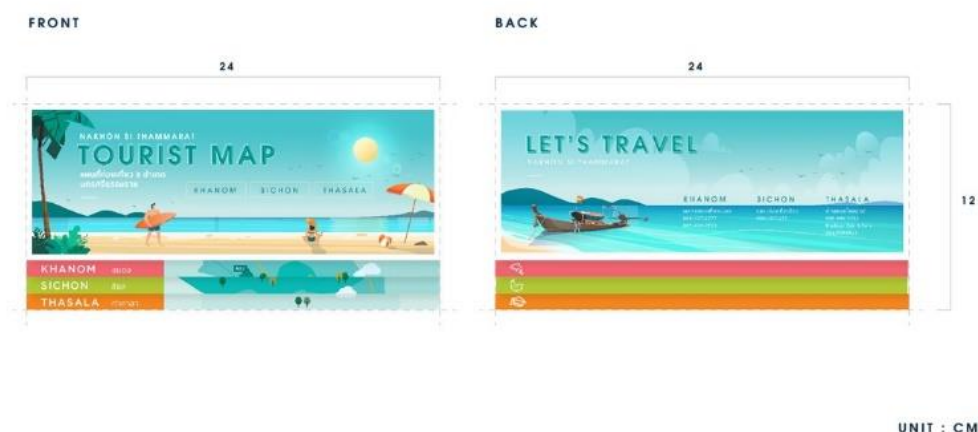


ภาพที่ 4.28 แผนที่ท่องเที่ยว 3 อำเภอ

แผนที่ท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์นี้จัดทำโดยพิมพ์ลงบนกระดาษอาร์ตมัน พิมพ์ 4 สี หน้า-หลัง ขนาด กว้าง 24 เซนติเมตร ยาว 60 เซนติเมตร ประกอบด้วยข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของ 3 อำเภอ พิกัดที่ตั้ง สัญลักษณ์ประกอบคำอธิบาย และคิวอาร์โคด ดังแสดงในภาพต่อไปนี้

TOURIST MAP

KHANOM • SICHON • THASALA



ภาพที่ 4.29 ต้นแบบแผนที่ท่องเที่ยว 3 อำเภอ

4.2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

4.2.1 ข้อเสนอสำหรับประเด็นการใช้กฎหมายเพื่อการจัดการพื้นที่

1) ข้อเสนอสำหรับประเด็นการอนุรักษ์จัดการทรัพยากรธรรมชาติ ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ที่มีวัตถุประสงค์รักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติทางทะเล เช่น ป่าชายเลน หาด เป็นต้น โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบได้แก่ ศูนย์วิจัยและเตือนภัยมลพิษภาคใต้ตั้งอยู่ เลขที่ 133 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000 โทรศัพท์ : 074-325-029-31 โทรสาร : 074-325-031 ต่อ 103 และ E-mail : diw.sier@gmail.com

(2) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เช่น การก่อสร้างอาคารริมทะเล หรือชายหาด ที่มีความสูงตั้งแต่ 23.00 เมตร ขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมกันทุกชั้น หรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตร ขึ้นไป โดยมีกองวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมภายใต้สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งตั้งอยู่ที่ 60/1 ซอยพิบูลวัฒนา 7 ถนนพระรามที่ 6 พญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทร : 02 2656500 ต่อ 6854 และ 6864-6865 โทรสาร : 0 2265 6616 และอีเมล : eia@onep.go.th, eia2560@hotmail.com

(3) พระราชบัญญัติส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พ.ศ. 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติทางทะเล เช่น ป่าชายเลน หาด ภูเขาทะเล ปะการัง พืชและสัตว์ทะเล เพื่ออนุรักษ์ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น โลมาสีชมพูอำเภอขนอม หรือ การใช้ประโยชน์จากริมหาด เป็นต้น โดยมีสำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 6 (สงขลา) เป็นหน่วยงานที่ดูแลด้านทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ตั้งอยู่ที่ 54/1 ม.1 ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา 90100 โทรศัพท์: 074591626 โทรสาร:074591626 มีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำแผนงานการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และกำหนดมาตรการต่าง ๆ

2) ข้อเสนอประเด็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดเทศกาลดนตรี ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ซึ่งการแสดงดนตรีเป็นการแสดงมหรสพทางเสียง ถือเป็นเหตุรำคาญ ทำให้การจัดงานดนตรีต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 โดยการขออนุญาตแสดงมหรสพชั่วคราวต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นเทศบาลตำบลขนอม ก่อนถึงการจัดกิจกรรม

3) ข้อเสนอประเด็นการควบคุมการก่อสร้างอาคาร ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) พระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 เพื่อควบคุมประเภทของอาคาร รูปแบบการก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย ใช้อาคาร จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น เสร็จแล้วต้องให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจรับรองการก่อสร้างก่อนเปิดการใช้อาคาร โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ที่ 89/5 หมู่ที่ 5 ตำบลนาเคียน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 80000 โทร.075-341-029

(2) พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2522 เป็นการกำหนดการใช้ประโยชน์ของพื้นที่นั้น ๆ มีการออกแบบผังเมือง 2 ประเภท คือ 1.ผังเมืองรวม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการวางและจัดทำผังเมืองรวม ให้กำหนดโดยคำนึงถึงความเป็นระเบียบ ความสวยงาม การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน ความปลอดภัยของประชาชน การเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ การดำรงรักษาสถานที่ที่มีคุณค่าทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี และการจัดสภาพแวดล้อมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเท่าเทียมกัน 2.ผังเมืองเฉพาะ คือผังเมืองที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นของท้องถิ่นนั้นเห็นสมควรจัดให้มีการวางเมืองเฉพาะขึ้น หรือ ขอให้กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นผู้จัดทำผังเมืองเฉพาะก็ได้ แต่ต้องสอดคล้องกับผังเมืองรวม โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ที่ 89/5 หมู่ที่ 5 ตำบลนาเคียน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 80000 โทร.075-341-029

4) ข้อเสนอประเด็นการบริหารงบประมาณท้องถิ่น สามารถใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

(1) พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 โดยงบประมาณท้องถิ่นต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับรัฐบาลโดยกำหนดนโยบายเพื่อเป็นจุดหมายของการใช้งบประมาณที่รัฐบาลให้ไว้ และเพื่อให้การบริหารราชการส่วนภูมิภาคสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลคือ กองจัดทำงบประมาณเขตพื้นที่ 4 (ชุมพร นครราชสีมา พัทลุง สุราษฎร์ธานี สงขลา) ตั้งอยู่ที่ ศาลากลางจังหวัดสุราษฎร์ธานี ชั้น 2 ถนนดอนนก ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีจังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

(2) พระราชบัญญัติ วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 การจัดทำงบประมาณ ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยวินัยการเงินการคลังของรัฐ

4.2.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ

1) หน่วยงานในพื้นที่ควรมีการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมองค์กร การดำเนินการ และการควบคุม โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) การเตรียมองค์กร หน่วยงานภาครัฐ ควรเข้าร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เชื่อมโยงการทำงานร่วมกับสมาคมท้องถิ่น กลุ่มอาสาสมัคร ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อร่วมกันปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการพัฒนาและอนุรักษ์ ทั้งนี้พื้นที่มีองค์กรที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเป็นหลัก ได้แก่ สมาคมท่องเที่ยว ที่มีหลากหลายบุคคลเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นการที่สนับสนุนให้สมาคมเป็นผู้ขับเคลื่อนหลัก โดยให้ภาครัฐหนุนเสริม ด้วยการเป็นตัวกลางเชื่อมประสานภาครัฐระดับจังหวัดกับชุมชนในพื้นที่ต่อไป

(2) การให้ความรู้แก่ชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชน ความรู้ก็ถือว่าเป็นทรัพยากรที่อยู่ในชุมชนเช่นกัน ดังนั้น การที่ภาครัฐจะเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในพื้นที่ระหว่าง

กัน ของภาคเอกชนกับชุมชน หรือภาควิชาการกับชุมชน ที่นำไปสู่การสร้างการรับรู้และความตระหนักแก่ชุมชน ในประเด็นความรู้ด้านการมีส่วนร่วม ด้านอัตลักษณ์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งความรู้ดังกล่าวเป็นเป็นพื้นฐานของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและอ้อม เพื่อการปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ต่อไป นอกจากการให้ความรู้แก่ชุมชนแล้ว ยังมีการกำหนดข้อตกลงร่วมและการสื่อสารในพื้นที่ ซึ่งภาครัฐจะมีส่วนช่วยชุมชนได้ ในกรณีที่เป็นผู้สนับสนุนให้เกิดกระบวนการสร้างข้อตกลงร่วม หรือเป็นผู้สื่อสารกับผู้คนผ่านช่องทางที่มีในปัจจุบัน

(3) การควบคุมองค์กร ถือว่าเป็นเครื่องมือที่จะทำให้กลุ่มคนที่ต้องการปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ยังคงอยู่ ภาครัฐควรสนับสนุนให้เกิดการชี้แจงผลประโยชน์ อันจะทำให้เกิดความโปร่งใสต่อไป รวมไปถึงควรเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนให้เกิดการทำฉันทามติของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในกรณีที่มีสถานการณ์ที่เกินขอบเขตกติกาที่ชี้แจงกันไว้ก่อนหน้านี้

4.3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านศรีวังจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) งานวิจัยนี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อมให้กลุ่มมัดย้อมสี่ธรรมชาติด้านศรีวังโดยเพิ่มอัตราเร็วในการผลิตได้ร้อยละ 66.67 ด้วยการลดระยะเวลาในการมัดย้อมจากการเตรียมสี่ธรรมชาติดำให้อยู่ในรูปของผงสี

2) กระบวนการเตรียมน้ำสีให้อยู่ในรูปของผงสีสามารถเตรียมน้ำย้อมปริมาณมากโดยไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มาก ช่วยควบคุมและกำหนดเจดสีในการย้อมแต่ละครั้ง สามารถย้อมผ้าได้ตลอดปีและลดปัญหาด้านความชำนาญของช่างย้อม รวมถึงสามารถย้อมผ้าให้มีความเข้มสีสูงขึ้นได้

3) กระบวนการเตรียมผงสี ทำได้โดย น้ำวัตถุดิบ ได้แก่ ใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุน และไม้หลุมพอง มาต้มในน้ำเดือดเป็นเวลา 1 ชั่วโมง ด้วยอัตราส่วน น้ำ : วัตถุดิบ = 30 : 1 กรองเอาเฉพาะน้ำสีมาอบให้แห้งที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส หรือนำไปตากแดดให้แห้ง

4) เปลือกมังคุดมีปริมาณผงสีร้อยละ 60 โดยน้ำหนัก เปลือกเงาะมีปริมาณผงสีร้อยละ 8 โดยน้ำหนัก ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีปริมาณผงสีใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 6 โดยน้ำหนัก และใบมังคุดมีปริมาณผงสีน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก

5) ผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุดและไม้ขนุน มี แทนนินและแอนทราควิโนน เป็นองค์ประกอบ ในขณะที่ผงสีจากเปลือกเงาะและไม้หลุมพองมีแทนนินเป็นองค์ประกอบในผงสี

6) ปริมาณแทนนินที่พบในสารละลายผงสีร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก ได้แก่ ผงสีจากเปลือกมังคุด ไม้ขนุน และไม้หลุมพองมีแทนนินประมาณ 8,000 มิลลิกรัมต่อลิตร เปลือกมังคุด ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีแทนนินประมาณ 8,000 มิลลิกรัมต่อลิตร ในขณะที่ผงสีจากเปลือกเงาะและใบมังคุดมีแทนนินประมาณ 3,000 - 4,000 มิลลิกรัมต่อลิตร

7) ผงสีทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ ผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอง มีสมบัติต้านเชื้อแบคทีเรีย 2 ชนิด คือ แบคทีเรียแกรมลบ (*E. coli*) และแบคทีเรียแกรมบวก (*S. aureus*)

8) ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุดให้เฉดสีน้ำตาล-แดง ในขณะที่ผ้าเรยอน (ซีกวง) ให้สีน้ำตาลอมชมพู เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น และค่า (pH 10) สามารถเพิ่มความสามารถในการติดสีให้กับผ้าเรยอน

9) ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากเปลือกมังคุดให้เฉดสีทอง โดยติดบนผ้าไหมดีกว่าผ้าฝ้ายและผ้าเรยอน (ซีกวง) เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น และค่า (pH 10) ช่วยเปลี่ยนเฉดสีบนผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีเปลือกมังคุด

10) ผ้าฝ้ายและผ้าเรยอน (ซีกวง) ย้อมด้วยผงสีจากเปลือกเงาะให้เฉดสีน้ำตาล ผ้าไหมให้เฉดสีน้ำตาล-ทอง เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้การติดสีบนผ้าดีขึ้น และค่า (pH 10) สามารถเพิ่มความสามารถในการติดสีให้กับผ้าเรยอน

11) ผงสีไม้ขนุนจะติดน้ำตาลบนผ้าฝ้าย สีเหลือง-ทองบนผ้าเรยอน (ซีกวง) และผ้าไหม ในการย้อมผ้าด้วยสีจากไม้ขนุนไม่ควรเติมเกลือหรือย้อมในภาวะต่าง (pH 10) เพราะจะทำให้ผ้าติดสีได้ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับย้อมด้วยผงสีเพียงอย่างเดียว

12) ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากไม้หลุมพองให้เฉดสีน้ำตาลเข้ม ในขณะที่ผ้าเรยอน (ซีกวง) ให้สีน้ำตาลอ่อน เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น ส่วนต่าง (pH 10) ส่งผลต่อการเปลี่ยนเฉดสีบนผ้าทั้ง 3 ชนิด

13) ผ้าฝ้าย เรยอนและไหมที่ผ่านการย้อมด้วย ผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุน และไม้หลุมพอง มีความคงทนต่อการซักอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก แต่พบการเปื้อนติดเล็กน้อยบนผ้าฝ้ายและไนลอน (ระดับ 4/5) นอกจากนี้ยังพบว่า ผงสีจากใบและเปลือกมังคุด และผงสีจากไม้ขนุนที่ย้อมบนผ้าฝ้ายและผ้าเรยอน จะมีการเปลี่ยนแปลงของเฉดสีภายหลังการซัก

14) ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมที่ผ่านการย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีความคงทนต่อการขัดถูในภาวะแห้งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (ระดับ 5) และส่วนใหญ่มีความคงทนต่อการขัดถูในภาวะเปียกอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก (ระดับ 4/5-5)

15) ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ผ่านการย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีความคงทนต่อการแสงต่ำ

16) ผลสำรวจรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติควรเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท ผ้าพันคอ ที่มีจุดเด่น คือ การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติจากจังหวัดนครศรีธรรมราชในการผลิต และการสร้างลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านศิริวง

17) ชุดผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย กล่องบรรจุภัณฑ์ ผงสีสำหรับการย้อม ผ้าพันคอ ไม้หนีบ ยางรัด เอกสารแสดงขั้นตอนการทำผ้ามัดย้อมและวิธีการมัดลาย

18) งานวิจัยนี้ได้นำระบบลีน (lean) เข้ามาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อม ด้วยการลดต้นทุนในด้านต่างๆ ดังนี้

- ลดความสูญเสียเนื่องจากการเก็บวัสดุคงคลัง (Inventory) ในการช่วยลดพื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบ ด้วยการนำวัตถุดิบจากพืชมาทำการสกัดเป็นผงสี และเก็บในรูปแบบผงสี ซึ่งช่วยประหยัดพื้นที่ในการเก็บแกล่นไม้หรือเปลือกไม้ ทำให้สามารถนำพื้นที่นี้ไปใช้ประโยชน์ทางอื่นได้อีก

- ลดความสูญเสียเนื่องจากการขนส่ง (Transportation) สำหรับรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาตินี้ ทั้งตัวบรรจุภัณฑ์ที่สามารถพับเก็บโดยไม่เปลืองพื้นที่ หรือส่วนประกอบในชุดผลิตภัณฑ์ ล้วนแต่ไม่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บ ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นปัญหาของกลุ่มฯ ในการนำเคลื่อนย้ายกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถพับได้ เมื่อต้องไปจำหน่ายยังที่ต่างๆ นอกกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง จะใช้พื้นที่มาก ขนได้น้อย ทางกลุ่มฯ จึงไม่นำไปใช้ประโยชน์ แต่กลุ่มบรรจุชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาตินี้ได้ผ่านการพัฒนารูปแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถพับเองได้ จึงไม่ใช้พื้นที่รวมถึงส่วนประกอบอื่น ๆ ของชุดผลิตภัณฑ์ฯ นี้ยังไม่ต้องการพื้นที่เก็บ จึงสะดวกในการเคลื่อนย้ายสำหรับการนำไปจัดจำหน่ายยังที่ต่าง ๆ นอกกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ทำให้สามารถขนส่งวัตถุดิบปริมาณมากในแต่ละครั้ง

- ลดความสูญเสียเนื่องจากการกระบวนการผลิต (Processing) ด้วยการลดขั้นตอนในการย้อมซ้ำเพื่อให้ได้ความเข้มและเฉดสีตามต้องการ ซึ่งทำให้การผลิตผ้ามัดย้อมด้วยวิธีการแบบเดิมใช้ระยะเวลาในการผลิตต่อผืนประมาณ 4-5 ให้สามารถผลิตได้ภายใน 1 วัน ทำให้ในกระบวนการมัดย้อมผ้าด้วยผงสีใช้เวลาประมาณ 1 ใน 3 ของกระบวนการมัดย้อมผ้าด้วยน้ำสีแบบเดิม

- ลดความสูญเสียเนื่องจากการรอคอย (Delay) ในกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อมด้วยการนำวัตถุดิบมาสกัดน้ำสี ทำให้เกิดข้อจำกัดในการมัดย้อมสีบางชนิดในบางฤดูกาลที่ไม่มีวัตถุดิบ เช่น เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ หรือเปลือกสะตอ ซึ่งหากทำการนำวัตถุดิบมาสกัดเก็บในรูปแบบผงสี สามารถแก้ปัญหานี้ ทำให้กลุ่มฯ มีสีสำหรับใช้ในการมัดย้อมได้ตลอดทั้งปี รวมถึงสามารถแก้ปัญหาด้านขาดแคลนแรงงานที่ชำนาญในการย้อม เมื่อช่างย้อมติดธุระไม่สามารถมาย้อมผ้าได้ เนื่องจากในกระบวนการย้อมด้วยน้ำสีแบบเดิมจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์เพื่อกำหนดความเข้มของน้ำสีที่เหมาะสมในการย้อมแต่ละครั้ง แต่ในการย้อมด้วยผงสีรูปแบบใหม่นี้ ทางกลุ่มฯ สามารถกำหนดสูตรสีให้เหมาะสมกับเฉดสีและความเข้มสีของผ้ามัดย้อมที่ต้องการ ทำให้สามารถฝึกและเพิ่มช่างย้อมประจำกลุ่มฯ ได้อย่างรวดเร็ว

- ลดความสูญเสียเนื่องจากการผลิตของเสีย (waste) ในการผลิตชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมสามารถช่วยลดของเสีย (waste) ทั้งในรูปของการนำแกล่นไม้ที่เหลือจากการสกัดผงสีแล้ว มาใช้เป็นไม้หนีบในชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY)ฯ กลุ่มเองยังไม่ต้องทำการมัดย้อมผ้า ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนด้านพลังงาน การใช้น้ำและการบำบัดน้ำจากการย้อมได้

4.4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ลักษณะทั่วไปด้านเศรษฐกิจ-สังคม และประชากรของตัวอย่าง พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงทั้งหมด 400 ราย กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าครึ่ง (57.8%) มีอายุเฉลี่ย 35.83 ปี มีสถานภาพสมรสมากที่สุด (56.5%) รองลงมา มีสถานะโสด (37.0%) และ ที่เหลือมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพทำสวนยางมากที่สุด (19.0%) รองลงมา ค้าขาย (14.5%) ที่เหลือประกอบอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้าง/คนงาน รับจ้าง พนักงานเอกชน ทำสวนปาล์ม พนักงานภาครัฐ/ข้าราชการ นักเรียน/นักศึกษา พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ทำสวนผลไม้ ทำไร่ ทำนา เกษตรทางน้ำ ทำฟาร์มปศุสัตว์ ประมง ผู้เกษียณอายุ และ ประกอบอาชีพอื่น ๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ย 16,335 บาทต่อเดือน โดยโดยส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท (33.5%) รองลงมา ช่วงรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท (26.3%) และช่วงรายได้อื่นๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (51.0%) รองลงมา คือมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (21.3%) และวุฒิการศึกษาระดับอื่นๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาในจังหวัดนครศรีธรรมราช มากที่สุด (10.3%) รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร (9.8%) และจังหวัดตรัง (8.5%) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงทั้งหมด 400 ราย มีวัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพราะชอบบลวดลายที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครมากที่สุด (34.0%) รองลงมา เพราะผลิตภัณฑ์ใช้สีจากธรรมชาติ (24.3%) และ เพื่อเป็นของฝาก (15.8%) ตามลำดับ ความถี่การซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ส่วนใหญ่ซื้อครั้งนี้เป็นครั้งแรก (72.0%) รองลงมา มากกว่า 1 ครั้งขึ้นไปแต่ไม่เกิน 5 ครั้งต่อปี (25.3%) และ มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไปต่อปี (2.8%) ตามลำดับ ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งอยู่ที่จำนวน 1 ชิ้น (68.8%) มากที่สุด รองลงมา จำนวน 2-3 ชิ้น (25.8%) และ จำนวน 4-5 ชิ้น (4.0%) ตามลำดับ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ/สนใจซื้อมากที่สุด คือ เสื้อผู้หญิง (17.8%) รองลงมา คือ เสื้อผู้ชาย (16.8%) หมวก (12.5%) และ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า (72.3%) ที่เหลือ ค่อยตัดสินใจซื้อภายหลัง (27.7%) ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ประมาณ 0-500 บาท มากที่สุด (34.0%) รองลงมา ระหว่าง 501-1,000 บาท (31.8%) และ ระหว่าง 1,001-1,500 บาท (27.0%) ตามลำดับ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ตนเอง (58.0%) รองลงมาคือ เพื่อนสนิท/ญาติ (18.0%) และคนในครอบครัว (13.8%) ตามลำดับ สีธรรมชาติของกลุ่มผ้ามัตย้อมคีรีวง ที่ท่านชอบมากที่สุดที่กลุ่ม

ตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด คือ สีจากใบมังคุดแห้ง-ให้สีส้ม (18.0%) รองลงมา สีจากใบมังคุดสด-ให้สีชมพู (15.0%) และ สีจากเปลือกลูกเนียงและไม้หลุมพอง-ให้สีน้ำตาล (13.5%) ตามลำดับ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงที่กลุ่มตัวอย่างรับทราบมากที่สุด คือ สื่อชนิดต่าง ๆ (36.5%) รองลงมา จากงานแสดงสินค้า OTOP (24.3%) และ จากสมาชิกภายในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (23.0%) ตามลำดับ ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงมากที่สุดคือ คำแนะนำ/เอกสารเผยแพร่ (43.0%) รองลงมาคือ โทรทัศน์ (33.3%) และ เว็บไซต์ของธุรกิจ (19.3%) ตามลำดับ ระดับความรู้สึกลงในภาพรวมต่อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีเยี่ยม (56.3%) มากที่สุด รองลงมา รู้สึกดี (41.0%) รู้สึกเฉย ๆ (2.3%) และ รู้สึกไม่ประทับใจ (0.5%) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 94.8 ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงต่อในอนาคตโดยให้เหตุผลว่า สวยงาม ลวดลายสวย คุณภาพเนื้อผ้าดี ชอบผ้าพันคอ เป็นของฝากจากคีรีวง ชอบสีธรรมชาติ อดทนสินค้าชุมชน สินค้าน่าใช้ สินค้ามีคุณภาพ ชอบการย้อมด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ชอบ สีธรรมชาติในการย้อมผ้า ชอบเสื้อ สินค้าขึ้นชื่อ ลวดลายไม่ซ้ำใคร เนื้อผ้าสวยเบาบาง สีธรรมชาติไม่อันตราย ชอบหมวก สินค้าได้รับการยอมรับจากกรมสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปจำหน่ายลูกค้าต่างชาติได้ สามารถทำงานที่ต้องการได้ ชอบผ้าคลุมไหล่ ประทับใจ การพัฒนาสร้างลายใหม่จากสีธรรมชาติ เนื้อผ้าสีตามต้องการ ได้มาเรียนรู้ เกี่ยวกับการเรียนการสอน งานฝีมือมือเย็บดีส่วนอีกร้อยละ 5.3 ตัดสินใจไม่ซื้อต่อ เนื่องจากราคาแพง/ค่อนข้างสูงไป และ ต้องเดินทางไกล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 96.5 ตัดสินใจแนะนำเพื่อน/ญาติหรือคนรู้จักให้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง โดยให้เหตุผลว่า ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน ชอบความเป็นธรรมชาติ เนื้อผ้าดี ใช้สีธรรมชาติ สินค้ามีคุณภาพ สินค้าดีเยี่ยม/สินค้า 5 ดาว ลวดลายสวยงาม มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร งานมือ งานศิลปะลวดลายสวย สินค้ามีคุณภาพไม่มีสารเคมี สินค้าน่าใช้ สนับสนุนสินค้าธรรมชาติ โปรโมทสินค้าชุมชน เป็นการเชิญชวนเที่ยวคีรีวง อยากให้รู้จักของคนในชุมชน อยากให้มาชมสินค้า 5 ดาว สินค้าสวยเหมาะสมแก่การใช้ สามารถเป็นของฝากได้ สวยเหมาะกับการใช้งาน เดินทางสะดวก และ ของดีเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 3.5 ตัดสินใจไม่แนะนำ เนื่องจากราคาแพง/ค่อนข้างสูงไป และต้องเดินทางไกลค่อนข้างลำบาก

3. ผลการศึกษาด้านปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ผลการศึกษาด้านปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = .539) โดย ด้านด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = .502) โดย ประเด็นการใช้สีจากธรรมชาติในการผลิตสินค้าช่วยให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยจากสารพิษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นท่านรู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่จ่ายไปเมื่อซื้อ

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง และ ประเด็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = .1.217) โดย ประเด็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นสามารถต่อรองราคาได้ และ ประเด็นการ ตั้งราคาเหมาะสมกับชนิด/ขนาดของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = .598) โดย ประเด็นมีผลิตภัณฑ์พร้อมสำหรับขายอยู่เสมอมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง และ ประเด็นสถานที่ จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง กับประเด็นสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ตามลำดับ

การส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = .474) โดย ประเด็นผู้ขาย/พนักงานมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ เป็นอย่างดี และ ประเด็นผู้ขาย/พนักงาน มีอัธยาศัยดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นมีการโฆษณา ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และ ประเด็นมีกิจกรรม CSR ช่วยเหลือ/พัฒนาสังคมของกลุ่ม วิสาหกิจตามลำดับ

4. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .537) โดยประเด็น รู้สึกว่าการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงเป็นการตัดสินใจที่ฉลาด ด้านด้านผลิตภัณฑ์กับประเด็น ท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นท่านมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง และ ประเด็นท่านมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับการบริการที่ดีจากบุคลากรของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ตามลำดับ

5. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่น

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่น พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่นของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = .544) โดยประเด็น ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ประเด็นท่านมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงอีกในอนาคต และ ประเด็นท่านจะแนะนำเพื่อน/ญาติ ให้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ตามลำดับ

7. เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

เน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมภายใต้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม สโกล์แกนของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง คือ “ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ดีต่อผู้ผลิต เป็นมิตรกับผู้สวมใส่ ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม”

8. ยอดขายของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

กลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงมียอดขายผลิตภัณฑ์ต่อเดือนอยู่ที่ 1.5 แสน -4 แสนบาท และต่อปีอยู่ที่ประมาณ 3-4 ล้านบาท

9. จุดแข็งของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

การผลิตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในด้านลวดลาย คุณภาพของสี และเทคนิคที่ใช้ในกระบวนการผลิต ใช้สีธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สีที่ได้มาจากพืชเศรษฐกิจของชาวบ้านในหมู่บ้าน น้ำที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิตมีความแตกต่างจากที่อื่น ส่งผลให้สีที่ได้มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีลายลิขสิทธิ์ 2 ลาย ทีมงานเป็นคนรุ่นใหม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องลวดลาย สี และเทคนิคที่ใช้ในกระบวนการผลิต ทีมงานที่เป็นคนรุ่นใหม่มีทักษะในการย้อมผ้าทำให้ผ้าที่ย้อมมีคุณภาพสม่ำเสมอ มีเครือข่ายด้านการออกแบบ เช่น มหาวิทยาลัยศิลปากร มีประสบการณ์ในการขายมานาน เป็นแบรนด์ที่สร้างมานานเป็นที่รู้จักของลูกค้า

10. จุดอ่อนของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

ความต้องการของตลาดมีมากแต่ไม่สามารถผลิตได้ตามความต้องการเนื่องจากแรงงานไม่เพียงพอขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทาง แรงงานบางส่วนอายุเริ่มมากขึ้นจึงผลิตผลิตภัณฑ์ได้ช้าลง วัตถุดิบที่นำมาใช้ส่งผลต่อกระบวนการผลิต เช่น ความชื้นของผ้า บรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่รองรับด้านการขนส่ง

11. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ

ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ได้แก่ ปัญหาเรื่องฤดูกาลส่งผลต่อการผลิตสินค้า ฤดูฝนเป็นอุปสรรคต่อการผลิตสินค้า ฝนเป็นอุปสรรคต่อเมล็ดสีในใบไม้และเนื้อไม้ที่นำมาใช้ทำสีธรรมชาติ เพราะใบไม้และเนื้อไม้จะมีปริมาณน้ำสูง อีกทั้ง ฤดูกาลส่งผลต่อกระบวนการผลิต เช่น ถ้าน้ำเทียนร้อนหรือเย็นเกินไปก็จะเกิดปัญหาต่อการระบายสี สีไม่คม อีกทั้ง การทำผ้าบาติกเมื่อถูกความชื้นจะทำให้เกิดความเสียหาย สำหรับกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการผลิตสินค้าคือ ช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มอดุลเหมาะสมในการผลิตสินค้า สินค้าจะมีสีคม สวยงาม ปัญหาเรื่องฤดูกาลส่งผลต่อแรงงานในการผลิต เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงที่ส่วนใหญ่มีอาชีพประจำ คือ ทำสวนผลไม้และสวนยางพาราจึงต้องเก็บเกี่ยวผลไม้ตามฤดูกาล ทำให้ไม่มีคนผลิตสินค้า ทางกลุ่มได้แก้ปัญหาโดยการจัดให้คนรุ่นใหม่ ๆ เข้ามาเรียนรู้และเปิดศูนย์เรียนรู้ รวมทั้งเปิดให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อให้มีแรงงานเข้ามาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ปัญหาเรื่องบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้งบประมาณในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แก่กลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง แต่ที่ผ่านมาจากการสัมภาษณ์ประธาน

กลุ่มและสมาชิก พบว่า บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวยังไม่ตอบสนองต่อการใช้งานจริง อีกทั้ง บรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่รองรับด้านการขนส่ง

12. คู่แข่งขันของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

จากการสัมภาษณ์พบว่า คู่แข่งขันของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ในด้านผ้ามัดย้อม ได้แก่ กลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติกลุ่มไปไม้บ้านคีรีวง ผ้าครามผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติราชประชาฯ 53 สกลนคร กลุ่มมัดย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติจังหวัดน่าน คู่แข่งขันของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงในด้านผ้าบาติก ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผ้าบาติกซึ่งประกอบด้วยชุมชนผู้ผลิตจากจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง กรุงเทพฯ จังหวัดปทุมธานี จังหวัดชัยนาท ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส และกลุ่มผู้ผลิตอุตสาหกรรม

13. การตลาดของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง พบว่า การตลาดของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงด้านผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีสีสันที่เป็นจุดเด่น แต่บรรจุภัณฑ์ยังไม่เหมาะกับกลุ่มลูกค้า และไม่เหมาะกับการขนส่ง ด้านราคากลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง มีการตั้งราคาสินค้าที่มีความหลากหลาย มีตั้งแต่สินค้าที่ราคาไม่แพง (ราคาไม่เกิน 500 บาท) ไปจนถึงสินค้าที่มีราคาแพง (ราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป) ด้านการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ออกร้านจำหน่ายสินค้าตามคำเชิญของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รับออเดอร์สินค้าจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น โรงแรม ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นใช้การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก จนทำให้เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่า ชุมชนคีรีวงมีการทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ประกอบกับผ้ามัดย้อมใช้สีจากพืชธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดผลเสียใด ๆ จึงทำให้คนสนใจและนิยมซื้อผ้ามัดย้อมไปเป็นจำนวนมาก กลุ่มลูกค้ามีทั้งภายในประเทศและส่งขายไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษและญี่ปุ่น นอกจากนี้ กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงได้มีการสำหรับสื่อโซเชียลมีเดีย (social media) พบว่า กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงใช้เฟซบุ๊กเพียงช่องทางเดียวในการสื่อสารกับลูกค้า

14. การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง

ด้านการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงการตลาดบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวงอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 10 แบบ จากนั้น ได้ให้สมาชิกกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงเลือกแบบที่ต้องการมา 1 แบบ เพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงต่อไป แบบบรรจุภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงเลือก ได้แก่ แบบที่ 1 ของกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง เป็นผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ มีกระบวนการการผลิตที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น เปลือก แก่น ราก ใบ ดอกและผล เป็นต้น มาทำการย้อมสีธรรมชาติ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทำมือที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นการใช้ภูมิปัญญา ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตผลิตภัณฑ์ เน้น

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของทางกลุ่มนักศึกษาสถาปัตยกรรมศาสตร์และคณะพาณิชยศาสตร์ สาขาวิชาการตลาดได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ และเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แนวความคิดในการออกแบบ (concept) ภายได้ชื่อว่า “Natural colors” หรือสีส้นจากธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติที่นำมาใช้ในการออกแบบบนลายผ้า ซึ่งทำให้ดูสบายตา สีส้นในการออกแบบไม่ฉูดฉาดจนเกินไป รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะการพับกล่องแบบกล่องทั่วไป แต่จะเป็นกล่องที่สามารถพับเก็บตั้งซ้อน ๆ กันเพื่อขนส่งได้แม้จะติดกาแล้ว ลายที่นำมาฉลุจะเป็นตัวลายใบบอนเป็นหลักเนื่องจากเป็นลายเอกลักษณ์ (signature) ของตัวผ้ามัดย้อมบ้านคีรีวง

4.5 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 5

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

4.5.1. ข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ควรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปสู่การผลิตและจำหน่ายจริงในพื้นที่โดยการสนับสนุนงบประมาณในการทำต้นแบบด้วยงบประมาณที่มีอยู่เพื่อให้เกิดความมั่นใจและทำให้ผู้เกี่ยวข้องมั่นใจว่าสามารถจำหน่ายได้จริง นอกจากนี้ ยังควรมีบทบาทในการกำหนดผู้รับผิดชอบลิขสิทธิ์และการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และผู้รับการผลิตของที่ระลึกที่ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในชุมชนได้อย่างทั่วถึง

2) หน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไรในพื้นที่ เช่น สมาคมท่องเที่ยว บริษัทนอมสิชลพัฒนาเมือง จำกัดควรร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ และเป็นผู้บริหารจัดการในภาคปฏิบัติโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกำไรที่จะได้รับเนื่องจากมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากกว่าหน่วยงานภาครัฐ

3) ประชาชนในพื้นที่ควรมีการกำหนดข้อตกลงร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามรูปแบบที่งานวิจัยกำหนดและปฏิบัติตามแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อการรักษาให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ สามารถส่งเสริมการรักษาอัตลักษณ์พื้นที่และสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

4.5.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ควรมีการทำความเข้าใจกับบุคลากรของตนในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ ทั้งในด้านกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และบทบาทของหน่วยงาน

ของตนในการดำเนินงานตามข้อกำหนดต่าง ๆ นอกจากนี้ควรมีการกำหนดให้การรักษาอัตลักษณ์พื้นที่เป็นภารกิจสำคัญของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่และสนับสนุนการดำเนินงานกับภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรและประชาชนในพื้นที่

2) องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในพื้นที่ เช่น สมาคม ชมรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์รวมทั้งแนวทางและรายละเอียดต่าง ๆ ของข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่มและให้การสนับสนุนการร่วมกันปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่รวมทั้งการทำความรู้จักกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีบทบาทตามที่กฎหมายกำหนดเพื่อให้สามารถประสานงานขอรับการช่วยเหลือหรือแจ้งเบาะแสการดำเนินการที่ขัดแย้งต่อกฎหมาย

3) ประชาชนในพื้นที่ควรทำความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่และร่วมกันสอดส่องการดำเนินการที่ไม่ถูกต้องและรายงานต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และประชาชนในพื้นที่ควรร่วมมือกันดำเนินการในด้านการส่งเสริมและพัฒนาบทบาทการมีส่วนร่วมในพื้นที่ เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามรูปแบบและแนวทางที่ได้นำเสนอไว้ในงานวิจัย โดยในระยะแรก หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เช่น อำเภอควรเป็นผู้ริเริ่มและให้การสนับสนุนการร่วมตัวและการกำหนดแนวทางผ่านการเรียกประชุมบุคลากรที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นกิจกรรมที่นายอำเภอมิอำนาจในการดำเนินการและทำได้

4.5.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) การปรับเปลี่ยนวิธีการสกัดสีย้อมธรรมชาติโดยเฉพาะเทคนิคการสกัดร้อน ควรทำการเปลี่ยนรูปแบบเพื่อลดระยะเวลาและลดพื้นที่ในการจัดเก็บวัสดุ รวมถึงลดปัญหาด้านวัตถุดิบที่ไม่มีตลอดปีสำหรับวัตถุดิบบางประเภท จึงควรหากรรมวิธีที่สามารถเพิ่มความเข้มข้นของน้ำสีให้สูงขึ้นหรือสามารถเตรียมให้อยู่ในรูปผงสี ซึ่งช่วยลดปัญหาการย้อมซ้ำและลดเวลาในการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติ โดยเฉพาะการสกัดสีธรรมชาติประเภทแทนนินด้วยเทคนิคการสกัดร้อน สีย้อมที่สกัดได้ส่วนใหญ่จะมีความคงทนของสีต่อความร้อนค่อนข้างดี จึงสามารถทำการเตรียมในรูปแบบผงสีได้ อย่างไรก็ตามควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการย้อมระหว่างการย้อมในรูปแบบน้ำย้อมและผงสีของผงสีธรรมชาติแต่ละชนิดก่อน เนื่องจากสีธรรมชาติแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน โดยในงานวิจัยนี้ วัสดุธรรมชาติที่สามารถนำมาสกัดและเตรียมให้อยู่ในรูปแบบผงสี ได้แก่ ผงสีจาก เปลือกมังคุด ใบมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอง

2) การสร้างความแตกต่างของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมหรือผ้าย้อมสีธรรมชาติของกลุ่ม OTOP ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีความเหมือนกันทั้งสีและรูปแบบผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถแยกชัดได้ว่าผลิตภัณฑ์นี้มาจากกลุ่มใด มีกลุ่ม OTOP บางกลุ่มนั้นมีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติ

บ้านคีรีวง มีลายมัดย้อมจากไม้หนับที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสิ่งนี้ควรเป็นที่แรกที่จะนำมาใช้พิจารณาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยต้องคงไว้เพื่อแสดงถึงความเป็นกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง กลุ่ม OTOP อื่นๆ ควรหาจุดเด่นที่แสดงตัวตนหรือเรื่องราวที่สามารถบอกความเป็นตัวเอง แล้วใช้จุดเด่นนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากกว่าการพัฒนาตัวรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ซึ่งชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ ที่ทางโครงการพัฒนาขึ้นนี้จัดเป็นหนึ่งในต้นแบบที่ถ่ายทอดความเป็นกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงจากลวดลายมัดย้อมที่แสดงตัวตนของกลุ่ม ซึ่งชุดผลิตภัณฑ์นี้ยังสามารถพัฒนาปรับเปลี่ยนได้หลากหลายเพื่อเหมาะกับวิถีของกลุ่มฯ ความต้องการของลูกค้า หรือ ต้นทุนและราคาจัดจำหน่าย อาทิ การเพิ่มลวดลายการมัด การเปลี่ยนชนิดของเส้นใยหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป (DIY) ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่ม OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของประเทศไทย โดยต้องสร้างความแตกต่างที่รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในมือผู้บริโภค อาทิ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป (DIY) สำหรับการย้อมสีธรรมชาติหรือการทำบาติกด้วยสีธรรมชาติ ซึ่งมีความแตกต่างที่การใช้สีธรรมชาติที่ได้จากวัตถุดิบเฉพาะท้องถิ่น ลวดลายการเขียนลาย การทำบาติกหรือลวดลายการมัดที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ เป็นต้น

3) ความหลากหลายของเฉดสีบนผ้าย้อมจากสีธรรมชาติ ขึ้นอยู่กับ ชนิดของเส้นใย ภาวะในการย้อม (pH) และการเติมมอร์แดนต์ (mordant) หรือสารช่วยติดลงไปก่อน ระหว่างหรือหลังทำการย้อมสีธรรมชาติ

4) การย้อมสีธรรมชาติชนิดเดียวกันบนเส้นใยต่างชนิดกัน เช่น ผ้าฝ้าย ไหม และเรยอน จะให้เฉดสีบนผ้าแตกต่างกัน

5) การย้อมสีธรรมชาติในภาวะกรดหรือด่าง สีธรรมชาติบางชนิดจะมีเฉดสีที่แตกต่างกัน อาทิผ้าที่ย้อมจากผงสีใบมังคุด เปลือกมังคุดและไม้หลุมพองจะมีความแตกต่างของเฉดสีในภาวะกรดและด่าง โดย pH ของสารละลายผงสีมีความเป็นกรด (pH ประมาณ 3-4) สามารถนำมาย้อมทับด้วยน้ำด่างชี้เถาที่ได้จากการเผาส่วนประกอบของพืช อาทิ แก่นไม้ที่ผ่านการสกัดสีออกแล้ว ใบไม้ หรือกากมะพร้าว เป็นต้น สามารถเปลี่ยนเฉดสีบนผ้าให้แตกต่างจากการย้อมด้วยผงสีธรรมชาติเพียงอย่างเดียว

6) สารช่วยติดธรรมชาติที่นิยมใช้เพิ่มความหลากหลายของเฉดสีบนผ้าย้อมสีธรรมชาติ นอกจากน้ำด่างชี้เถาแล้ว อาจ ทำการแช่ผ้าด้วยน้ำนมถั่วเหลือง 1 คืนก่อนนำมาย้อม ใช้น้ำปูนใสย้อมทับหลังการย้อม หรือแช่ผ้าที่ผ่านการย้อมในน้ำมะพร้าว น้ำสนิมเหล็กหรือน้ำโคลน 1 คืน สามารถสร้างเฉดสีที่แตกต่างจากการย้อมด้วยสีธรรมชาติเพียงอย่างเดียว

4.5.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) ควรมีการสนับสนุนให้กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กำหนดนโยบายที่ชัดเจนด้านการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มุ่งเน้นในการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) ควรมีการปรับปรุงระบบบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยราชการ และระหว่างหน่วยราชการกับภาคส่วนอื่น ๆ และชุมชน ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีระบบติดตามประเมินผลรวมทั้งกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน

3) ควรเร่งสร้างความตระหนักให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงสมาชิกในชุมชนให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทำความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งนำแนวทางการตลาดมาใช้เพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาอันเกิดจากวิกฤติธรรมชาติและวิกฤติเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ชาวบ้านขาดรายได้หลัก

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและ

ข้อเสนอแนะ

แผนงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย โครงการวิจัยย่อยที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแผนการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยประกอบด้วย

- 1). เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม
- 2). เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 3). เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 4). เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม
- 5). เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม

การดำเนินการตามแผนการวิจัยและโครงการวิจัยย่อยในครั้งนี้ ได้มีการศึกษาในพื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล ได้แก่ อำเภอและพื้นที่เกี่ยวข้องได้แก่ อำเภอนอม อำเภอสิชล อำเภอท่าศาลา และพื้นที่เกี่ยวข้องได้แก่ บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยปริมาณและระเบียบวิธีวิจัยคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลที่ประกอบด้วยบุคคลต่างที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ และผู้เกี่ยวข้องจากนอกพื้นที่ได้แก่นักท่องเที่ยว

5.1 ผลการศึกษา

ผลของการศึกษาครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

5.1.1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม พบว่า

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ผ่านหลักการการออกแบบ คือ ความเข้าใจง่าย และปรับใช้งานง่าย (SIMPLICITY) ความตรงใจต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (RELEVANT) ความแตกต่างด้วยอัตลักษณ์แต่ละอำเภอ (DIFFERENT) และความกลมกลืน ส่งเสริมกันและกันในทุก 3 อำเภอ (SYNERGY) โดยเมื่อแยกรายละเอียดของการพัฒนาเครื่องหมายอัตลักษณ์โดยแบ่งได้เป็น

อำเภอขนอม :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ หลบหลีกออกจากชีวิตประจำวัน (ESCAPE FROM ROUTINE LIFE) ต้องการหลุดออกจากชีวิตจำเจ วนวนเวียน เหนื่อยล้า อยากมาเที่ยวพักผ่อนสบาย ๆ เติมพลังชีวิต เปิดรับประสบการณ์ดี ๆ แบบไม่เร่งรีบ

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดชิลล์ ชาร์จพลังชีวิต เพราะมีทะเลหาดทรายขาวยาวไกล ให้เติมพลังชีวิตแบบไม่ต้องเร่งรีบ ด้วยหลากหลายกิจกรรมชิลล์ ดูโลมาสีชมพู ชมธรรมชาติ ถ้าเขาวังทอง จุดชมวิว เจดีย์ปะการัง สปาปลา หรือจะไม่ทำอะไรเลย นอนอ่านหนังสือริมหาด บรรยากาศก็พร้อม

อำเภอลิขิต :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการทำตามความชอบและแรงบันดาลใจของตัวเอง (FOLLOW MY PASSION) อยากท่องเที่ยวแบบได้ทำกิจกรรมสนุก ๆ ตามใจชอบ วันหยุดทั้งทีต้องได้เที่ยวเต็มที่ที่สุด ๆ ทำอย่างที่ยากทำ ได้อย่างที่ยากได้

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดแอคทีฟ เต็มที่กับชีวิต เพราะพื้นที่มีทะเลหาดหินงาม มีพลังธรรมชาติที่สรรสร้าง กิจกรรมแอคทีฟให้เต็มเหนี่ยว ไม่ว่าจะสารพัด Extreme Sport เจ็ทสกี เซิร์ฟ ปั่นจักรยาน ขี่ช้าง ปีนน้ำตก วิถีประมง หรือจะ Extreme ขอฟรวัดไอ้ไข่ให้ได้ชีวิตที่ดีกว่าเดิม

อำเภอท่าศาลา :

RELEVANT (ความตรงใจต่อกลุ่มเป้าหมาย) : เป็นการเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการการเรียนรู้ ชอบการเรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุด (NEVER ENDING EXPLORATION) โดนมีพื้นฐานความคิดว่าเมื่อได้ไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ แล้วจึงอยากที่จะซบซบวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นแท้ ๆ อยากเสพเรื่องราวของพื้นที่ ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากประสบการณ์จริง

DIFFERENT (การสร้างความแตกต่าง) : การเป็นหาดแห่งปัญญา เสริมพลังความคิด เพราะนอกจากเป็นทะเลโคลนที่อุดมสมบูรณ์และประมงท้องถิ่นยังเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้หลากหลายวัฒนธรรม ทั้งวิถีชีวิต

ชาวบ้านมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ศูนย์การแพทย์ หรือ เรืองราวร่องรอยประวัติศาสตร์ ก็เสริมสร้างความคิดให้ใช้ชีวิตดีขึ้น

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์แล้วจึงได้มีการสร้าง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ประกอบการสร้างสรรค์ออกแบบหรือคิดกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีความเป็นเอกภาพ ซึ่งได้มีการอธิบายชี้แจงข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างชัดเจน โดยหวังให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์นี้ช่วยสร้างรายได้ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างแบรนด์ หรือสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ของทุกคนได้อย่างแข็งแกร่งต่อไป

5.1.2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม พบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ มี 4 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย 1) การอนุรักษ์จัดการทรัพยากรธรรมชาติ 2) การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) การควบคุมการก่อสร้างอาคาร 4) การบริหารงบประมาณท้องถิ่น โดยมีข้อเสนอเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1) ประเด็นการอนุรักษ์จัดการทรัพยากรธรรมชาติ ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ที่มีวัตถุประสงค์รักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติทางทะเล เช่น ป่าชายเลน หาด เป็นต้น โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบได้แก่ ศูนย์วิจัยและเตือนภัยมลพิษภาคใต้ตั้งอยู่ เลขที่ 133 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000 โทรศัพท์ : 074-325-029-31 โทรสาร : 074-325-031 ต่อ 103 และ E-mail : diw.sier@gmail.com รวมทั้ง พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เช่น การก่อสร้างอาคารริมทะเล หรือชายหาด ที่มีความสูงตั้งแต่ 23.00 เมตร ขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมกันทุกชั้น หรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตร ขึ้นไป โดยมีกองวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมภายใต้สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งตั้งอยู่ที่ 60/1 ซอยพิบูลวัฒนา 7 ถนนพระรามที่ 6 พญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทร : 02 2656500 ต่อ 6854 และ 6864-6865 โทรสาร : 0 2265 6616 และอีเมล : eia@onep.go.th, eia2560@hotmail.com และ พระราชบัญญัติส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พ.ศ. 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติทางทะเล เช่น ป่าชายเลน หาด ภูเขาทะเล ปะการัง พืชและสัตว์ทะเล เพื่อบำรุงรักษา อนุรักษ์ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น โลมาสีชมพูอำเภอนนทบุรี หรือ การใช้ประโยชน์จากริมหาด เป็นต้น โดยมีสำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 6 (สงขลา) เป็นหน่วยงานที่ดูแลด้านทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ตั้งอยู่ที่ 54/1 ม.1 ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา

90100 โทรศัพท์: 074591626 โทรสาร:074591626 มีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำแผนงานการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และกำหนดมาตรการต่าง ๆ

2) ข้อเสนอประเด็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ซึ่งการแสดงดนตรีเป็นการแสดงมหรสพทางเสียง ถือเป็นเหตุรำคาญ ทำให้การจัดงานดนตรีต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 โดยการขออนุญาตแสดงมหรสพชั่วคราวต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นเทศบาลตำบลขนอม ก่อนถึงการจัดกิจกรรม

3) ข้อเสนอประเด็นการควบคุมการก่อสร้างอาคาร ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 เพื่อควบคุมประเภทของอาคาร รูปแบบการก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้ายใช้อาคาร จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น เสร็จแล้วต้องให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจรับรองการก่อสร้างก่อนเปิดการใช้อาคาร โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่ 89/5 หมู่ที่ 5 ตำบลนาเคียน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000 โทร.075-341-029 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2522 เป็นการกำหนดการใช้ประโยชน์ของพื้นที่นั้น ๆ มีการออกแบบผังเมือง 2 ประเภท คือ 1.ผังเมืองรวม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการวางและจัดทำผังเมืองรวมให้กำหนดโดยคำนึงถึงความเป็นระเบียบ ความสวยงาม การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน ความปลอดภัยของประชาชน การเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ การดำรงรักษาสถานที่ที่มีคุณค่าทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี และการจัดสภาพแวดล้อมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเท่าเทียมกัน 2.ผังเมืองเฉพาะ คือผังเมืองที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นของท้องถิ่นนั้นเห็นสมควรจัดทำให้มีการวางเมืองเฉพาะขึ้น หรือ ขอให้กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นผู้จัดทำผังเมืองเฉพาะก็ได้ แต่ต้องสอดคล้องกับผังเมืองรวม โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่ 89/5 หมู่ที่ 5 ตำบลนาเคียน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000 โทร.075-341-029

4) ข้อเสนอประเด็นการบริหารงบประมาณท้องถิ่น ควรใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 โดยงบประมาณท้องถิ่นต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับรัฐบาลโดยกำหนดนโยบายเพื่อเป็นจุดหมายของการใช้งบประมาณที่รัฐบาลให้ไว้ และเพื่อให้การบริหารราชการส่วนภูมิภาคสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลคือ กองจัดท่างบประมาณเขตพื้นที่ 4 (ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง สุราษฎร์ธานี สงขลา) ตั้งอยู่ที่ ศาลากลางจังหวัดสุราษฎร์ธานี ชั้น 2 ถนนดอนนก ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีจังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000 พระราชบัญญัติ วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 การจัดท่างบประมาณ ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยวินัยการเงินการคลังของรัฐ

นอกจากนี้ยังมี ข้อเสนอเชิงนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ตั้งแต่

การเตรียมองค์กร หน่วยงานภาครัฐ ควรเข้าร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เชื่อมโยงการทำงานร่วมกับสมาคมท่องเที่ยว กลุ่มอาสาสมัคร ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อร่วมกันปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการพัฒนาและอนุรักษ์ ทั้งนี้พื้นที่มีองค์กรที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเป็นหลัก ได้แก่ สมาคมท่องเที่ยว ที่มีหลากหลายบุคคลเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นการที่สนับสนุนให้สมาคมเป็นผู้

ขับเคลื่อนหลัก โดยให้ภาครัฐหนุนเสริม ด้วยการเป็นตัวกลางเชื่อมประสานภาครัฐระดับจังหวัดกับชุมชนในพื้นที่ต่อไป

การให้ความรู้แก่ชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชน ความรู้ก็ถือว่าเป็นทรัพยากรที่อยู่ในชุมชนเช่นกัน ดังนั้น การที่ภาครัฐจะเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในพื้นที่ระหว่างกัน ของภาคเอกชนกับชุมชน หรือภาควิชาการกับชุมชน ที่นำไปสู่การสร้างการรับรู้และความตระหนักแก่ชุมชน ในประเด็นความรู้ด้านการมีส่วนร่วม ด้านอัตลักษณ์ ด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งความรู้ดังกล่าวเป็นพื้นฐานของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและอ้อม เพื่อการปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ต่อไป นอกจากการให้ความรู้แก่ชุมชนแล้ว ยังมีการกำหนดข้อตกลงร่วมและการสื่อสารในพื้นที่ ซึ่งภาครัฐจะมีส่วนช่วยชุมชนได้ ในกรณีที่ เป็นผู้สนับสนุนให้เกิดกระบวนการสร้างข้อตกลงร่วม หรือเป็นผู้สื่อสารกับผู้คนผ่านช่องทางที่มีในปัจจุบัน

การควบคุมองค์กร ถือว่าเป็นเครื่องมือที่จะทำให้กลุ่มคนที่ต้องการปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่ยังคงอยู่ ภาครัฐควรสนับสนุนให้เกิดการชี้แจงผลประโยชน์ อันจะทำให้เกิดความโปร่งใสต่อไป รวมไปถึงควรเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนให้เกิดการทำฉันทามติของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในกรณีที่มีสถานการณ์ที่เกินขอบเขตกติกาที่ชี้แจงกันไว้ก่อนหน้านี้

5.1.3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนาระบบการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวงจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม พบว่า งานวิจัยนี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อมให้กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงโดยเพิ่มอัตราเร็วในการผลิตได้ร้อยละ 66.67 ด้วยการลดระยะเวลาในการมัดย้อมจากการเตรียมสีธรรมชาติให้อยู่ในรูปของผงสี ในด้านกระบวนการเตรียมน้ำสีให้อยู่ในรูปของผงสีสามารถเตรียมน้ำย้อมปริมาณมากโดยไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มาก ช่วยควบคุมและกำหนดเจดสีในการย้อมแต่ละครั้ง สามารถย้อมผ้าได้ตลอดปีและลดปัญหาด้านความชำนาญของช่างย้อม รวมถึงสามารถย้อมผ้าให้มีความเข้มสีสูงขึ้นได้ โดย กระบวนการเตรียมผงสี ทำได้โดย นำวัตถุดิบ ได้แก่ ใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอง มาต้มในน้ำเดือดเป็นเวลา 1 ชั่วโมง ด้วยอัตราส่วน น้ำ : วัตถุดิบ = 30 : 1 กรองเอาเฉพาะน้ำสีมาอบให้แห้งที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส หรือนำไปตากแดดให้แห้ง นอกจากนี้ เปลือกมังคุดมีปริมาณผงสีร้อยละ 60 โดยน้ำหนัก เปลือกเงาะมีปริมาณผงสีร้อยละ 8 โดยน้ำหนัก ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีปริมาณผงสีใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 6 โดยน้ำหนัก และใบมังคุดมีปริมาณผงสีน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก โดยผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุดและไม้ขนุน มีแทนนินและแอนทราควิโนน เป็นองค์ประกอบ ในขณะที่ผงสีจากเปลือกเงาะและไม้หลุมพองมีแทนนินเป็นองค์ประกอบในผงสี และ ปริมาณแทนนินที่พบในสารละลายผงสีร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก ได้แก่ ผงสีจากเปลือกมังคุด ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีแทนนินประมาณ 8,000 มิลลิกรัมต่อลิตร เปลือกมังคุด ไม้ขนุนและไม้หลุมพองมีแทนนินประมาณ 8,000 มิลลิกรัมต่อลิตร ในขณะที่ผงสีจากเปลือกเงาะและใบมังคุดมีแทนนินประมาณ 3,000 - 4,000 มิลลิกรัมต่อลิตร รวมถึงการพบว่า ผงสีทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ ผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุน

และไม้หลุมพอ มีสมบัติต้านเชื้อแบคทีเรีย 2 ชนิด คือ แบคทีเรียแกรมลบ (*E. coli*) และแบคทีเรียแกรมบวก (*S. aureus*) และทราบว่า ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุดให้เฉดสีน้ำตาล-แดง ในขณะที่ผ้าเรยอน (ซีกวง) ให้สีน้ำตาลอมชมพู เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น และด่าง (pH 10) สามารถเพิ่มความสามารถในการติดสีให้กับผ้าเรยอน รวมทั้ง ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากเปลือกมังคุดให้เฉดสีทอง โดยติดบนผ้าไหมดีกว่าผ้าฝ้ายและผ้าเรยอน (ซีกวง) เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น และด่าง (pH 10) ช่วยเปลี่ยนเฉดสีบนผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีเปลือกมังคุด นอกจากนี้ ผ้าฝ้ายและผ้าเรยอน (ซีกวง) ย้อมด้วยผงสีจากเปลือกเงาะให้เฉดสีน้ำตาล ผ้าไหมให้เฉดสีน้ำตาล-ทอง เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้การติดสีบนผ้าดีขึ้น และด่าง (pH 10) สามารถเพิ่มความสามารถในการติดสีให้กับผ้าเรยอน รวมถึง ผงสีไม้ขนุนจะติดน้ำตาลบนผ้าฝ้าย สีเหลือง-ทองบนผ้าเรยอน (ซีกวง) และผ้าไหม ในการย้อมผ้าด้วยสีจากไม้ขนุนไม่ควรเติมเกลือหรือย้อมในภาวะด่าง (pH 10) เพราะจะทำให้ผ้าติดสีได้ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับ การย้อมด้วยผงสีเพียงอย่างเดียว และ ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ย้อมด้วยผงสีจากไม้หลุมพอให้เฉดสีน้ำตาลเข้ม ในขณะที่ผ้าเรยอน (ซีกวง) ให้สีน้ำตาลอ่อน เมื่อใช้เกลือเป็นสารช่วยในการย้อมจะทำให้ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมติดสีได้ดีขึ้น ส่วนด่าง (pH 10) ส่งผลต่อการเปลี่ยนเฉดสีบนผ้าทั้ง 3 ชนิด รวมถึง ผ้าฝ้าย เรยอนและไหมที่ผ่านการย้อมด้วย ผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอ มีความคงทนต่อการซักอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก แต่พบการเปื้อนติดเล็กน้อยบนผ้าฝ้ายและไนลอน (ระดับ 4/5) นอกจากนี้ยังพบว่า ผงสีจากใบและเปลือกมังคุด และผงสีจากไม้ขนุนที่ย้อมบนผ้าฝ้ายและผ้าเรยอนจะมีการเปลี่ยนแปลงของเฉดสีภายหลังการซัก และยังพบว่า ผ้าฝ้าย ผ้าเรยอนและผ้าไหมที่ผ่านการย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอมีความคงทนต่อการขัดถูในภาวะแห้งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (ระดับ 5) และส่วนใหญ่มีความคงทนต่อการขัดถูในภาวะเปียกอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก (ระดับ 4/5-5) โดยพบว่า ผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ผ่านการย้อมด้วยผงสีจากใบมังคุด เปลือกมังคุด เปลือกเงาะ ไม้ขนุนและไม้หลุมพอมีความคงทนต่อการแสงต่ำ

ผลสำรวจรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท ผ้าพันคอ ที่มีจุดเด่น คือ การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติจากจังหวัดนครศรีธรรมราชในการผลิต และการสร้างลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ซึ่ง ชุดผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย กล่องบรรจุภัณฑ์ ผงสีสำหรับการย้อม ผ้าพันคอ ไม้หนีบ ยางรัด เอกสารแสดงขั้นตอนการทำผ้ามัดย้อมและวิธีการมัดลาย

5.1.4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ทั้งหมด 400 ราย กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าครึ่ง มีอายุเฉลี่ย 35.83 ปี มีสถานภาพสมรสมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพทำสวนยางมาก

ที่สุดโดยส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และมีภูมิลำเนาในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า พบว่า มีวัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพราะชอบรสชาติที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครมากที่สุด ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ส่วนใหญ่ซื้อครั้งนี้เป็นครั้งแรก ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งอยู่ที่จำนวน 1 ชิ้น ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่าให้ความสำคัญ/สนใจซื้อมากที่สุด คือ เสื้อผู้หญิง โดยส่วนใหญ่จะเลือกตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ประมาณ 0-500 บาท มากที่สุด ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ตนเอง โดยสีธรรมชาติของกลุ่มผ้ามัตย้อมคีรีวงที่ชอบมากที่สุดคือ สีจากใบมังคุดแห้ง-ให้สีส้ม แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงที่กลุ่มตัวอย่างรับทราบมากที่สุด คือ สื่อชนิดต่าง ๆ ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงมากที่สุดคือ คำแนะนำ/เอกสารเผยแพร่ ระดับความรู้สึกในภาพรวมต่อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงต่อในอนาคตโดยให้เหตุผลว่า สวยงาม ลวดลายสวย คุณภาพเนื้อผ้าดี ชอบผ้าพันคอ เป็นของฝากจากคีรีวง ชอบ สี ธรรมชาติ อุดหนุนสินค้าชุมชน สินค้าน่าใช้ สินค้ามีคุณภาพ ชอบการย้อมด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ชอบ สี ธรรมชาติในการย้อมผ้า ชอบเสื้อ สินค้าขึ้นชื่อ ลวดลายไม่ซ้ำใคร เนื้อผ้าสวยเบาบาง สีธรรมชาติไม่อันตราย ชอบหมวก สินค้าได้รับการยอมรับจากกรมสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปจำหน่ายลูกค้าต่างชาติได้ สามารถทำงานที่ต้องการได้ ชอบผ้าคลุมไหล่ ประทับใจ การพัฒนาสร้างลายใหม่จากสีธรรมชาติ เนื้อผ้าดีตามต้องการ ได้มาเรียนรู้ เกี่ยวกับการเรียนการสอน งานฝีมือมือเย็บดี ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจแนะนำเพื่อน/ญาติหรือคนรู้จักให้ ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง โดยให้เหตุผลว่า ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน ชอบความเป็นธรรมชาติ เนื้อผ้าดี ใช้สีธรรมชาติ สินค้ามีคุณภาพ สินค้าดีเยี่ยม/สินค้า 5 ดาว ลวดลายสวยงาม มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร งานฝีมือ งานศิลปะลวดลายสวย สินค้ามีคุณภาพไม่มีสารเคมี สินค้าน่าใช้ สนับสนุนสินค้าธรรมชาติ โปรโมทสินค้าชุมชน เป็นการเชิญชวนเที่ยวคีรีวง อยากให้รู้จักของคนในชุมชน อยากให้มาชมสินค้า 5 ดาว สินค้าสวยเหมาะสมแก่การใช้ สามารถเป็นของฝากได้ สวยเหมาะกับการใช้งาน เดินทางสะดวก และ ของดีเหมาะสม

ผลการศึกษาด้านปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวงของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดย *ด้านผลิตภัณฑ์* มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยประเด็นการใช้สีจากธรรมชาติในการผลิตสินค้าช่วยให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยจากสารพิษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด *ด้านราคา* พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางโดยพบว่าราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด *ด้านการจัดจำหน่าย* พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นมีผลิตภัณฑ์พร้อมสำหรับขายอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงสุด *ด้านการส่งเสริม*

การตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดย ประเด็นผู้ชาย/พนักงานมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และ ประเด็นผู้ชาย/พนักงาน มีอภยาศัยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวง พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติ บ้านคีรีวงของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น รู้สึกว่าการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติ บ้านคีรีวงเป็นการตัดสินใจที่ฉลาด ด้านด้านผลิตภัณฑ์กับประเด็นท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติ บ้านคีรีวง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่น พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำและการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อผู้อื่นของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติ บ้านคีรีวง ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ผลการศึกษาด้านเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ พบว่า เน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมภายใต้ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม สโลแกนของกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวง คือ “ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ดีต่อผู้ผลิต เป็นมิตรกับผู้สวมใส่ ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม” โดยมียอดขายผลิตภัณฑ์ต่อเดือนอยู่ที่ 1.5 แสน -4 แสนบาท และต่อปีอยู่ที่ประมาณ 3-4 ล้านบาท

การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัธยมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวงการตลาดบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวงอย่างมีส่วนร่วม แบบบรรจุภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มมัธยมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวงเลือกมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัธยมสี่ธรรมชาติบ้านคีรีวง เป็นผลิตภัณฑ์ผ้ามัธยมสี่ธรรมชาติ มีกระบวนการการผลิตที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น เปลือก แกน ราก ใบ ดอก และผล เป็นต้น มาทำการย้อมสีธรรมชาติ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นการใช้ภูมิปัญญา ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตผลิตภัณฑ์ เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น ดังนั้น แนวความคิดในการออกแบบ (concept) ภายใต้ชื่อว่า “Natural colors” หรือสีส้นจากธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติที่นำมาใช้ในการออกแบบบนลายผ้า ซึ่งทำให้ดูสบายตา สีส้นในการออกแบบไม่ฉูดฉาดจนเกินไป รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะการพับกล่องแบบกล่องทั่วไป แต่จะเป็นกล่องที่สามารถพับเก็บตั้งซ้อน ๆ กันเพื่อขนส่งได้แม้จะติดกาวแล้ว ลายที่นำมาฉลุจะเป็นตัวลายใบบอนเป็นหลักเนื่องจากเป็นลายเอกลักษณ์ (signature) ของตัวผ้ามัธยมบ้านคีรีวง

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและจัดทำแนวทางการตลาดการสื่อสารผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีส่วนร่วม ได้แก่

หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ควรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปสู่การผลิตและจำหน่ายจริงในพื้นที่โดยการสนับสนุนงบประมาณในการทำต้นแบบด้วยงบประมาณที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดความมั่นใจและทำให้ผู้เกี่ยวข้องมั่นใจว่าสามารถจำหน่ายได้จริง นอกจากนี้ ยังควรมีบทบาทในการกำหนดผู้รับผิดชอบลิขสิทธิ์และการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และผู้รับการผลิตของที่ระลึกที่ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในชุมชนได้อย่างทั่วถึง

หน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไรในพื้นที่ เช่น สมาคมท่องเที่ยว บริษัทชนอมสืลพัฒนาเมืองจำกัดควรร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ และเป็นผู้บริหารจัดการในภาคปฏิบัติโดยไม่ได้นำถึงผลกำไรที่จะได้รับเนื่องจากมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากกว่าหน่วยงานภาครัฐ

ประชาชนในพื้นที่ ควรมีการกำหนดข้อตกลงร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามรูปแบบที่งานวิจัยกำหนดและปฏิบัติตามแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อการรักษาให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ สามารถส่งเสริมการรักษาอัตลักษณ์พื้นที่และสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

5.2.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้กฎหมายการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการ พื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ควรมีการทำความเข้าใจกับบุคลากรของตนในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์ ทั้งในด้านกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และบทบาทของหน่วยงานของตนในการดำเนินงานตามข้อกำหนดต่าง ๆ นอกจากนี้ควรมีการกำหนดให้การรักษาอัตลักษณ์พื้นที่เป็นภาระกิจสำคัญของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่และสนับสนุนการดำเนินงานกับภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรและประชาชนในพื้นที่

องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในพื้นที่ เช่น สมาคม ชมรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่ตามอัตลักษณ์รวมทั้งแนวทางและรายละเอียดต่าง ๆ ของข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่มและให้การสนับสนุนการร่วมกันปกป้องอัตลักษณ์พื้นที่รวมทั้งการทำความรู้จักกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีบทบาทตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้สามารถประสานงานขอรับการช่วยเหลือหรือแจ้งเบาะแสการดำเนินการที่ขัดแย้งต่อกฎหมาย

ประชาชนในพื้นที่ ควรทำความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่และร่วมกันสอดส่องการดำเนินการที่ไม่ถูกต้องและรายงานต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และประชาชนในพื้นที่ ควรร่วมมือกันดำเนินการในด้านการส่งเสริมและพัฒนาบทบาทการมีส่วนร่วมในพื้นที่ เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามรูปแบบและแนวทางที่ได้นำเสนอไว้ในงานวิจัย โดยในระยะแรก หน่วยงาน

ภาครัฐในพื้นที่ เช่น อำเภอควรเป็นผู้ริเริ่มและให้การสนับสนุนการร่วมตัวและการกำหนดแนวทางผ่านการเรียกประชุมบุคลากรที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นกิจกรรมที่นายอำเภอมิอำนาจในการดำเนินการและทำได้

5.2.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

กลุ่มชุมชนบ้านคีรีวงควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีการสกัดสีย้อมธรรมชาติโดยเฉพาะเทคนิคการสกัดร้อน ควรทำการเปลี่ยนรูปแบบเพื่อลดระยะเวลาและลดพื้นที่ในการจัดเก็บวัสดุ รวมถึงลดปัญหาด้านวัตถุดิบที่ไม่มีตลอดปีสำหรับวัตถุดิบบางประเภท จึงควรหากรรมวิธีที่สามารถเพิ่มความเข้มข้นของน้ำสีให้สูงขึ้นหรือสามารถเตรียมให้อยู่ในรูปผงสี ซึ่งช่วยลดปัญหาการย้อมซ้ำและลดเวลาในการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติ โดยเฉพาะการสกัดสีธรรมชาติประเภทแทนนินด้วยเทคนิคการสกัดร้อน สีย้อมที่สกัดได้ส่วนใหญ่จะมีความคงทนของสีต่อความร้อนค่อนข้างดี จึงสามารถทำการเตรียมในรูปแบบผงสีได้ อย่างไรก็ตามควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการย้อมระหว่างการใช้รูปแบบน้ำย้อมและผงสีของผงสีธรรมชาติแต่ละชนิดก่อน เนื่องจากสีธรรมชาติแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน

ควรมีการสร้างความแตกต่างของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมหรือผ้าย้อมสีธรรมชาติของกลุ่ม OTOP ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีความเหมือนกันทั้งสีและรูปแบบผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถแยกชัดได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นมาจากกลุ่มใด มีกลุ่ม OTOP บางกลุ่มที่มีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง มีลายมัดย้อมจากไม้หนับที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสิ่งนี้ควรเป็นที่แรกที่จะนำมาใช้พิจารณาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยต้องคงไว้เพื่อแสดงถึงความเป็นกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง กลุ่ม OTOP อื่น ๆ ควรหาจุดเด่นที่แสดงตัวตนหรือเรื่องราวที่สามารถบอกความเป็นตัวเอง แล้วใช้จุดเด่นนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากกว่าการพัฒนาตัวรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ซึ่งชุดผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้ (DIY) สำหรับทำผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ ที่ทางโครงการพัฒนาขึ้นนี้จัดเป็นหนึ่งในต้นแบบที่ถ่ายทอดความเป็นกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวงจากลวดลายมัดย้อมที่แสดงตัวตนของกลุ่ม ซึ่งชุดผลิตภัณฑ์นี้ยังสามารถพัฒนาปรับเปลี่ยนได้หลากหลายเพื่อเหมาะกับวิถีของกลุ่มฯ ความต้องการของลูกค้า หรือ ต้นทุนและราคาจัดจำหน่าย อาทิ การเพิ่มลวดลายการมัด การเปลี่ยนชนิดของเส้นใยหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป (DIY) ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่ม OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของประเทศไทย โดยต้องสร้างความแตกต่างที่รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในมือผู้บริโภค อาทิ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป (DIY) สำหรับการย้อมสีธรรมชาติหรือการทำบาติกด้วยสีธรรมชาติ ซึ่งมีความแตกต่างที่การใช้สีธรรมชาติที่ได้จากวัตถุดิบเฉพาะท้องถิ่น ลวดลายการเขียนลาย การทำบาติกหรือลวดลายการมัดที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ เป็นต้น

5.2.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMS) ในอุตสาหกรรมบริการบ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

ควรมีการสนับสนุนให้กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กำหนดนโยบายที่ชัดเจนด้านการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มุ่งเน้นในการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ควรมีการปรับปรุงระบบบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยราชการ และระหว่างหน่วยราชการกับภาคส่วนอื่น ๆ และชุมชน ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีระบบติดตามประเมินผลรวมทั้งกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน

ควรเร่งสร้างความตระหนักให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงสมาชิกในชุมชน ให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทำความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งนำแนวทางการตลาดมาใช้เพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาอันเกิดจากวิกฤติธรรมชาติและวิกฤติเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ชาวบ้านขาดรายได้หลัก

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ด้วยข้อจำกัดของระยะเวลา งบประมาณการวิจัยและข้อจำกัดของพื้นที่วิจัย การวิจัยครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปดังนี้

5.3.1 ควรมีการศึกษาในลักษณะนี้ในพื้นที่อื่นๆของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและเกิดเป็นภาพรวมของจังหวัดและนำมาซึ่งการรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสร้างรายได้ผ่านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้อย่างยั่งยืนต่อไป

5.3.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบอื่น ๆ ที่มีการดำเนินการในลักษณะนี้เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

5.3.4 ควรมีการนำแนวทางการศึกษาตามแผนงานวิจัยนี้ไปใช้ในพื้นที่ยื่น ๆ เพื่อช่วยสนับสนุนให้เกิดการรักษาอัตลักษณ์พื้นที่และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้อย่างเหมาะสมทั้งประเทศ

บรรณานุกรม

- กฤตินี ณัฏฐวุฒิสิทธิ์. 2550. **Co-branding Strategy**. กรุงเทพฯธุรกิจ-BiZ Week. วันที่ 23 มีนาคม 2550
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. 2549. **Live Branding: อะไรคือ Live Branding**. กรุงเทพฯธุรกิจ-BiZ Week วันที่ 18 สิงหาคม 2549
- ฐานเศรษฐกิจ. 2550. **ผู้บริหารแบรนด์ตั้งแห่งยุคร่วมแสดงวิสัยทัศน์แนวคิดกลยุทธ์ CEO Branding**. งานอบรมสัมมนาหลักสูตร CEO Branding จัดโดย ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ณ โรงแรมเซ็นจูรี่ กรุงเทพมหานคร
- นิตยสาร BrandAge. ม.ป.ป. **Marketing Concept-Co-Branding**. ปีที่ 6 ฉบับที่ 5
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2550. **คอลัมน์ “คลื่นความคิด”**. มติชนรายวัน ปีที่ 30 ฉบับที่ 10839 วันที่ 13 พฤศจิกายน 2550
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโกชค. ม.ป.ป. **เสริมพลังให้กับกลยุทธ์ (Branding)**. จับเข่าชน คนกลยุทธ์ / หนังสือพิมพ์ กรุงเทพฯธุรกิจ BizWeek
- อรรธรณ บัณฑิตกุล. 2547. **ถึงเวลาดอกบัวคู่ Re-branding**. นิตยสารผู้จัดการ กรกฎาคม 2547
http://www.tutor2u.net/business/marketing/casestudy_rebranding.asp
- ประสิทธิ์ วรฉัตรวานิช. 2545. **Digital Branding**. Business Thai วันที่ 20 ตุลาคม 2545
 ที่มา : http://cms.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=01-ARTICLE-020608&article_version=1.0
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing Management)**. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World, 2552.
- Asker, D. A. 1991. **Managing Brand Equity: Capitalization on Value of a Brandname**. New York: the Free Press
- Aaker, D. A. 1996. **Building strong brands**. New York, NY: Free Press, p. 74
- Fargquhar, P. 1990. **Managing Brand Equity**. Journal of Advertising Research 1990: 4, RC7-RC12.
- Horacio Rozanski. n.d. **The Promise in Digital Branding**. Strategy+business.com
- Keller, K. L. 1993. **Conceptualizing measuring, and managing customer-based brand equity**. Journal of Marketing. 57 (Jan). 1-22
- Keller, K. L. 1998. **Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, p. 94
- THAIBRAND MARKETING. 2550. **“Thailand’s Top Brands” เผยยุทธวิธีสู่สุดยอดแบรนด์**. ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 เดือนพฤศจิกายน 2550
- Thailand Management Association : TMA. 2550. **อยากสร้างแบรนด์ ต้องทำอย่างไรบ้าง**. เว็บไซต์ วันที่ 8 ตุลาคม 2550

ภาคผนวก

บรรยากาศการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ เบื้องต้น



