การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16
"ความมั่นคงทางอาหารสู่สังคมไทยที่ยั่งยืน"
24 มกราคม 2563

แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Guidelines for developing the readiness of tourism entrepreneur in providing services for way of life tourism of Pak Phanang River Basin, Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat Province.

เพียงพิศ ศรีประเสริฐ[1*] พิมพ์ลภัส พงศ์กรรังสิลป์[2] พิชญุฒม์ เพ็ญมาศ[3] ศิรินันท์ พันธรักษ์[4] และ ฐิติมา รัตนพงษ์[5]
Piangpis Sriprasert[1*] Pimlapas Ponsakornrungsilp[2] Pitchyut Penmas[3] Sirinan Pantaruk[4] and Thitima Rattnapong[5]

[1,4,5]สังกัด (สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)
[2]สังกัด (สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์)
[3]สังกัด (สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช)
[*]Corresponding author. E-mail: piangpis_sri@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

ความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อีต้า (Eta Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความพร้อมสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจที่พัก ตามลำดับ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการ พบว่า ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมในระดับต่ำ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาในระดับต่ำ ส่วนความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับต่ำมาก

ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความพร้อมสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจที่พัก ตามลำดับ โดยประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการสถานประกอบการในภาพรวมในระดับต่ำ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านบุคลากร และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ในระดับต่ำ ส่วนความสัมพันธ์กับด้านการเงิน และด้านการจัดการอยู่ในระดับต่ำมาก

ผู้ประกอบการควรได้รับการพัฒนาความพร้อมด้านการบริหารจัดการการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ สำหรับการพัฒนาความพร้อมในด้านการบริหารจัดการนั้น ผู้ประกอบการควรได้รับการส่งเสริมในด้านกระบวนการเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ การเงิน ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

คำสำคัญ: ธุรกิจบริการ แนวทางการพัฒนาความพร้อมในการให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

Abstract

This research aimed 1) to examine the readiness of entrepreneurs in providing tourism services for way of life tourism of Pak Phanang river basin, Pak Phanang district 2) to explore the relationship between the types of tourism business and the readiness of entrepreneurs in providing tourism services for way of life tourism of Pak Phanang river basin and 3) to suggest the guidelines for developing the readiness of tourism entrepreneur in providing services for way of life tourism of Pak Phanang river basin. The research utilized questionnaires to collect data. The results were presented by descriptive statistics and Eta Coefficient was utilized to analyzed the relationship between the types of tourism business and the readiness of entrepreneurs in providing tourism services for way of life tourism of Pak Phanang river basin.

The results showed that tourism entrepreneurs had high level of readiness in term of marketing management aspect. Souvenir entrepreneurs showed highest level of marketing management readiness, followed by restaurant entrepreneurs and lodging entrepreneurs, respectively. The results revealed that the types of tourism business had low relationship with the marketing management readiness of tourism entrepreneurs. When classified the readiness of entrepreneurs in term of marketing management in four aspects; the findings showed that the types of business had low relationship with product and price aspects. While the types of business had very low relationship with place and promotion aspects.

Tourism entrepreneurs had highest level of readiness in term of management. Souvenir entrepreneurs showed highest level of management readiness, followed by restaurant entrepreneurs and lodging entrepreneurs, respectively. The results revealed that the types of tourism business had low relationship with the management readiness of tourism entrepreneurs. When classified the readiness of entrepreneurs in term of management in four aspects; the findings showed that the types of business had low relationship with personnel and equipment aspects. While the types of business had very low relationship with financial and management aspects.

Based on these findings, the guidelines for developing the readiness of tourism entrepreneurs in providing services for way of life tourism of Pak Phanang river basin have been formulated to enhance potential of tourism entrepreneurs. Thus, the urgent need to develop marketing management readiness of tourism entrepreneur in term of place is prominent, followed by promotion, price and product, respectively. Among the four aspects of management readiness of tourism entrepreneurs, there is an urgent need to develop management, followed by financial, equipment and personnel, respectively.

Keywords: Tourism Business, Guidelines for developing the readiness, Way of life tourism of Pak Phanang River Basin

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า สเถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก ด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักที่สำคัญของประเทศ ในปีพ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.08 ล้านล้านบาท ซึ่งสูงเป็นอันดับ 4 ของโลกและเป็นการเติบโตในเชิงคุณภาพ อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้มีจำนวนสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว (BLT Bangkok, 2019) นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ นอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอีกมากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน มัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิง การประกอบการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยที่ส่งผลในทางลบทั้งภายใน และภายนอกประเทศ โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์ และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีสาเหตุมาจากหลายประเด็น เช่น ผลกระทบด้านสังคม การให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบอิสระ สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ รวมไปถึงการเน้นนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง และมุ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง จังหวัดนครศรีธรรมราชจัดอยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวเมืองรอง ในปี 2561 ที่ผ่านมา จังหวัดนครศรีธรรมราชมีรายได้สูงเป็นอันดับสามในกลุ่มการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีรายได้จำนวน 17,136.5 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 9.79% (BLT Bangkok, 2019) ด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีศักยภาพและมีเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บ่งชี้ถึงอารยธรรมของท้องถิ่นที่มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อำเภอปากพนังเป็นหนึ่งพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ด้วยตั้งอยู่ในลุ่มน้ำภาคใต้ฝั่งตะวันออกส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสาขาของลุ่มน้ำหลักภาคใต้ฝั่งตะวันออก มีพื้นที่รวมประมาณ 3,183.89 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,989,932 ไร่ อยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พื้นที่ทั้งหมดของอำเภอปากพนังเป็นลุ่มน้ำปากพนังมีสภาพสิ่งแวดล้อม (ระบบนิเวศใหม่) และทรัพยากรธรรมชาติ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอันมาก เนื่องจากมีการกำหนดสภาพพื้นที่เป็นเขตพื้นที่น้ำเค็มและน้ำจืดอย่างชัดเจน ประชาชนในลุ่มน้ำปากพนังจึงจำเป็นต้องเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและเตรียมพร้อมที่จะปรับความรู้ดั้งเดิมในการประกอบอาชีพให้ดีขึ้นหรือการปรับเปลี่ยนเป็นอาชีพทางเลือกใหม่ เพื่อให้มีรายได้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นการส่งเสริมและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนลุ่มน้ำปากพนัง เพื่อให้จัดการตนเองอย่างยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาและเท่าทันจึงเป็นเรื่องสำคัญ (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2559) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตลุ่มน้ำปากพนังจึงเป็นมาตรการสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน ด้วยเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนและคนภายในชุมชนเป็นศูนย์กลางของการนำเสนอเรื่องราว ประวัติ ความเป็นมา ภูมิปัญญา ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่คนในชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบสานกันมา เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ สำหรับนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

การดำเนินธุรกิจในยุคที่ไร้พรหมแดนจึงเป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคาม เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตภายใต้การแข่งขันที่รวดเร็วและรุนแรงจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และการตลาดในการดำเนินธุรกิจ การเจริญเติบโตของธุรกิจไม่เพียงมีผลดีต่อผู้ประกอบการเท่านั้นแต่ยังจะส่งผลทางบวกกับความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศอีกด้วย ดังนั้น เป้าหมายหลักของผู้ประกอบการธุรกิจจึงมีความต้องการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ การประกอบการในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังจึงนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างผลผลิต และการจ้างงาน จึงเป็นพื้นที่สำคัญในการเป็นพลังขับเคลื่อนของจังหวัด ด้วยผู้ประกอบการเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจทุก ๆ ประเภท ทั้งที่มีขนาดเล็กและขนาดใหญ่ องค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร หรือไม่มุ่งหวังผลกำไรให้มีความเจริญก้าวหน้า จึงอาจกล่าวได้ว่า ความพร้อมของผู้ประกอบการ

ธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในด้านการบริหารจัดการ และการจัดการการตาดจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น การศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นโดยการนำการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและชุมชนสังคมของชุมชน รวมตลอดจนของประเทศชาติให้เจริญเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพร้อมของของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานการวิจัย

ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรเป็น 20 หน่วยตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร (Lindeman, Merenda & Gold, 1980) การวิจัยนี้มีจำนวน 9 ตัวแปร จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 180 คนเป็นอย่างน้อย เพื่อความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 200 คน ซึ่งประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 53 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 114 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จำนวน 33 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้ในการเลือกตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรในการวิจัยทางการท่องเที่ยว (ณัฐพร ดอกบุญนาค กรูม และฐาปกรณ์ ทองคำนุช, 2559, ณารีญา วีระกิจ ชยานนท์ ภู่เจริญ และศิศิธร สนเปี่ยม 2561, ฮุซเซ็น นิยมเดชา และคณะ, 2561) เนื่องจากสามารถเลือกจากคุณลักษณะบางประการที่ต้องการศึกษาได้ และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลอย่างละเอียดชัดเจน

เครื่องมือในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว การตอบแบบสอบถามด้วยการประเมินตนเองได้ถูกนำมาใช้ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่มีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านความเที่ยง (Reliability) และความตรง (Validity) (Ross, 2006) และเป็นเทคนิคที่เหมาะสมสำหรับใช้ประเมินสมรรถนะของบุคคล (ขจรศักดิ์ ศิริมัย, 2554) และเป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในงานวิจัยที่ให้ผู้ประกอบการประเมินสมรรถนะของตนเอง (พิชชานันท์ ฐิริภัทราภรณ์

และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์, 2559; สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์, 2555; Madatta, 2011) คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และอาชีพอื่นที่นอกเหนือไปจากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมด้านการจัดการการตลาดของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมในการบริหารจัดการของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์และสถานที่ และด้านกระบวนการจัดการ มีจำนวน 41 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเอง แนะนำตัว สร้างสัมพันธภาพ ชี้แจงวัตถุประสงค์การทำวิจัย ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 74 ข้อ โดยตอบข้อสงสัยและอธิบายข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัย และรับแบบสอบถามกลับทันที

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว และความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านความพร้อมด้านการบริหารจัดการการตลาด และความพร้อมในด้านบริหารจัดการธุรกิจ ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อีต้า (Eta Coefficient) เนื่องจากข้อมูลค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ และตัวแปรจำแนกเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้การทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษา และนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และนำกลับมาปรับปรุง เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของครอนบาช (Cronbachs' Alpha Coefficient) โดยคำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผลการทดสอบได้ระดับความเชื่อมั่นด้านความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.770 และด้านการบริหารจัดการ มีค่าเท่ากับ 0.925 ซึ่งหมายความว่า แบบสอบถามนี้มีระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 70 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 มีสถานะภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 53.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 32

2. ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการด้านการตลาด พบว่า ในภาพรวม ผู้ประกอบการมีความพร้อมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.17, S.D.= 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมมากที่สุด 2 ประเด็น และระดับมาก 2 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{x}$ = 4.38, S.D. = 0.68) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.81) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 3.92, S.D. = 0.72) ตามลำดับ เมื่อจำแนกธุรกิจการท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท พบว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.44, S.D. = 0.38) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ($\bar{x}$ = 4.20, S.D. = 0.43) และธุรกิจที่พัก ($\bar{x}$ = 3.93, S.D. = 0.60)

3. ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการสถานประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบมีความพร้อมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ =4.24, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมมากที่สุด 3 ประเด็น และระดับมาก 1 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{x}$ = 4.33, S.D.=0.65) รองลงมาคือ ด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 4.25, S.D. = 0.81) และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ ($\bar{x}$ = 4.25, S.D. = 0.66) และด้านกระบวนการจัดการ ($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.61) ตามลำดับ เมื่อจำแนกธุรกิจการท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.43) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ($\bar{x}$ = 4.32, S.D. =0.46) และธุรกิจที่พัก ($\bar{x}$ = 3.96, S.D. = 0.67)

4. ความสัมพันธ์ของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในการบริหารจัดการด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมในระดับต่ำ (η = .335, p < .01) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ (η = .401, p < .01) และด้านราคา (η = .375, p < .01) ในระดับต่ำ ส่วนความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (η = .298, p < .01) และด้านการส่งเสริมการตลาด (η = .260, p < .01) อยู่ในระดับต่ำมาก

4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในการบริหารจัดการสถานประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการสถานประกอบการในภาพรวมในระดับต่ำ (η = .208, p < .05) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านบุคลากร (η = .349, p < .01) และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์และสถานที่ (η = .301, p < .01) ในระดับต่ำ ส่วนความสัมพันธ์กับด้านการเงิน (η = .241, p < .05) และด้านการจัดการ (η = .208, p < .05) อยู่ในระดับต่ำมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษมี งามศรี และคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก กิตตินาท นิธิธรรมกร (2550) ศึกษาเรื่อง แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และศิริมา พิมแสนนิล (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการด้านการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพร้อมมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ และด้านกระบวนการจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพงศ์ รักใหม่ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร พบว่า ปัจจัยด้านเงินทุน แหล่งเงินทุน และความรู้ด้านวิชาชีพเกี่ยวกับอาหาร

เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตประเวศ และเขตพระโขนง ประสบความสำเร็จ และจากผลการวิจัยของวัฒนา ทนงค์แผง และชวลีย์ ณ ถลาง (2560) ที่ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเขตพื้นที่จังหวัดตราด พบว่า ในด้านการเงินผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการสรรหาแหล่งเงินทุนภายนอกให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับการลงทุนในส่วนของเจ้าของ ด้านการบริหารจัดการมุ่งเน้นที่การกำหนดภาระงานให้ชัดเจน รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในระดับปฏิบัติการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสภัสรินทร์ รัตนบุรี และชัยวุฒ ตรึกตรอง (2560) ได้ศึกษาเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่าผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความพร้อมในภาครวมอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน คือด้านบุคลากร ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์และด้านทักษะการบริหาร จึงอาจกล่าวได้ว่า การดำเนินธุรกิจให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต้องอาศัยหลักทรัพยากรการบริหาร (4M's)

เพื่อพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความพร้อมของผู้ประกอบการในระดับสูงแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว จึงอาจไม่จำเป็นต้องในรับการพัฒนาในขณะนี้ ซึ่งตรงกันข้ามกับความพร้อมของผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับต่ำที่ควรเป็นปัจจัยที่ต้องได้รับการพัฒนาก่อน จึงเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความพร้อมในระดับต่ำ ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการการตลาด

ด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. การสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการในการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านให้แก่ลูกค้า เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันเน้นความสะดวกสบาย ไม่ต้องการรอสินค้าเป็นเวลานาน ผู้ประกอบการควรมีความสามารถและความเข้าใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการบรรจุหีบห่อเพื่อจัดส่งให้ถึงบ้านของลูกค้าโดยไม่ส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้หน่วยงานที่ให้บริการส่งพัสดุจัดส่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

2. การสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการชำระค่าสินค้าและบริการ เนื่องด้วยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทหลักในการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ รวมไปถึงการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงควรพัฒนาให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านนี้ได้

3. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกเหนือไปจากการใช้ช่องทางสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยวโดยอาจใช้บริษัทนำเที่ยวเป็นคนกลางเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบริษัทนำเที่ยวสามารถใช้ช่องทางการตลาดแบบหนึ่งระดับที่บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยตรง และช่องทางแบบสองระดับที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขายให้กับหน่วยงานหรือองค์กร การใช้คนกลางเป็นช่องทางจะสามารถกระจายสินค้าไปยังกลุ่มของผู้บริโภคได้รวดเร็วขึ้น และสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. เพื่อเป็นการเพิ่มยอดการจัดจำหน่าย และเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยการการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น

2. ควรมีการจัดของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ อาจเป็นสินค้าชำร่วยชิ้นเล็ก ๆ เพื่อสร้างความรู้จักให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ รวมไปถึงของขวัญที่สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของปากพนัง เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับวิถีอาหาร วิถีการเกษตร วิถีตามรอยพ่อ ร. 9 เป็นต้น

3. การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล ซึ่งถือเป็นช่องทางการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการ เพราะเป็นช่องทางให้กับลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อบริการซ้ำ

ด้านราคา

1. การตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการ
2. การแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว
3. การกำหนดระดับราคาที่มีให้เลือกหลากหลาย เพื่อเป็นการกระจายช่องทางการจำหน่ายได้ทุกระดับของกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มรายได้น้อย รายได้ปานกลาง หรือกลุ่มที่มีรายได้สูง

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น ควรมีการพัฒนาโดยมุ่งเน้นถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้
2. ความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งเป็นช่องทางในการเพิ่มกลุ่มลูกค้าทุกระดับ
3. ควรมีการจัดระบบความปลอดภัยให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในพื้นที่ที่ให้บริการด้วยความปลอดภัยเป็นสิ่งที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยว

2. แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการ

ด้านกระบวนการ

1. ควรมีการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ทั้งในส่วนที่เป็นธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน และหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ
2. ควรมีการวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน
3. ควรมีการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการบรรลุเป้าหมาย เป้าหมายของธุรกิจต้องกำหนดให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกันทั้งเป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน

ด้านการเงิน

1. ควรเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ โดยธุรกิจสามารถใช้การเร่งเงินสดรับเข้าด้วยการกระตุ้นรายรับที่เป็นเงินสดจากการลดราคา การชิงรางวัล การมีของแจกของแถม เป็นต้น รวมไปถึงการชะลอเงินสดจ่ายออกด้วยการขอความร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบในการชำระค่าวัตถุดิบล่าช้า การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแทนการจ่ายเป็นเงินสด เป็นต้น
2. ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน โดยยึดหลักการนำเงินทุนระยะยาวมาใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนส่วนถาวร และนำเงินทุนจากแหล่งเงินทุนระยะสั้นมาใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนส่วนผันแปร
3. ควรมีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะได้สามารถดูแลและตรวจสอบบัญชีรายได้ ค่าใช้จ่าย ที่มาของเงินทุน และการใช้ไปของเงินทุน เพื่อให้สอดคล้องเป็นไปตามแผนงานและงบประมาณที่ได้วางไว้

ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่

1. ควรมีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของ อำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่ บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม ใกล้ชิดธรรมชาติ

ด้านบุคลากร

1. ควรเพิ่มเทคนิคการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มให้สามารถบริการได้ทั่วถึงและทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรเพิ่มความรู้และความชำนาญในการผลิตและให้บริการด้วยความเต็มใจและถูกต้องตามมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน

3. ควรเพิ่มเทคนิคและทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาควรเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามความต้องการ และความจำเป็นเพื่อพัฒนาความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการในการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังต่อไป

2. ควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน และต่างกลุ่มธุรกิจเพื่อสามารถให้บริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2560, ค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

กิตตินาท นิธิธรรมกร. (2550). *แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจันทรเกษม.

ขจรศักดิ์ ศิริมัย. (2554*). การพัฒนาระบบสมรรถนะเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคล สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, ค้นจาก http://competency.rmutp.ac.th/competency-assessment/

ณัฐพร ดอกบุญนาค กรูม และฐาปกรณ์ ทองคำนุช. (2559). *การพัฒนากลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, http://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2559/2559240605148.pdf

ณารีญา วีระกิจ ชยานนท์ ภู่เจริญ และศศิธร สนเปี่ยม. (2560). *การเชื่อมโยงบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในจังหวัดภูเก็ต*. ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2562, https://elibrary.trf.or.th

ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2553). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย. *มฉก.วิชาการ*, 14 (27), 99-112. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, ค้นจาก http://journal.hcu.ac.th/pdf

พิชชานันท์ ฐิติภัทราภรณ์ และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2559). การศึกษาความพร้อมของธุรกิจโรงแรมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจบุรี. *วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 3(1), 71-85.

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (2559). *โครงการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง สถาบันวิจัยและพัฒนา*. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2560, ค้นจาก www.wu.ac.th

ลักษมี งามศรี และคณะ. (2552). *การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์*. นครสวรรค์: คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

วัฒนา ทนงค์แผง และชวลีย์ ณ ถลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่จังหวัดตราด. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11 (3), 1-17.

ศิริมา พิมแสนนิล. (2559). *กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศิริพงศ์ รักใหม่. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร (กรณีศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตประเวศ และเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร). *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี* 3(1), 1-24.

สภัสรินทร์ รัตนบุรี และชัยวุฒ ตรึกตรอง. (2560). ความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). *รัตภาคย์ ฉบับพิเศษครบรอบ 23 ปี สถาบันรัชภาคย์,* 154-160. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, ค้นจาก http://rajaparkjournal.com/pisert

สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์. (2555). *สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรีกับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ.* ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, ค้นจาก http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/665/1/101-55.pdf

ฮุซเซ็น นิยมเดชา สุขุมาล กล่ำแสงใส ชัยรัตน์ ศิริพันธนะ และรณฤทธ์ แป๊ะสมัน. (2561). การพัฒนาศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในพื้นที่ชายฝั่งอันดามัน (กระบี่ พังงา ภูเก็ต). ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2562, ค้นจาก https://elibrary.trf.or.th

BLT Bangkok. (2019). *รายได้ท่องเที่ยวไทย.* ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2562 ค้นจาก https://www.bltbangkok.com/News/

Lineman, R. Hl, Merenda, P.F., & Gold, R.Z. (1980). *Introduction to bivariate and multivariate analysis.* Glenview, IL: Scott, Foreman

Madatta, J.S. (2011). *The role of entrepreneurial competencies on the success of the SME's in Tanzania: The case study of Ilala and Temeke municipals.* Retrieved on September 20th, 2018, Retrieved from http://repository.out.ac.tz/291/1/JIMMY_MADATA.doc

Ross, J. A. (2006). The Reliability, Validity, and Utility of Self-Assessment. *Practical Assessment, Research & Evaluation*. 11(10). Retrieved on September 20th, 2018, Retrieved from http://pareonline.net/getvn.asp?v=11&n=10