

ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง
ในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

The availability of operators to provide services for tourism in the Pak
Phanang basin in Pak Phanang, Nakhon Sri Thammarat

เพียงพิศ ศรีประเสริฐ¹ พิมพลภัส พงศ์กรรังสิลป² พิชญุฒิ เพ็ญมาศ³ ศรินันท์ พันธรัักษ์⁴ และฐิติมา รัตนพงษ์⁵
Piangpis Sriprasert¹, Pimlapas Pongsakornrungsilp², Pitchayut Penmas³, Sirinan Pantaruk⁴ and Thitima Rattanapong⁵

Management of Science Nakhon Si Thammarat Rajabhat University ^{1,3,5}

Tourism and Hospitality Industry Program School of Management University 1,3,5

penmas.p@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการ การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม นำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงสรุปอ้างอิง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดมากที่สุด

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านบุคลากร ด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ในระดับมากที่สุด และด้านกระบวนการจัดการในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการมากที่สุด

คำสำคัญ: การจัดการ; ส่วนประสมทางการตลาด; การบริการ

Abstract

This research aimed at to examine The availability of operators and service in Pak Phanang District and The research tools were questionnaires, in-depth Percentage, frequency, mean, and standard deviation. Reference statistics.

The results showed that tourism entrepreneurs had high level of readiness in term of marketing management aspect. For each aspect, tourism entrepreneurs had highest level of readiness in product and price aspects, while the readiness in promotion and place were at high level. The results revealed that there was a difference between tourism entrepreneurs in lodging, restaurant and souvenir shops regarding their readiness in marketing management. Souvenir entrepreneurs showed highest level of marketing management readiness among others.

Tourism entrepreneurs had highest level of readiness in term of management. For each aspect, tourism entrepreneurs had highest level of readiness in personnel, financial, and equipment and places, while the readiness of management was at high level. The results indicated that there was a difference between tourism entrepreneurs in lodging, restaurant and souvenir shops regarding their readiness in management. Souvenir entrepreneurs showed highest level of marketing management readiness among others.

Keywords: Management; Marketing Mix ;Service

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตและการขยายตัวสูง โดยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญโดยนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ ซึ่งนอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน มัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิง การประกอบการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยที่ส่งผลในทางลบทั้งภายใน และภายนอกประเทศโดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์ และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีสาเหตุมาจากหลายประเด็น อาทิเช่น ผลกระทบด้านสังคม การให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบอิสระ สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา, 2556)

ลุ่มน้ำปากพนังตั้งอยู่ในลุ่มน้ำภาคใต้ฝั่งตะวันออกส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสาขาของลุ่มน้ำหลักภาคใต้ฝั่งตะวันออก มีพื้นที่รวมประมาณ 3,183.89 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,989,932 ไร่ ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พื้นที่ทั้งหมดของอำเภอปากพนัง เป็นลุ่มน้ำปากพนังมีสภาพสิ่งแวดล้อม (ระบบนิเวศใหม่) และทรัพยากรธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอันมาก เนื่องจากมีการกำหนดสภาพพื้นที่เป็นเขตพื้นที่น้ำเค็มและน้ำจืดอย่างชัดเจน ประชาชนในลุ่มน้ำปากพนังจึงจำเป็นต้องเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและเตรียมพร้อมที่จะปรับความรู้ดั้งเดิมในการประกอบอาชีพในอาชีพให้ดีขึ้นหรือการปรับเปลี่ยนเป็นอาชีพทางเลือกใหม่ เพื่อให้มีรายได้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นการส่งเสริมและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนลุ่มน้ำปากพนัง เพื่อให้จัดการตนเองอย่างยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาและเท่าทันจึงเป็นเรื่องสำคัญ (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2559)

ในยุคที่ไร้พรมแดน ธุรกิจต่างๆมีความจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดภายใต้การแข่งขันและการสร้างการเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจ ทั้งนี้การเจริญเติบโตของธุรกิจจะส่งผลทางบวกกับความมั่งคั่งของธุรกิจและการพัฒนาภูมิภาค (Acs & Armington, 2006) ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความตั้งใจที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตและบางส่วนต้องการให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (Davison, 1989) สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัด เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างผลผลิต การจ้างงาน และเป็นธุรกิจที่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ จากการศึกษาการ

เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีธุรกิจบริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 18 บริษัท ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก 55 โรงแรม ธุรกิจร้านอาหารจำนวน 35 ร้าน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 16 ร้าน (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2558) แต่ในปัจจุบันนี้การมีส่วนร่วม และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการดูแลด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการผลิตสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ยังแยกกันอยู่อย่างชัดเจน โดยไม่ได้มีการรวมกลุ่มหรือรวมตัวกันเพื่อที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ดังนั้นในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีส่วนในการช่วยพัฒนาผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จะต้องมีการสร้างเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการนำเสนอรูปแบบและแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากคิดรวมนำเสนอร่วมกันและเรียนรู้ร่วมกัน รวมไปถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม เพื่อเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คนที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง

เครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการจัดการการตลาด ของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงสรุปอ้างอิง

5. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น ค่าความถี่ และหาค่าร้อยละแยกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพอื่น และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 1 จำนวนค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)N=200	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	30
หญิง	140	70
2. อายุ		
ไม่เกิน 20ปี	1	0.5
21-30ปี	19	9.5
31-40ปี	70	35.0
51-60 ปี	27	13.5
61 ปีขึ้นไป	20	10.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	38	9.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	33	16.5
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	37	18.5
ปริญญาตรี	86	43.0
สูงกว่าปริญญาตรี	6	3.0
4. สถานะภาพสมรส		
โสด	48	24.0
สมรส	141	70.5
หย่าร้าง	6	3.0
หม้าย	5	2.5
5.อาชีพอื่นที่นอกเหนือไปจากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว		
เกษตรกร	41	20.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11	5.5
พนักงานบริษัทเอกชน	11	5.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	56	28.0
ประมง	8	4.0
รับจ้าง	9	4.5

อื่น ๆ

64

32.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 70 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 มีสถานะภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 53.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการเป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการ ด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม

การบริหารจัดการด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.50	0.54	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.38	0.68	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.86	0.81	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	0.72	มาก
รวม	4.17	0.50	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด 3 ประเด็น และระดับมาก 2 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพอง โดยภาพรวม

ความพร้อมของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพร้อม
1. ด้านบุคลากร	4.33	0.65	มากที่สุด
2. ด้านการเงิน	4.24	0.58	มากที่สุด
3. ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	4.24	0.66	มากที่สุด
4. ด้านกระบวนการจัดการ	4.14	0.61	มาก
รวม	4.24	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพอง โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีความพร้อมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมมากที่สุด 3 ประเด็น และระดับมาก 1 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ ค่าเฉลี่ย 4.24 และด้านกระบวนการจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

อภิปรายผลและสรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน มีความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการเลือกวัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์และประกอบการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่นน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38)

2. ด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นราคาที่มีความคุ้มค่ากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.35)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการขายโดยตรง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.38)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการจัดการพบปะและการประชุมด้านการท่องเที่ยวหรือที่เกี่ยวข้องมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.15) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยที่สุดในประเด็นการแจกของขวัญแจกในเทศกาลต่าง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

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

1. ด้านบุคลากร ประเด็นพนักงานของสถานประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของปากพอง และจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความพร้อมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีประเด็นด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ความรู้และความชำนาญในผลิตภัณฑ์ ความเต็มใจและความถูกต้องในการให้บริการ และความรู้และทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความพร้อมในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32)

2. ด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอนาคตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นมีสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.19)

3. ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการออกแบบการแต่งกายของพนักงานที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพอง/จังหวัดนครศรีธรรมราช น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.98)

4. ด้านกระบวนการจัดการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านมีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ลูกค้านไม่ต้องรอนานสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03)

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขมี งามศรี และคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่
แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการ
ด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และกิตตินาถ นิธิธรรมกร และคณะ (2550) ศึกษาเรื่อง แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ
เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยมีความพร้อม
มากที่สุด คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.33) ด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และด้านกระบวนการจัดการ
(ค่าเฉลี่ย 4.14) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สลิสร์ คำประเสริฐ, วิศิน เหลี่ยมปรีชา ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและแนวทางการปรับตัวของ
ผู้ประกอบการธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน จากผลการศึกษา พบว่า แนวทางการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านการลงทุน ด้าน
แรงงาน และด้านเงินทุน โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และงานวิจัยของ จิตารัตน์ โชคสุชาติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็น 1 ใน 3 เสาหลักของประชาคมอาเซียน
พบว่าผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ควรเร่งปรับตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถ เช่น การเร่งพัฒนาตราสินค้า การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิตและการ
พัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งช่วยสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของไทย ส่วนภาครัฐก็ควรทำความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้แก่
ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเตรียมมาตรการป้องกันเพื่อลดผลกระทบที่เพิ่มขึ้นได้ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม
อาเซียน ด้านสินค้า ด้านการลงทุน ด้านแรงงาน และด้านเงินทุน อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สภัสรินทร์ รัตนบุรี และ ชัยวุฒ
ตริกตรอง (2560) ได้ศึกษาเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่าผู้ประกอบการ
ในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความพร้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือด้านบุคลากร ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์และด้านทักษะการ
บริหาร

6. ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามความต้องการ และความจำเป็นเพื่อพัฒนา
ความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการในการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง

7. เอกสารอ้างอิง

กิตตินาถ นิธิธรรมกร และคณะ. (2550). แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ตำบลเกาะ
เกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
จันทระเกษม.

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (2559). โครงการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพอง สถาบันวิจัยและพัฒนา. สืบค้นเมื่อ 4
กรกฎาคม 2560, จาก www.wu.ac.th

ลักขมี งามศรี และคณะ. (2552). การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครสวรรค์. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

สสิธร คำประเสริฐ, วิสิน เหลี่ยมปรีชา. **ทัศนคติและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.** การศึกษาอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร. ธิตารัตน์ โชคสุชาติ. (2553). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็น 1 ใน 3 เสาหลักของประชาคมอาเซียน.** วารสาร มฉก.วิชาการ ปีที่ 14 ฉบับที่ 27 กรกฎาคม-ธันวาคม 2553.

สภัสรินทร์ รัตนบุรี และ ชัยวุฒ ตรีภักตรอง. (2560). **ความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC).** วารสารรัตภาคย์ ฉบับพิเศษครบรอบ 23 ปี สถาบันรัชภาควัย. ISSN: 1905-2243.