



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการ
การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Networking Stakeholders for Tourism Management and Service in Pak Phanang District,
Nakhon Si Thammarat Province

โดย

ดร.เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และคณะ

มกราคม 2562

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการ
การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Networking Stakeholders for Tourism Management and Service in Pak Phanang District,
Nakhon Si Thammarat Province

แผนงาน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

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

คณะวิจัย

ดร.เพียงพิศ ศรีประเสริฐ
ดร.พิชญ์ดมภ์ เพ็ญมาศ
อาจารย์ศิรินันท์ พันธรัักษ์
อาจารย์รัฐติมา รัตนพงษ์

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. - สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สัญญาเลขที่ RDG60T003

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการ การท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นงานวิจัยที่มีจุดเริ่มต้นมาจาก ผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัย และเจ้าของพื้นที่ ได้แก่ เทศบาลเมืองปากพอง ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนครศรีธรรมราช, หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ภาคใต้เขต ๒) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณคุณชินวัฒน์ เจริญศรี และ คุณวรัญญา สวัสดิ์นฤนาท ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ริเริ่มในการนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปใช้ในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเครือข่ายลุ่มน้ำปากพอง อำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่ทุกท่านให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชที่ให้การสนับสนุนทุน ดำเนินการหน่วยวิจัยที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการพัฒนาโจทย์วิจัยจนได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงาน คณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ แหล่งทุนที่สนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณสมาชิกในหน่วยวิจัยการบริโภค และเศรษฐกิจยั่งยืนที่ให้การสนับสนุนและแนะนำในด้านต่าง ๆ และให้กำลังใจผู้วิจัยจนสามารถผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ได้

รายงานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้คณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และ คุณรุจาดิษฐ์ สุขชาติ ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งให้การสนับสนุนและกำลังใจที่ดีในการทำงานรวมถึงผู้ช่วย ศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้อำนวยการฝ่ายการวิจัยมุ่งเป้า สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้ โอกาสคณะผู้วิจัยได้มีโอกาสร่วมงานและให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยด้วยดีเสมอมา คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ช่วยนักวิจัยที่ช่วยประสานงาน และดำเนินการนัดหมาย และอำนวยความสะดวกตลอดโครงการวิจัย

ท้ายสุดนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราชที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่คณะผู้วิจัย รวมถึงครอบครัวที่เข้าใจและให้กำลังใจตลอดมา คณะผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายหรือวางแผนด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เพื่อพัฒนาสังคมท้องถิ่น หากงานวิจัยนี้มีประโยชน์ไม่มากนักน้อย คณะผู้วิจัยขอยกความดีความชอบให้กับบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้สั่งสอนอบรมให้ความรู้กับผู้วิจัย

ดร.เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และคณะ

มกราคม ๒๕๖๒

บทสรุปผู้บริหาร

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

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 การให้ความสนใจกับชุมชนมรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย 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 ประชาชนในลุ่มน้ำปากพนังจึงจำเป็นต้องเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและเตรียมพร้อมที่จะปรับความรู้ดั้งเดิมในการประกอบอาชีพในอาชีพให้ดีขึ้น หรือการปรับเปลี่ยนเป็นอาชีพทางเลือกใหม่ เพื่อให้มีรายได้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นการส่งเสริมและเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนลุ่มน้ำปากพนัง เพื่อให้จัดการตนเองอย่างยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาและเท่าทันจึงเป็นเรื่องสำคัญ(มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2559)

ในยุคที่ไร้พรหมแดน ธุรกิจต่างๆมีความจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดภายใต้การแข่งขันและการสร้างการเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจ ทั้งนี้การเจริญเติบโตของธุรกิจจะส่งผลทางบวกกับความมั่งคั่งของธุรกิจและ

การพัฒนาภูมิภาค (Acs & Armington, 2006) ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความตั้งใจที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต และบางส่วนต้องการให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (Davison,1989) สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัด เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างผลผลิต การจ้างงาน และเป็นธุรกิจที่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ จากการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีธุรกิจบริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 18 บริษัท ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก 55 โรงแรม ธุรกิจร้านอาหารจำนวน35 ร้าน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 16 ร้าน (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช,2558) แต่ในปัจจุบันนี้การมีส่วนร่วม และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการดูแลด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการผลิตสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ยังแยกกันอยู่อย่างชัดเจน โดยไม่ได้มีการรวมกลุ่มหรือรวมตัวกันเพื่อที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ดังนั้นในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการ การท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีส่วนในการช่วยพัฒนาผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงวิถี ลุ่มน้ำปากพนัง จะต้องมีการสร้างเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการนำเสนอรูปแบบและแนวทางการเสริมสร้าง เครือข่ายความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากคิดร่วมวางแผนร่วมและ เรียนรู้ร่วมกัน รวมไปถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม เพื่อเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของ ชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการ ให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยมีวัตถุประสงค์ใน การศึกษา ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ ปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการ ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปาก พนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed-Method) ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คน เพื่อศึกษาความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) นั้นใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้แทนจากเทศบาลเมืองปากพ่อง ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 53 คน ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 114 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 33 คน

ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

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

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการเลือกวัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์และประกอบการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่นน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38)

1.1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นราคาที่มีความคุ้มค่ากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.35)

1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการขายโดยตรง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.38)

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการจัดการพบปะและการประชุมด้านการท่องเที่ยวหรือที่เกี่ยวข้องมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.15) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยที่สุดในประเด็นการแจกของขวัญแจกในเทศกาลต่าง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

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

1.1.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44)

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

1.2.1 ด้านบุคลากร ประเด็นพนักงานของสถานประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของปากพนัง และจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความพร้อมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีประเด็นด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ความรู้และความชำนาญในผลิตภัณฑ์ ความเต็มใจและความถูกต้องในการให้บริการ และความรู้และทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความพร้อมในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32)

1.2.2 ด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอนาคตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นมีสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.19)

1.2.3 ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการออกแบบการแต่งกายของพนักงานที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราชน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.98)

1.2.4 ด้านกระบวนการจัดการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านมีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ลูกค้าไม่ต้องรอนานสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03)

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

1.2.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 2)

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 70 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 คน และผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 75 คน มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาหลัก ๆ คือ นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดน้อยลง ประกอบกับปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่เปิดให้บริการห้องพักมากขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาภายในของผู้ประกอบการเอง เช่น อัตราการเข้าออกของพนักงานมีอัตราที่ค่อนข้างสูง

ส่วนใหญ่มิมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวทางการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้รวมตัวกันภายในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ลดสภาวะการแข่งขันของธุรกิจ และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และชมรม/สมาคมโรงแรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหน่วยงานที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาส่วนใหญ่ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และ สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพประมง ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลค่อนข้างสูงจึงไม่สามารถนำมาจำหน่ายในราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้

ส่วนใหญ่มิเคยเข้าร่วมกับเครือข่ายใด สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมี 3 ประเด็น คือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราชในการเป็นบุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว และเกิดจากการรวมกลุ่มของชุมชน ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการคือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิต จึงไปสั่งซื้อสินค้าหรือซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเอง

ผู้ประกอบการมีการรวมตัวกันภายในในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง โดยเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และเทศบาลเมืองปากพองเป็นหน่วยงานที่จะสามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

2.4 ผู้แทนจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพในชุมชนเพื่อยกระดับสินค้า พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว และผลักดันการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โดยยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือมากนักจากชุมชน เนื่องจากบางพื้นที่มีความขัดแย้งเรื่องของแนวความคิดในการทำการท่องเที่ยว และยังไม่ค่อยมีความรู้ในส่วนของการทำการท่องเที่ยวมากนัก ในขณะที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือเรื่องการส่งเสริมการขาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

3.1 แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาความพร้อมใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรเพิ่มบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน 2. ควรเพิ่มช่องทางการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เช่น การบริการบัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง 3. ควรมีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางอินเทอร์เน็ต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ 2. ธุรกิจนำเที่ยว
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ 2. ควรจัดทำของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ 3. ควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งราคาให้คำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการ 2. ควรมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน 3. ควรมีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน

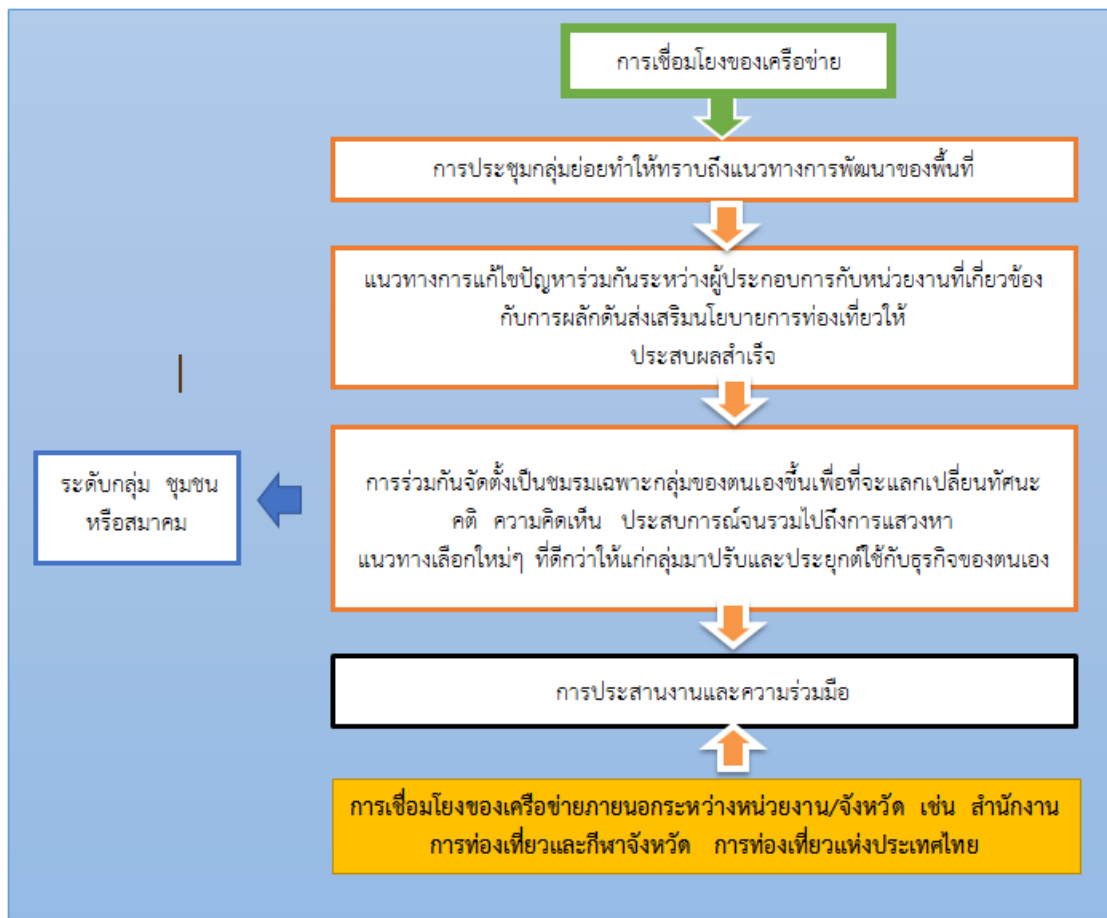
การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
		4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช	
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีความเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น 2. เพิ่มความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ 3. เพิ่มบริการความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน 2. หน่วยงานให้ความรู้และรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัย

แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง 2. การวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน 3. การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารจัดการ ธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านการเงิน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ 2. เพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน 3. ควรมีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. SMEs Bank 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ
ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ใกล้ชิดธรรมชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทออกแบบเอกชน
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มเทคนิคการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะได้ทั่วถึงและทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. เพิ่มความรู้และความชำนาญในการผลิตและให้บริการด้วยความเต็มใจและถูกต้องตามมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน 3. เพิ่มเทคนิคและทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการให้กับพนักงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน 2. ชมรมการบริหารงานบุคคล

3.2 แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำเสนอโมเดล ดังนี้



ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามความต้องการ และความจำเป็นเพื่อพัฒนาความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการในการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่อง

2. ควรมีการนำโมเดลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังไปทดลองใช้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงวิธีการดำเนินงานร่วมกันในการหนุนเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 1 คน และ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร 1 คน ขอเสนอตัวเป็นผู้นำในการสร้างเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จึงควรมีการผลักดันการสร้างเครือข่ายให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

2. ควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน และต่างกลุ่มธุรกิจเพื่อสามารถให้บริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

3. ควรสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง และคนในชุมชนเกี่ยวกับบทบาทในการเป็นกลไกสำคัญสำหรับให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการระบุข้อมูลและช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในคู่มือการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัย เพียงพิศ ศรีประเสริฐ
พิชญุฒิ์ เพ็ญมาศ
ศรินันท์ พันธรักษ์
ฐิติมา รัตนพงษ์

บทคัดย่อ

การวิจัยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง 2) เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการ การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม นำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่า T-Test และ F-Test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดมากที่สุด

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

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว มีวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมี 3 ประเด็น คือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) ลดสถานะการแข่งขันของธุรกิจ 3) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 4) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

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

Research Title Networking Stakeholders for Tourism Management and Service in Pak Phanang District, Nakhon Sri Thammarat Province

Researchers Piangpis Sriprasert
 Pitchayut Penmas
 Sirinan Pantaruk
 Thitima Rattanapong

ABSTRACT

This research aimed at 1) to examine the readiness of entrepreneurs in providing tourism services for Pak Phanang district 2) to examine stakeholders' networking for tourism management and service in Pak Phanang District and 3) to propose the guidelines for networking stakeholders for tourism management and service in Pak Phanang District. The research tools were questionnaires, in-depth interview, and focus group. The results were presented by descriptive statistics, T-test, F-test and content analysis.

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.

Most of tourism entrepreneurs had small scale of business, operate by sole entrepreneur. The main objective to join the tourism network were 1) to increase income 2) to reduce competition 3) to promote tourism and 4) to improve proficiency.

This study presented a guideline for networking stakeholders of tourism Management and service in Pak Phanang district into 5 steps as follow; 1) linking network from within 2) group discussion 3) problem solving solution from entrepreneurs and stakeholders 4) establish a group and 5) linking network with outsiders.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ฐ
Abstract	ฅ
สารบัญ	ด
สารบัญตาราง	ถ
สารบัญภาพ	น
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของแผนงาน	4
กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	6
วิธีดำเนินการวิจัย	7
การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล	8
ประโยชน์ที่ได้รับ	9
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	10
แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	61
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	62
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	62
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	74
การวิเคราะห์ และการตรวจสอบข้อมูล	75
การแปลผลข้อมูล : เกณฑ์ และการให้ความหมาย	77
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลวิจัย	79
ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปาก พั้งในอำเภอปากพั้ง จังหวัดนครศรีธรรมราช	79

สารบัญ

	หน้า
การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการ	109
การท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	
ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	122
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	163
สรุปผลการวิจัย	163
อภิปรายผล	172
ข้อเสนอแนะ	174
บรรณานุกรม	176
ภาคผนวก	181
ภาคผนวก 1 ภาพและรายนามผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	182
ภาคผนวก 2 ภาพและรายนามผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม	190

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้จากการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2554 – 2558	3
3.1	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายความร่วมมือ	63
4.1	จำนวนค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจากผู้ตอบแบบสอบถาม	80
4.2	จำนวนค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ	82
4.3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการ ด้านการตลาดของ ผู้ประกอบการ โดยภาพรวม	8.3
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	83
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคา	84
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	85
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด	86
4.8	ค่าเฉลี่ยของการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	87
4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหาร จัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยภาพรวม	87
4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหาร จัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านบุคลากร	88
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหาร จัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านการเงิน	89
4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับการ บริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	91
4.13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหาร จัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านกระบวนการจัดการ	93
4.14	ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการ ท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยภาพรวมเมื่อจำแนกตามประเภทของธุรกิจ	94
4.15	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยว เชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	95

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.16	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	96
4.17	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในภาพรวม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	97
4.18	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	98
4.19	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	98
4.20	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	99
4.21	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	99
4.22	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	100
4.23	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	101
4.24	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	101
4.25	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	102
4.26	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	103
4.27	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในภาพรวม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	103
4.28	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	104

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.29	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	104
4.30	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านการเงิน จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	105
4.31	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านการเงิน จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	106
4.32	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	106
4.33	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	107
4.34	เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการจัดการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	107
4.35	เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการจัดการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	108
4.36	ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก	111
4.37	ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	124
4.38	ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ของที่ระลึก	136
4.39	ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ	141
4.40	แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ	148
4.41	แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ	151
4.42	สรุปประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	154
5.1	แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ	169
5.2	แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ	171

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	โมเดลกระบวนการฟื้นฟูตลาดเก่าในประเทศไทย	33
2.2	รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน	54
4.1	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก	110
4.2	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	122
4.3	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกส้มโอทับทิมสยาม	133
4.4	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกรังนก	134
4.5	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกน้ำตาลจาก	134
4.6	การลงพื้นที่สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายกองการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองปากพอง	139
4.7	แนวทางในการพัฒนาความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด	145
4.8	การพัฒนาความพร้อมเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	149
4.9	โมเดลที่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว	157
4.10	กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัว	158
5.1	โมเดลแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	171
5.2	ข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่	175

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

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)

จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ มีเนื้อที่ประมาณ 9,942.502 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6,214,064 ไร่ มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ หรือประมาณร้อยละ 1.98 ของพื้นที่ทั้งประเทศ (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนารองคํการบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช, พ.ศ.2554-2558) ดังนั้น การเติบโตของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชย่อมทำให้หน่วยงานต่างๆ

ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชได้นำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ “เมืองศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ เมืองเกษตรและท่องเที่ยวที่น่าอยู่สู่สังคมพัฒนาที่ยั่งยืน” พร้อมทั้งกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในพันธกิจเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าว คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมระดับมาตรฐานสากลที่สามารถสร้างอาชีพและรายได้ในพื้นที่เพิ่มขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรและการท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2558) นอกจากนี้ การสื่อสารทางการตลาดด้วยการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ผ่านมา ได้แก่ นครศรีดีดี เมืองเดียวเที่ยวครบทุกเรื่อง (วนิดา เชียงอารีย์ และ สาวิกาขุนราม, 2555) การส่งเสริมภาพลักษณ์การ

ท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับซึ่งปกปักรักษาได้ปกคลุมทุกเวลา วันธรรมดาเที่ยวไม่ธรรมดา และนครสองธรรม ภายใต้ 12 เมืองต้องห้ามพลาดพลัส ซึ่งเป็นการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จังหวัดกระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ไปยังเมืองท่องเที่ยวรอง คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน และแหล่งธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ของภาคใต้ และยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยหรือรางวัลกินรีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีสื่อรายการท่องเที่ยวจากสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ นำเสนอเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช อาทิ รายการเปรี้ยวปากเช็คอิน รายการเนวิเกเตอร์ รายการเจอร์นี่เดอะ ซีรีส์ รายการเที่ยวไทย และรายการคู่เลิฟตะลอนทัวร์ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช, 2559) อีกทั้งคณะกรรมการมรดกโลกแห่งองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO) ก็ได้ลงมติให้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารได้ขึ้นบัญชีเบื้องต้น (Tentative List) เพื่อเตรียมประกาศเป็นมรดกโลกแห่งใหม่ของประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 (ฉัตรชัย ศุกระกาญจน์, 2558) ทั้งนี้ หากวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารได้รับการประกาศมรดกโลกแล้วก็จะทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวติดระดับโลกเหมือนดังเช่นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดสุโขทัย และเกิดการแวะเยือนไปท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,719,040 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 ประมาณ 10.93% รายได้ 2,988.98 ล้านบาท

บาทเพิ่มขึ้นประมาณ 9.20% โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเป็นชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 85 และชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 15 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใหญ่ คือ ชาวมาเลเซีย และรองลงมา คือ กลุ่มสแกนดิเนเวีย โดยมีจำนวนห้องพักให้บริการมากถึง 7,268 ห้อง (กรมการท่องเที่ยว, 2559) โดยสามารถดูข้อมูลจากสถิติที่กรมการท่องเที่ยวได้เก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดนครศรีธรรมราชดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้จากการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2554 – 2558

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว	รวมนักท่องเที่ยว
	ชาวไทย (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	(คน)
2554	2,362,439	15,348	2,377,787
2555	2,382,733	40,634	2,423,367
2556	2,649,303	51,291	2,700,594
2557	2,272,130	41,559	2,313,689
2558	2,520,843	44,902	2,565,745

ที่มา: ข้อมูลจาก สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอ้างอิงจากกรมการท่องเที่ยว (2559)

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

ในยุคที่ไร้พรมแดน ธุรกิจต่างๆมีความจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดภายใต้การแข่งขันและการสร้างการเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจ ทั้งนี้การเจริญเติบโตของธุรกิจจะส่งผลทางบวกกับความมั่งคั่งของธุรกิจและการพัฒนาภูมิภาค (Acs & Armington, 2006) ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความ

ตั้งใจที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตและบางส่วนต้องการให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (Davision,1989) สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัด เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างผลผลิต การจ้างงาน และเป็นธุรกิจที่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ จากการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีธุรกิจบริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 18 บริษัท ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก 55 โรงแรม ธุรกิจร้านอาหารจำนวน35 ร้าน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 16 ร้าน (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช,2558) แต่ในปัจจุบันนี้การมีส่วนร่วม และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการดูแลด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการผลิตสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ยังแยกกันอยู่อย่างชัดเจน โดยไม่ได้มีการรวมกลุ่มหรือรวมตัวกันเพื่อที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ดังนั้นในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนัง ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีส่วนในการช่วยพัฒนาผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จะต้องมีการสร้างเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการนำเสนอรูปแบบและแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากคิดรวบวมวางแผนร่วมและเรียนรู้ร่วมกัน รวมไปถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม เพื่อเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

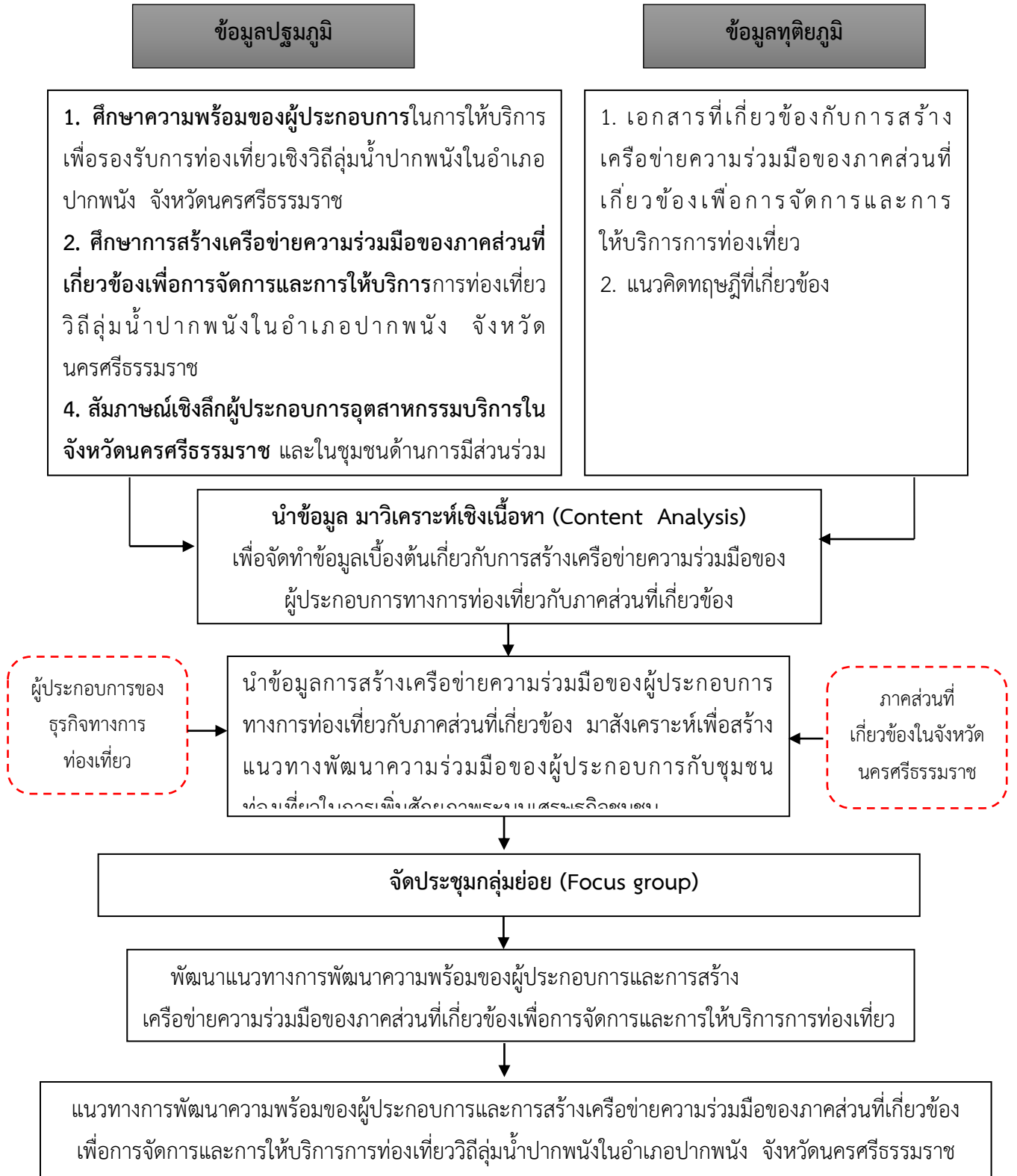
ในการศึกษาเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1) เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการ การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย



1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือหมายถึง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง โดยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีช่องทางสำหรับการติดต่อสื่อสาร มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว และร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ

2) ความพร้อมของผู้ประกอบการ หมายถึง ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการจัดการเพื่อให้บริการสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกความพร้อมของผู้ประกอบการออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการตลาด และ ด้านการบริหารจัดการ

3) ความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการการตลาด หมายถึง ความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

4) ความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการ หมายถึง ความพร้อมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการการสถานประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์และสถานที่ และด้านกระบวนการจัดการ

5) การให้บริการการท่องเที่ยว หมายถึง บริการที่ตอบสนองความต้องการให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ การให้บริการที่พัก การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และการให้บริการสินค้าที่ระลึก

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

1) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก

2) ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(สำนักงานนครศรีธรรมราช) องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่องฝั่งตะวันออก/องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่องฝั่งตะวันตก เทศบาลเมืองปากพ่อง หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คน เพื่อศึกษาความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง

2) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 70 คน ได้แก่ ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน ผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง

3) ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง

1.5.3 ระยะเวลา

เนิการวิจัยในระยะ 12 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561

1.5.4 พื้นที่วิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตพื้นที่ คือ อำเภอปากพ่อง และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5.5 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่อง ใช้แบบสัมภาษณ์และสนทนา

กลุ่มกับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชในการศึกษาการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล

การศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราชทำการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการโดยใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่า T-Test และ F-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อม ตามประเภทของธุรกิจ โดยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนบันทึกข้อมูลในแฟ้มข้อมูล การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของข้อมูลจะถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติก่อนจะวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยของความพร้อมของผู้ประกอบการ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง มีความพร้อมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง มีความพร้อมมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง มีความพร้อมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง มีความพร้อมน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง มีความพร้อมน้อยที่สุด

2. ศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

ในการศึกษาเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการ และการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช จะเป็น ประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1) สถานประกอบการธุรกิจบริการอย่างน้อย 2 สถานประกอบการ เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร หรือธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก นำแนวทางการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนไปดำเนินการก่อให้เกิดการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ชุมชน หรือนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวชุมชนไปพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

2) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำแนวทางการสร้างความร่วมมือไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาหรือปรับปรุงวิธีการดำเนินงานร่วมกันเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง

บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวความคิดของแผนงานวิจัยดังนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ตามความเข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง การเดินทางของบุคคลหนึ่งจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อน หรือติดต่อทางธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550) การท่องเที่ยวถือว่าการพักผ่อนอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการนำกิจกรรมนันทนาการเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้เดินทาง เกิดการผ่อนคลายและมีความสุขระหว่างการเดินทางไปทำกิจกรรมจากที่หนึ่ง ซึ่งหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังที่หนึ่ง ที่ถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เช่นการเดินทางไปชมสถานที่ท่องเที่ยว ไปเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือไปพักผ่อนหย่อนใจหรือใช้เวลาว่างเพื่อนำกิจกรรมทางการกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ หรือการเดินทางไปศึกษาสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ รวมถึงการเดินทางไปประชุมเพื่อการประกอบธุรกิจ หรือการเดินทางเพื่อไปร่วมกิจกรรมทางธุรกิจสาขาอาชีพต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางซึ่งมีการพัฒนามาจากรูปแบบการเดินทางเพื่อการดำรงชีพ การแสวงหาอาณานิคม การเดินทางเพื่อการพักผ่อน ดังนั้นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวจึงมีการขยายตัวเป็นธุรกิจและเติบโตเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

จากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีวิวัฒนาการมาจากการเดินทางของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่แตกต่างกัน มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของสังคมความเป็นอยู่ที่ส่งเสริมให้คนได้มีการเดินทางที่สะดวกสบายและรวดเร็วขึ้น ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และมีการให้ความหมายทางการท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางจากแหล่งที่ตนอาศัยอยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ได้มีการบังคับ

3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ต้องค์การสหประชาชาติได้กำหนดเงื่อนไขของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ ดังนี้

- การเดินทางจากแห่งอาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- การเดินทางด้วยความสมัครใจ
- เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ.1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร” ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) มีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปได้ด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพ หรือ หารายได้แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยว มีนักวิชาการและองค์การที่เกี่ยวข้อง กล่าวถึงความหมายและคำนิยามไว้หลากหลาย ซึ่งก็มีความหมายในลักษณะคล้ายคลึงกันดังนี้

การท่องเที่ยว หมายถึง การออกเดินทางเพื่อการทำกิจกรรม หรือผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 15)

กนกวรรณ ผดุงศรีแก้ว (2549, หน้า 12-13) กล่าวว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เดินทาง บริการที่ใช้ในการเดินทาง และจุดหมายปลายทาง กล่าวอีกว่า การท่องเที่ยวนั้นคือการเดินทางจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ด้วยจุดประสงค์ทางการท่องเที่ยว การพักผ่อนหรือติดต่อธุรกิจ โดยมีการพักผ่อนค้างแรม หรือไปกลับภายในวันดังกล่าว”

ชาตรี แก้วมา (2549, หน้า 11) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ในระยะใกล้หรือไกล โดยไม่มีรายได้เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนั้น ๆ และไม่ใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือไปพำนักอยู่ประจำ แต่เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์หลาย ๆ อย่าง เช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อประชุมสัมมนา หรือติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติมิตร

ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์ (2550, หน้า 20) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังที่อยู่อาศัยชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่หารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ร่วมเดินทาง (นักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือน)”

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 30-31) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ

1) ด้านการพัฒนา (Development) โดยเมื่อเกิดการเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวการพัฒนาความเจริญไปยังภูมิภาคนั้น ๆ อาทิ ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคารและร้านค้า

2) ด้านเศรษฐกิจ (Economics) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบเงินตราประเทศเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับการผลิตด้านอื่น ๆ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัวและการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดผลผลิตหมุนเวียนภายในประเทศและยังมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังเป็นการลดอัตราการว่างงานทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อประเทศในเรื่องการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมถึงรายได้ของรัฐบาลที่เพิ่มขึ้นในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

3) ด้านสังคม (Social) การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการมนุษยสัมพันธ์ของมนุษย์ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและแขกผู้มาเยือนโดยการท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างเสริมความเจริญในสังคมให้กับท้องถิ่นนั้น ประชาชนก็มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามลำดับ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและจิตสำนึกในการอนุรักษ์อีกด้วย นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยขจัดปัญหาความเปลี่ยนแปลงของชุมชนเมืองกับชุมชนชนบทและที่สำคัญยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปหรือผู้ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้ให้แก่ประเทศ สำหรับความหมายของคำว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- 6) การดำเนินงานนิทรรศการงานแสดงงานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ชุดิมา รุ่งประพันธ์ (2549, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าหมายถึง “อุตสาหกรรมที่มีการดำเนินงานในธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภทเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางตรงและทางอ้อม ซึ่งต้องใช้การบริหารธุรกิจที่ต้องมีการจัดการวางแผนขององค์กร การดำเนินการ การประเมินผล และการพัฒนา ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมาก”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 ข, หน้า 46-48) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ไม่สามารถคาดการณ์และเปลี่ยนแปลงได้เสมอทั้งยังได้กล่าวถึงลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

- 1) เป็นอุตสาหกรรมที่จับต้องไม่ได้
- 2) ไม่สามารถจัดส่งให้แก่ผู้ซื้อถึงที่ได้
- 3) ไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและจัดจำหน่าย
- 4) ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของการผลิตได้ยาก
- 5) มีลักษณะสูญเสีย
- 6) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอุปสงค์ไม่แน่นอน
- 7) เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก

จากความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าวมาในข้างต้น นั้นอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการบริการ ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับงานบริหารหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกัน 4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและ เศรษฐกิจโดยมีความสัมพันธ์โยงใยระหว่างนักท่องเที่ยว การบริการในการเดินทางท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทาง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 3 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบหลักจะมีองค์ประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยว นับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นองค์ประกอบด้านอุปทานการท่องเที่ยว (Supply) ซึ่ง ปีเตอร์ (Peter, 1969 อ้างใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540 ก) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions)

1.2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ

1.3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

1.4) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attraction

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 ก) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ วิมล โรจนพันธุ์, ประชิต สุกุณะพัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์ (2548, หน้า 73) ซึ่งได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions)

2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบด้านอุปทาน (Supply) ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่ตอบสนองความต้องการให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้ เช่นการบริการที่สำคัญได้แก่ การคมนาคม สถานที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม แหล่ง

จำหน่ายสินค้า การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ แหล่งบันเทิง และกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึง
โครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐานอื่น ๆ ด้วย

3) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นการแสดงออกของอุปสงค์
(Tourism Demand) ซึ่งมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อนหรือ
เพื่อประกอบธุรกิจต่าง ๆ อีกทั้งการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่ตัวนักท่องเที่ยวเอง หรือรวมถึงการส่งเสริมการ
ขายและพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันและกัน และความสัมพันธ
ระหว่างระบบจะเกิดขึ้นได้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการที่
เกี่ยวข้อง โดยปกติแล้วทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะใช้ไม่หมด เพราะการใช้ทรัพยากรจากการเที่ยว
นั้นจะต้องใช้ความรู้สึกในการสัมผัส โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเหล่านั้น อย่างไรก็ตามการใช้
ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลายคนอาจจะไม่ได้คำนึงถึงผลเสียหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากร
เหล่านั้น ดังนั้นจึงเกิดรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนที่จะร่วมมือกันในการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น
เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ชื่นชมนอกจากนั้นสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้สรุปองค์ประกอบ
ท่องเที่ยวไว้อย่างน้อย 6 ประเภท ดังนี้

1) ผู้มาเยือน (Visitor) หมายความรวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist)
ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืนและ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

2) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางโบราณคดี
ประวัติศาสตร์และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรม
และประเพณีต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเป็นตัวดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

3) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการ
ท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย
ประหยัดเวลาและตอบสนองความต้องการได้

4) องค์การภาครัฐซึ่งมีนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ใน
ขณะเดียวกันก็ดูแลรักษาระมัดระวังไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบหรือทำความเสียหายให้แก่
สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

5) องค์การภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลายเพื่อให้บริการและ
อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยว
อีก

6) ประชาชนในท้องถิ่นหรือในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจหรือไม่ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวจากองค์ประกอบข้างต้นทางการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีองค์ประกอบภายนอกอื่นๆที่มีส่วนช่วยในการกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว จากที่กล่าวข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการทางการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จได้ โดยมีการบริหารจัดการที่ดีเป็นระบบ เพื่อให้เป็นกลไกในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ดังกล่าวได้

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 นิยามคำว่านักท่องเที่ยวหมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของคนไปยังท้องถิ่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2542, หน้า 237)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 ข, หน้า 4) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวหมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอันเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและวัตถุประสงค์อื่น มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้สำหรับประเภทของนักท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ 3 ประเภทดังนี้

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางไปเยือนประเทศในประเทศหนึ่งและพำนักอยู่ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ไม่น้อยกว่า 1 คืนและไม่มากกว่า 60 วัน) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มิใช่ประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน หมายถึง กลุ่มผู้เดินทางเฉพาะในเขตประเทศไทย

3) นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ค้าง หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราว โดยมีเวลาพำนักในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืนนักท่องเที่ยว (Tourism) คือผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่มาเยือนและมีเหตุจูงใจในการมาเยือน โดยมีจุดประสงค์ดังนี้

- เพื่อการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬาและการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

- เพื่อจัดทำดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติการกิจที่ได้รับการมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่าง ๆ

2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำหรับแนวความคิดของการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งวัฒนธรรมที่แตกต่างที่เปลี่ยนแปลงในชุมชนซึ่งอาจจะทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้นมา จากกระแสการอนุรักษ์และความต้องการที่จะคืนสภาพความสมบูรณ์ธรรมชาติ พร้อมกับมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยวจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association: PATA) ได้มีการคิดรูปแบบการบริการที่มีความสอดคล้องกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) โดยใช้หลักแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21 ที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนซึ่งมีความหมายรวมถึงการพัฒนาที่มุ่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันชุมชนก็มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการประชุม Earth Summit เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่กรุงริโอเดอจาเนโรประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะจุดประสงค์ปลายทางจะเป็นที่ใดหรือจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็ก ทั้งในเมืองและชนบท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 ก, หน้า 6)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น “ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมด ด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็นความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต” เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ชนบททำเนียบประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยเน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, หน้า 7) ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่มีกระบวนการจัดการที่ดีและสามารถดูแล รักษา ทรัพยากรเหล่านั้นไม่ให้เสื่อมโทรม โดยการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือน และมีผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลยการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและรักษา เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกที่เปลี่ยนไปโดยมีขอบเขตการพัฒนาที่ครอบคลุมทุกส่วนของการท่องเที่ยว ดังนี้ (กฤติยา จักรสาร, 2545)

- 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำรงอยู่ได้
- 2) มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ
- 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดีคงอยู่ไม่เสื่อมคลาย
- 4) กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอต้องไม่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

จุลสารเพื่อการเผยแพร่พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคือ การบริหารการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องมีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมบูรณ์และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ทำให้เกิดผลกระทบกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของธรรมชาติ

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นมีการปกป้องและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542; พงนาสวนศรี, 2539 และภราเดช พยัคฆวิเชียร, 2538) ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมี

องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Economics Sustainability)
 - 1.1) การเติบโตทางเศรษฐกิจต้องมีการบริหารจัดการที่ดี หากมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจะทำให้การรองรับของนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนไม่เพียงพอ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการ แรงงาน ซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจ และไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยว อาจทำให้เศรษฐกิจตกต่ำได้
 - 1.2) การเติบโตของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้คนหันมาประกอบอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เช่น อาชีพมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยวทำให้ผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาคอื่น ๆ เช่น ภาคการเกษตร การกสิกรรม การอุตสาหกรรม

1.3) การเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวต้องอาศัยแรงงานที่มีประสิทธิภาพและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจึงทำให้เกิดการรั่วไหลของประชากรที่อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจได้

2) ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social Sustainability)

2.1) การหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาอย่างรวดเร็วทำให้ท้องถิ่นเหล่านั้นอาจจะสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้

2.2) การใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีกำลังสูงกว่าคนในท้องถิ่น การใช้ชีวิตที่หรูหราหรืออย่างอิสระเบรี ซึ่งทะลักเข้าสู่ชุมชนหนึ่ง ๆ อาจกลายเป็นแรงจูงใจให้คนในท้องถิ่นหลงใหลมัวเมาต่อทรัพย์สินเงินทองหรือความร่ำรวยที่หาได้ง่าย ๆ ให้เกิดปัญหาสังคมติดตามมา

2.3) อาชีพขายบริการทางเพศทั้งชายหญิง การขายยาเสพติด การละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อาจนำไปสู่ความถล่มทลายทางโครงสร้างทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งมีผลทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวว่าเป็นตัวการทำให้สังคมเสื่อม ซึ่งบางครั้งอาจจะสะท้อนออกมาในรูปของการกระทำที่รุนแรงต่อนักท่องเที่ยว

3) ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

3.1) การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุม อาจกลายเป็นสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นคุณค่าหรือความเป็นตัวตนกำเนิดของกิจกรรมท่องเที่ยวนั้น ๆ เสียเอง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากเกินไป ทำให้เกิดความแออัด ความสกปรก เป็นต้น

3.2) การเร่งรัดพัฒนาโดยใช้เทคนิคก่อสร้างที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการพังทลายอย่างถาวรของหน้าดิน หาดทราย ชายทะเล การสูญเสียสภาพภูมิทัศน์

3.3) การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างในตำแหน่งที่ผิดพลาด อาจทำให้วงจรทางธรรมชาติเกิดความแปรปรวน

3.4) การเก็บเอาพื้นที่ไม่ไปจากพื้นที่ อาจทำลายระบบนิเวศวิทยาที่เปราะบางของพื้นที่บางแห่ง

3.5) กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เกิดปริมาณของเสียอย่างมหาศาลเช่น ของเสีย น้ำเสีย อาหารเหลือ ขยะ ฯลฯ ทำให้มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากมาย สำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) นั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายไว้ว่า “หมายถึง การท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต” โดย

1) ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน
ชนบทรรมนิยมประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว

2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน คำนึงถึง
ชนบทรรมนิยมประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่
เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

4) ต้องชี้แนะภายใต้ความต้องการของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนใน
พื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ 2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแก้ปัญหาและ
ฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศได้เนื่องจาก

1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
จากตัวนักท่องเที่ยวเองที่มีความต้องการที่จะท่องเที่ยว ทำให้มีรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างมากมาย
ซึ่งถือเป็นการแก้ปัญหาดุลการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการจ้างงานและก่อให้เกิด
กิจกรรมเชิงเศรษฐกิจขึ้นมากมายเช่น การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การบริการขนส่ง การประกันภัย
บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรมที่พัก งานดูแลบำรุงรักษา งานรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดย
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงดูแลให้สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยว
เข้ามาเที่ยวกันมากขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างรายได้ของคนในท้องถิ่น

4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องแก่คน
ท้องถิ่น เช่น การผลิตผลผลิตทางการเกษตร การขายอาหาร การขายของที่ระลึก การบริการที่พัก การนำ
เที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่น

5) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทำให้นักท่องเที่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเหลือ
เก็บไว้ใช้ได้ยาวนาน

เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม จึงไม่ทำลาย
ธรรมชาติทรัพยากรธรรมชาติจึงยังคงความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริงและชุมชนในท้องถิ่นก็ยังคงอนุรักษ์
วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นไว้ได้

2.2 หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาและได้รับความสนับสนุนจาก คณะกรรมาธิการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืนคือ จะต้องมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างยืนยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่สำคัญดังนี้

- 1) จะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลา ยาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น
 - 2) ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
 - 3) มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว ตั้งอยู่เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
 - 4) มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม
 - 5) มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง
- การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการสำคัญอยู่ 4 ประการ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ หมายถึง การท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้ สามารถจัดความจนและความลำบากเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หรือแม้แต่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรจะมีวิธีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย เช่น การจัดการด้านการโรงแรมจะต้องรวมค่าใช้จ่ายในการบำบัดน้ำเสีย และการลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในบริเวณข้างเคียงด้วย

- 2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางสังคม หมายถึง การท่องเที่ยวต้องสนับสนุนให้ประชาชนไม่ใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและอยู่ในขีดจำกัดของทรัพยากรนั้น ๆ

ที่จะรองรับได้ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการนำของเสียกลับมาใช้อีกเพื่อเป็นการประหยัด และการสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวต้องมั่นคงยาวนาน และต้องนำไปสู่การกระจายผลประโยชน์ในสังคมอย่างเป็นธรรม

3) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ต้องสนับสนุนการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจแก่ชุมชนและไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ต่อชุมชน รวมทั้งเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอันดีกับคนรุ่นหลังต่อไป

4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การท่องเที่ยวต้องมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและชาญฉลาดที่สุด มีการบำรุงรักษาและใช้งานที่อยู่ในขอบเขตหากใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจนหมดสิ้นไป หรือใช้จนเสื่อมโทรมอาจทำให้คนรุ่นหลังขาดโอกาสในการใช้ประโยชน์ต่อไป

หลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังกล่าวมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขอบเขตของการพัฒนาในลักษณะ ต่อไปนี้

- 1) การท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้
- 2) มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ
- 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย
- 4) กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ
- 5) ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมจะต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด

หลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของ เซอร์ลี (Shirley, 1992)

1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ดูแล รับผิดชอบการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เพียงพอประหยัดและมีประสิทธิภาพอย่างที่สุด อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นที่มีปัจจัยสำคัญประกอบอยู่ด้วย การพัฒนานั้นยังต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ให้มากที่สุดและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมสามารถทำให้อุตสาหกรรมนี้ยืนยาวได้

2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น กับลดการก่อของเสีย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพหรืออาจจะหาทรัพยากรที่มีความเหมือนกันมาใช้ทดแทนกันได้ เพื่อเป็นการลดการใช้

ทรัพยากรที่อาจจะหมดสิ้นไป เช่น การใช้คอนกรีตแทนไม้ในการสร้างบ้าน เป็นต้น ส่วนการลดการก่อของเสีย เช่น ขยะต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยกประเภทขยะ

2.1) ขยะแห้งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

2.2) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักปุ๋ยสามารถนำไปใช้เป็นปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาต้องมีการวางแผนที่สามารถขยายฐานการท่องเที่ยว โดยรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมไว้ โดย

3.1) การเพิ่มคุณค่า เช่น แหล่งท่องเที่ยวรดน้ำตัก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก ฝีเสื้อหรือป็นหน้าผา หรือหมู่บ้านวัฒนธรรมและแหล่งโบราณคดีอาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัว การทำเส้นทางจักรยานให้นั่งท่องเที่ยวชมรอบหมู่บ้าน เป็นต้น

3.2) การเพิ่มมาตรฐานการบริการ เช่น การส่งบุคลากรไปอบรมด้านต่าง ๆ เช่น ภาษาอังกฤษ มัคคุเทศก์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำตามแผนที่วางไว้ แต่จะต้องประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาควบคู่กันด้วย อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต. และเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนาในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพมากขึ้น

5) ต้องใช้การท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจของท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อสรรหาทรัพยากรที่โดดเด่นของท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ได้เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เช่น การหาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ ๆ ในแต่ละตำบลตามนโยบาย “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์” ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายฐานเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

6) การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น ร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือ

เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกจากนั้นยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7) หมั่นประชุม หรือปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่

7.1) ชุมชนในพื้นที่

7.2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

7.3) กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว

7.4) สถาบันการศึกษา

7.5) สถาบันการศาสนา

7.6) หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่

การประชุมปรึกษาหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยอาจจะมีการจัดประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อผิดพลาดมาแก้ไขให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดช่องว่างและข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ เช่น การกำหนดค่าบริการเรือโดยสารที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน

8) การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ โดยจัดให้มีการอบรม การส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบผลสำเร็จ จะทำให้บุคลากรมีความรู้หรือแนวทางในการปฏิบัติมากขึ้น นับว่าเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร อีกทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การอบรมนักสื่อความหมายด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

9) จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ ให้พร้อมและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อความสะดวกในการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน หรืออาจจะทำให้อยู่ในรูปของสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว หรือวีดีโอแนะนำ เป็นต้น

10) ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดย

10.1) การสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง

10.2) การสอบถามความเห็นด้วยใบประเมินผล

10.3) การวิจัยตลาดการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบผลของการบริการ และนำมาปรับปรุงแก้ไขการจัดการ และการบริการให้มีประสิทธิภาพจากหลักของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และหลักการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเห็นได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยว กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และถูกนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องถูกนำมาใช้อย่างชาญฉลาด ต้องทำการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย เพื่อให้บรรลุหลักของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 4 ประการที่กล่าวมาข้างต้นภาพเพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Sustainable Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ที่กำหนดทิศทางในการจัดการโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนรู้และชุมชน โดยมองว่าการท่องเที่ยวสามารถครอบคลุมทั้ง 5 ด้านพร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นผู้ดูแลจัดการ

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนักวิชาการหลายภาคส่วนได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2540)

3.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีการผลิตที่พึ่งมาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์

2) ด้านองค์กรชุมชน มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย รู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3) ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในวิถี ชีวิตและ

วัฒนธรรมที่แตกต่าง จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับคนในชุมชน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

4) ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสารสนเทศสร้างกับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีการจัดการซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชาวบ้านอีกทั้งยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

ซูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล (2544) กล่าวถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกและของภูมิภาค ซึ่งหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เทศกาลประเพณี การนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร ท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลายประเทศนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จมีรูปแบบดังนี้

1) การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) เช่น สินค้าหัตถกรรมอาหารประจำวัน

2) กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows) เช่น การพ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้านการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน

3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการปักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งมีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทั้ง ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมวิถีชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดการยั่งยืนสู่ชนรุ่นหลังและเกิดประโยชน์สูงสุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

3.2 หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองว่าชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา จนทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเข้ามามีส่วนร่วม เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรมีหลักการร่วมกันดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพิจารณาถึงสภาพของปัญหา ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น แล้วชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
- 2) สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการ คิด การวางแผน การทำกิจกรรม ติดตามประเมินผลเรียนรู้และรับประโยชน์ร่วมกัน
- 3) ชุมชนต้องการรวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม หรือองค์กร องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.)ก็ได้ เพื่อเป็นตัวแทนในการทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมด และดำเนินการทางด้าน การกำหนดทิศทางและนโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชน
- 4) รูปแบบ เนื้อหา และกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมืองสังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ
- 5) มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมกันจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับการดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
- 6) ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางกระบวนการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม
- 7) การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีข้อตกลงร่วมกันภายในชุมชน เช่น ความสะอาดความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ
- 8) รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนนำไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน
- 9) การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน
- 10) องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะ เป็นไป

ได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมติของชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหากชุมชนมีความพร้อมและมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามามีบทบาทจัดการการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นการผนึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป ดังที่ พงณา สวนศรี (2546, หน้า 185-188) ได้กล่าวไว้ว่า วิสัยทัศน์ มีชุมชนหลายแห่งที่ตัดสินใจเปิดการท่องเที่ยวภายในชุมชนขึ้นและมีการบริหาร จัดการโดยชุมชนเอง มีรูปแบบการมองวิสัยทัศน์ 3 รูปแบบดังนี้

1) มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับคนภายนอกให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสภาพปัญหาชุมชนที่ประสบอยู่ และหวังว่าจะได้เพื่อนที่เข้าใจร่วมแก้ไขปัญหาดัง ๆ ร่วมกัน อันเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น

2) การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จำเป็นที่ชุมชนต้องรวมตัวกันเข้ามามีการจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกาของชุมชน การจัดระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ผู้คนที่เกี่ยวข้องและผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ทั้งเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินไปขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้

3) การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม โดยมองที่รายได้เป็นเพียงแค่ผลพลอยได้จากกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบนี้มีพื้นฐานการคิดจากชุมชนเอง ที่มีความภูมิใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเองที่พร้อมจะสื่อต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด นอกจากนั้นแล้วชุมชนเองยังต้องการความเข้าใจ ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวในเคารพในกฎกติกาที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมาจากการกำหนดจากวิสัยทัศน์ที่จัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความชัดเจนขึ้น โดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักอยู่ 4 ประการด้วยกัน คือ

1) เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่นๆที่ต้องเอื้อ

อำนวยความสะดวกต่อการกันและกันได้ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชนชาวประมงพื้นบ้านนักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของประมงขนาดเล็กที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งด้วย

2) เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้ชุมชนโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เข้าใจให้คุณค่า ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้นคืนสภาพได้ในระยะต่อไป

3) เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่เผชิญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบเดิมให้เข้ามีส่วนร่วมจัดการลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็นระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

4) เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณชนภายนอกจะเห็นได้ว่าในมิติของชุมชนไม่ได้มองเรื่องรายได้เป็นเรื่องหลัก ผิดกับในระดับนโยบายการท่องเที่ยวมักจะทำให้ความสำคัญเรื่องรายได้เป็นอันดับแรก หากเอาคุณค่า วิธีคิดที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในสังคมไทย อันได้แก่ การมีน้ำใจ ความเอื้ออารี ประกอบกับการมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติความรักในศิลปวัฒนธรรม อันเป็นทุนทางสังคมของคนไทย ก็จะทำให้การริเริ่มและมองการท่องเที่ยวได้ถูกทิศทางยิ่งขึ้น

3.3 การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการมีส่วนร่วมของคนเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งบุคคลภายในหรือบุคคลภายนอก ดังนั้นผู้นำชุมชนจะต้องมี ทักษะมีความรู้ในการจัดการอย่างดี เพราะผู้นำชุมชนจะต้องมีความสามารถคาดการณ์ และประเมินว่า “วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็น จากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุปด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบการประเมินอยู่ 7 ประการด้วยกัน” คือ

1) ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน จะต้องสามารถคิดวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ภายนอกและสภาพปัญหาของชุมชน เพื่อที่จะหาแนวทางที่สามารถแก้ไขได้ถูกต้องและชัดเจน แล้วจะได้กำหนดวัตถุประสงค์และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้

2) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งหมด เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิทธิของชุมชน ว่าคนในชุมชนเห็นด้วยหรือไม่อย่างไรในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมชุมชนที่มีต่อการเปิดหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และจะต้องมีวิธีรับมือกับผลกระทบหรือสิ่งที่จะตามมาอย่างไร ด้วยวิธีการใด ใครเป็นผู้เกี่ยวข้องบ้าง และใครมีบทบาทหน้าที่อย่างไร

3) ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

4) พิจารณาหาเอกลักษณ์โดดเด่นของท้องถิ่น หรือของดีของชุมชน เพื่อทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับชุมชน

5) เพิ่มความพร้อมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของการท่องเที่ยว อาทิ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะต้องไม่อยู่กับแกนนำของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแต่ต้องมีการกระจายอย่างทั่วถึง

6) การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปด้วย

7) ประสบการณ์และทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะต้องบูรณาการทั้งความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ เพื่อความเหมาะสมของการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่นั้นๆ

3.4 การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนงานที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน ซึ่งไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายเพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวสามารถกำหนด สินค้า และ บริการ ได้ตามความต้องการ จึงทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนก็จะนำ

วัฒนธรรมติดตัวมาด้วยนั่นเอง นับว่าเป็นดาบสองคมที่มีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการจะใช้พัฒนาอย่างไรก็ตาม ก่อนที่ชุมชนจะเปิดหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว ชุมชนจะต้องรู้ว่า ตัวชุมชนเองมีศักยภาพมากแค่ไหนที่จะรองรับนักท่องเที่ยว หากเปิดแล้วจะมีการจัดการหรือรับมืออย่างไรสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น หากมีการรับมือที่ดีก็จะทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการการทำงานตามที่ พงณา สนวนศรี (2546, หน้า 189-190) ไว้ดังนี้

1) ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนพิจารณาด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมิเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มที่สนใจ

2) ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการดึงกลุ่มที่สนใจหรือผู้ที่สนใจด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มอนุรักษ์ เป็นต้น

3) ขั้นที่ 3 ศึกษาเกี่ยวกับชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อดังนี้

3.1) การสำรวจทางกายภาพ

3.1.1) ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)

3.1.2) แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือนทรัพยากรคนสร้างและทรัพยากรธรรมชาติ)

3.1.3) ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน

3.1.4) ศึกษาความสัมพันธ์ของคนในชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรในการท่องเที่ยว

3.1.5) ศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชนซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาศึกษาหาข้อจำกัดและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกัน

4) ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ขั้นตอนดังกล่าวสามารถทำให้ชุมชนมองเห็นด้านต่าง ๆ และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุดอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็เป็นได้

5) ขั้นที่ 5 ร่วมกันแก้ไขจุดอ่อน และพัฒนาศักยภาพ อาทิ

5.1) รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน ชุมชนบางแห่งมีความโดดเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกัน ก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป

5.2) ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง กับระบบนิเวศของท้องถิ่นโดยไม่ทำลายระบบนิเวศดังกล่าว เช่น การปรับเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น

5.3) มีการปรับปรุงแหล่งที่อยู่พักนอนและความสะอาดภายในชุมชน เพื่อให้เป็นมาตรฐานที่ตกลงร่วมกัน โดยมีการตรวจสอบของคณะกรรมการชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

5.4) มีการฝึกอบรมบุคลากรเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งจะให้เห็นความสามารถของคนในชุมชน อีกทั้งขีดความสามารถของพื้นที่และกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน

6) ชั้นที่ 6 วางรูปแบบการจัดการ จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรือใช้องค์กรเดิมแต่มีการเพิ่มหน้าที่และมีการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคาการแบ่งปันผลประโยชน์สู่ชุมชนและชาวบ้าน โดยอาจจะเป็นการสร้างภักดี เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

7) ชั้นที่ 7 มีการติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการรับรู้และช่วยเหลือการให้ข้อมูล

8) ชั้นที่ 8 มีการทดลองในการดำเนินการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชนโดยการเชิญบุคคลที่มีความรู้หรือประสบการณ์ตรงในการท่องเที่ยว โดยมีชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นและมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อไปปรับใช้ในอนาคต

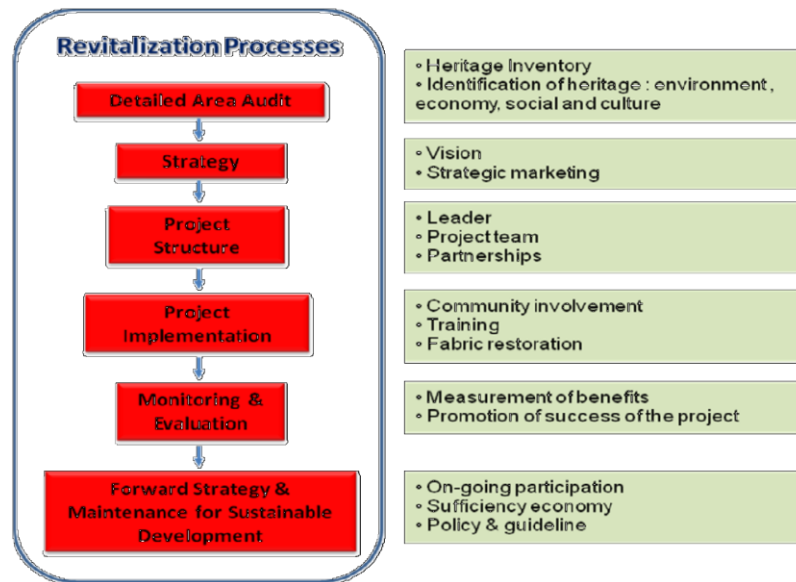
9) ชั้นที่ 9 ประเมินผล การประเมินผล อาจแยกออกมาเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วง ๆ ทุก ๆ 3-6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

10) ชั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

10.1) การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย

10.2) การศึกษาดูงาน ผู้นำองค์กรที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจจะมีการศึกษาดูงานของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาปรับใช้ในชุมชนของตัวเองในการจัดการท่องเที่ยว

กระบวนการทั้ง 10 ขั้นตอนอาจจะเหมือนกับการทำงานปกติ แต่สิ่งที่ยากและท้าทายอย่างมากคือ เรื่องการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ชาวบ้านไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้หรือไม่แต่ละคำถามแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการปลุกกระตมของคนในท้องถิ่นให้รู้จักท้องถิ่นของตนเอง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น การท่องเที่ยวในชุมชนก็จะเกิดความชัดเจนมากขึ้น โดยศึกษาจากโมเดลข้างต้นนี้



ภาพที่ 2.1 : โมเดลกระบวนการฟื้นฟูตลาดเก่าในประเทศไทย

ที่มา : ภูเกริก บัวสอน. (2553). การรื้อฟื้นตลาดเก่าในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

4. ทฤษฎีของผู้ประกอบการ

4.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ เดิมมาจากภาษาฝรั่งเศสว่า Entrepreneur ซึ่งใช้ตั้งแต่ศตวรรษที่ 12 หมายความว่า Do something without Any Economic Connotation และในอังกฤษในช่วงศตวรรษที่ 14 คำว่า ผู้ประกอบการ ใช้คำว่า Adventurer and Undertaker และต่อมาก็ใช้คำว่า Projector และ Contractor ซึ่งคำกล่าวนั้นหมายถึง คนที่มีหน้าที่และคุณลักษณะที่มีประสบการณ์ที่ท้าทายเสี่ยงในการทำงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (นิรนาม, มปป:5)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ตามความหมายของ Webster's New World Dictionary of American Language หมายถึงบุคคลที่จัดตั้งองค์การดำเนินธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังผลกำไร

ผู้ประกอบการ หมายถึงผู้ที่ริเริ่มและดำเนินกิจการด้วยตนเอง (दनัย, 2532) 7 ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบในธุรกิจและบริหารดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณะชนความสำเร็จทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมากมาจากพลังและการประดิษฐ์คิดค้นของผู้ประกอบการที่ดำเนินงานอยู่ในสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจเอกชน (มุสดี , 2540:29)

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา และคอยประคับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นมีการเจริญเติบโต (วินิจ, 2529 : 20 อ้างถึงใน ฤทธิ์ตันติพนารัตน์, 2543: 9)

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งและบริหารวิสาหกิจของตนเองโดยมีอิสระและความเสี่ยงในการประกอบการ รวมทั้งโอกาสในการทำกำไรจากวิสาหกิจนั้น (ชูชัยสมิทธิไกร, 2548: 257)

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้จัดตั้งองค์การเป็นเจ้าของ บริหารงานและยอมรับความเสี่ยงทางธุรกิจ(Hodgetts and Kuratko, 1986)

ผู้ประกอบการ คือบุคคลที่มองเห็นโอกาสและสามารถนำทรัพยากรที่มีจำกัดมาสร้างสรรค์หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อจุดประสงค์ในการขายสินค้าและบริการ โดยจัดตั้งองค์กรขึ้นมาและบริหารธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไรในระยะยาวรวมทั้งประคับประคองธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นให้มีการเจริญเติบโต ผู้ประกอบการจะเป็นเจ้าของกิจการมีอำนาจในการตัดสินใจและ มีบทบาทในการเป็นผู้นำขององค์กร(Jones and George, 2003:659)

ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึงผู้ที่ริเริ่มและพร้อมที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการโดยใช้ปัจจัยการผลิตทั้งหลาย ผสมผสานกับสติปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์และหลักการบริหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง

4.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ

Susbauer (1969) พบว่าแรงจูงใจมีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันให้ผู้ประกอบการออกจากสภาพการณ์เป็นลูกจ้างในกิจการของผู้อื่น และเป็นแรงกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการก่อตั้งสถานธุรกิจของตนเอง ขณะที่Rissal (1988) พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการที่สามารถใช้เป็นการอ้าวงในการดำเนินอาชีพการประกอบการนอกจากนี้ยังมีทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการอีกดังนี้

4.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow

Maslow (Maslow, 1970) ได้มีแนวคิดในการจัดลำดับขั้นของการจูงใจตามความต้องการและสัญชาตญาณของมนุษย์โดยได้คิดว่า ความต้องการและสัญชาตญาณของมนุษย์แปรเปลี่ยนไปตามอิทธิพลต่าง ๆ ที่เกิดจากพฤติกรรมของแต่ละบุคคลและช่วงเวลาของชีวิตในแต่ละช่วง กระบวนการความต้องการของ Maslow เป็นลักษณะของกระบวนการที่เป็น Dynamic เขาเชื่อว่าเมื่อบุคคลได้รับสนองความพึงพอใจของความต้องการในลำดับล่างแล้วบุคคลก็จะค้นหาความพึงพอใจในลำดับที่สูงขึ้นไปตามลำดับชุดความต้องการชุดความต้องการในระดับล่างจะมีอำนาจและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่าชุดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไปบุคคลจะไม่สนใจชุดของความต้องการในลำดับที่สูงกว่าจนกระทั่งบุคคลสามารถสนองชุดความต้องการลำดับที่ต่ำกว่าในบางส่วนเป็นอย่างน้อยแต่ก็มีบุคคลบางคนที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีนี้ซึ่งก็มีค่อนข้างน้อยมากและเกิดขึ้นเฉพาะบุคคลที่มีบทบาทที่พิเศษ

4.4 ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland

McClelland (ฤทธิ์, 2543:12) ได้สรุปแรงจูงใจทางจิตวิทยาสังคมที่มีผล ต่อการทำงาน มี3 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motivation: nAff) หรือความต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น คือความต้องการของบุคคลที่จะมีความสัมพันธ์อันดีกับคนอื่น ๆ เพื่อนร่วมงานคำนึงถึงการทำงานโดยตรงบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะประสบความสำเร็จในการทำงานได้นั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนฝูง พวกเขาต้องและถ้าให้เลือกร่วมงานก็จะเลือกเพื่อนมากกว่าผู้เชี่ยวชาญ

2. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motivation: nPow) หรือความต้องการมีอำนาจบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะใช้เผด็จการต่อบุคคลอื่นมีความต้องการอย่างรุนแรงที่จะมีอำนาจเหนือและต้องการใช้อำนาจควบคุมถ้าหัวหน้ามีแรงจูงใจประเภทนี้จะไม่ฟังเสียงคนงานหรือเพื่อนร่วมงานเลย

3. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation: nAch) หรือความต้องการสัมฤทธิ์ผลคือ แรงจูงใจที่ได้รับการกล่าวขวัญมากในวงการธุรกิจ เพราะ McClelland ได้สรุปว่านักธุรกิจและนักลงทุนที่ติดอันดับโลกนั้นมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูงแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์คือแรงจูงใจที่บุคคลหนึ่งต้องการกระทำให้สิ่งหนึ่งให้มีมาตรฐานที่ดีที่สุด (Standard of Excellence) ต้องการมีความภาคภูมิใจในตนเอง แข่งขันกับตนเองพยายามปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น ต้องการประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในงานที่ยากและท้าทายคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเป็นคนที่มีเหตุผล มีภาวะในการเสี่ยงในระดับที่เป็นไปได้รู้จักใช้วิจารณ์อย่างรอบคอบถ้าให้เลือกบุคคลที่มาร่วมงานด้วยคนพวกนี้จะเลือกผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีความสามารถมากกว่าเลือกเพื่อน และบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะทำงานเพื่องาน

4.5 ความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement)

แรงจูงใจภายใน ที่ได้รับการสนใจมากที่สุดจากนักวิทยาศาสตร์คือความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ คือ บุคคลที่จะทำในสิ่งต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานดีที่สุดต้องการมีความภูมิใจในความสามารถของตน ต้องการประสบความสำเร็จในงานที่ยากความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์อาจจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น นักฟุตบอลฝึกเท้ายอดเยี่ยมก็ยิงฝึกเพื่อจะให้ดีขึ้นอีกศิลปินอาจฝึกแล้วฝึกอีกก็เพื่อทำให้ดีที่สุดใน อย่างไรก็ตามในการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์นั้นนักจิตวิทยามักจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์กับพฤติกรรมทางธุรกิจ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูงนั้นจะเป็นบุคคลที่ทำงานได้ดีกว่า

McClelland (1961) ได้แสดงให้เห็นว่าการอบรมเลี้ยงดูเด็กนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะกำหนดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จากที่เขาสังเกตเด็กอายุตั้งแต่ 5 ขวบและพบว่าความแตกต่างของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสัมพันธ์กับการฝึกรูปแบบให้เด็กเป็นอิสระมาตั้งแต่เล็ก ๆ พ่อแม่ยังตั้งความคาดหวังให้ลูกมีความสามารถและมีอิสระสูงและขณะเดียวกันแม่ให้รางวัลและแสดงความรัก (โดยเฉพาะเด็กผู้ชาย) ลูกจะมีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูงด้วยการวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นส่วนมากนักวิจัยจะใช้วัดโดยใช้เขียนเรื่องสั้นจากรูปภาพที่ให้อ่าน ตัวอย่างเช่น รูปผู้ชายสองคน กำลังทำงานในโรงงานหรือรูปเด็กผู้ชายนั่งอยู่ที่โต๊ะมีหนังสือวางอยู่ข้างหน้า เขานั่งในลักษณะใจลอยผู้ถูกทดสอบจะเขียนเรื่องสั้นจากภาพโดยใช้เวลาประมาณ 5 นาที โดยมีคำถามนำ เช่นรูปภาพนี้เกี่ยวกับอะไร บุคคลในภาพกำลังทำ

อะไร เหตุการณ์อะไรเกิดในอดีตและอะไรจะเกิดขึ้นในอนาคต และเขาจะอย่างไรถ้าผู้ถูกทดสอบเขียนเรื่องเกี่ยวกับจินตนาการสร้างสรรค์ เช่นภาพที่เราเห็นว่าบุคคลนั่งฝึนนั่งเขาเขียนว่า บุคคลกำลังนั่งคิดสูตรวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์หรือคิดเพื่อจะผลิตเครื่องจักรบางสิ่งบางอย่างแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูง

ผลงานของ McClelland แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นถ้ามีในบุคคลในสังคมจะเกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสังคมนั้นเขาได้วิเคราะห์หนังสืออ่าน เด็กเริ่มเรียนของเด็ก ๆ และพบว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสัมพันธ์กับจินตนาการใฝ่สัมฤทธิ์ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือของเด็กเริ่มเรียนของแต่ละสังคม McClelland และคณะได้พยายามจัดฝึกอบรมผู้จัดการและผู้บริหารในประเทศด้อยพัฒนา เช่น ประเทศอินเดียและประเทศเม็กซิโก เพื่อยกระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของบุคคลระดับประเทศนั้น ๆ และปรากฏว่าได้ผลพอสมควร 11 จากการฝึกครั้งนั้นทำให้บุคคลที่ได้รับการฝึกมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงขึ้นและหันมาประกอบอาชีพทางธุรกิจหรือการลงทุนมากขึ้น

จากการศึกษาของ McClelland สรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึงความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ โดยพยายามแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยมซึ่งความต้องการในลักษณะนี้ไม่ได้แสดงออกโดยตรงในลักษณะภายนอกโดยการก้าวร้าวลักษณะอีกอย่างหนึ่งของการแสดงออกของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์คือการวางแผนโครงการในระยะยาว ซึ่งสัมพันธ์กับความต้องการความสำเร็จ

การวิจัยของ McClelland ทำให้เขาเชื่อว่าความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจพิเศษเฉพาะของมนุษย์ซึ่งแตกต่างไปจากแรงจูงใจอื่น ๆ ความสำคัญของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ก็คือสามารถแยกออกมาเดี่ยวๆ ได้และสามารถกำหนดหรือประเมินกลุ่มได้เช่นเดียวกัน McClelland และนักเศรษฐศาสตร์ รวมถึงนักสังคมวิทยาหลายท่านมีความเห็นว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะเป็นผู้ทำให้กำลังการผลิตสูงขึ้น McClelland ได้ตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ที่มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูงได้พบข้อเท็จจริงดังต่อไปนี้

1. มีความกล้าพอสมควร ในกรณีที่ต้องใช้ความสามารถไม่ใช่อาศัยโชคมีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยวมักไม่พอใจกระทำในสิ่งที่ยาก ๆ จะเลือกทำสิ่งที่ยากพอสมควรเพราะเชื่อในความสามารถของตนเอง
2. ชอบแข่งขัน และหรือกระทำการแปลกใหม่จะมานะพากเพียรก็ต่อเมื่อสิ่งทีกระทำนั้นมีความท้าทาย

3. มีความรับผิดชอบในตนเอง มักพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อความพอใจของตนเอง มิใช่หวังเพื่อหวังให้คนอื่นยกย่องชอบมีเสรีภาพพอสมควรในการที่จะทำหรือคิดอะไรเอง
4. ต้องการทราบให้แน่ชัดว่าการตัดสินใจของตนมีผลอย่างไรและพยายามทำให้ดีกว่าเดิมอีกเพื่อให้ทราบแน่ชัดว่าการกระทำของตนยังเกิดผลประการใด
5. มีการคาดการณ์ล่วงหน้ามีแผนการระยะยาวเล็งเห็นการณ์ไกล
6. มีความสันทัดในการจัดระบบงาน ซึ่ง McClelland อ้างถึงการค้นคว้าของ French ว่าในการเลือกผู้ร่วมคิดแก้ไขปัญหานั้นผู้ที่มีความต้องการผลสัมฤทธิ์สูงมักจะเลือกผู้ที่มีความสามารถในการทำงานนั้นมากกว่าที่จะเลือกเพื่อนฝูง หรือผู้ที่มีคุณสมบัติอย่างอื่น

4.6 กระบวนการที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการ

เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เน้นกระบวนการซึ่งกิจกรรม ที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการมีปัจจัยดังต่อไปนี้และความคิดริเริ่ม เป็นความคิดส่วนตัวหรือแบบกลุ่มการจัดวางองค์การการแบ่งปันทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อจัดตั้งองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์การบริหารผู้ประกอบการเป็นผู้ควบคุมดูแลกิจการและจัดการองค์การความเป็นอิสระภาพผู้ประกอบการเป็นผู้รับผลของความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การต่าง ๆ สิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แก่โอกาส ทรัพยากรคู่แข่ง เป็นต้น

(1) ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ 5 ประการ

(1.1) ความต้องการความสำเร็จและความต้องการอิสระ

McClelland (1961) ต้องการที่จะศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่ก่อให้เกิดบุคลิกภาพของการเป็นผู้ประกอบการโดยที่เน้นตัวแปรที่เกี่ยวกับการจูงใจ คือความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ (Need for Achievement) พบว่า ผู้ประกอบการจะมีแรงจูงใจต่อความสำเร็จสูงและต้องการประสบความสำเร็จมากกว่าเงินความต้องการความสำเร็จคือแรงจูงใจที่บุคคลหนึ่งต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้มีมาตรฐานที่ดีที่สุด (standard of excellence) ต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง แข่งขันกับตนเอง อย่างไรก็ตาม McClelland ได้พยายามอธิบายการสร้างความเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอิทธิพลมาจากการขัดเกลาทางสังคมจากครอบครัว (Family Socialization) และเห็นว่าเป็นเรื่องของการจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) มากกว่าต้องการเงิน

ฤทธิ (2543) กล่าวว่า ในการศึกษาแรงจูงใจเพื่อความสำเร็จของ David C. McClelland ได้ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการความสำเร็จและกิจกรรมการประกอบการจากการศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการมีความต้องการความสำเร็จสูงกว่าคนทั่วไป ความต้องการอิสระ สามารถอธิบายได้คือลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับการควบคุมชอบที่จะ

ทำงานด้วยตนเองมากกว่าที่จะให้ผู้อื่นมาออกคำสั่ง ชอบที่จะเลือกวิถีทางของตนเองมั่นใจในความสามารถของตนเองปฏิบัติตามการตัดสินใจของตนเองมากกว่าการขอคำแนะนำจากผู้อื่น (Shepherd, 1997 อ้างถึงใน 19 Wilailak, 2004: 11) Longenecker (2003) กล่าวว่าความรู้สึกเป็นอิสระเป็นผลรางวัลตอบแทนของผู้ประกอบการ จากผลการศึกษาเจ้าของกิจการขนาดย่อมชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความต้องการอิสระคือร้อยละ 38 ของคนที่ออกจากการทำงานบริษัทมาเป็นเจ้าของธุรกิจให้เหตุผลในการออกจากงานคือต้องการที่จะเป็นนายตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ประกอบการที่ต้องการตัดสินใจต่าง ๆ ด้วยตนเอง

(1.2) ตำแหน่งการควบคุม

ตำแหน่งการควบคุม อธิบายได้ว่าเป็นขอบเขตซึ่งบุคคลรู้สึกที่สามารถควบคุมชีวิตตนเองโดยมุ่งที่ความสำคัญภายในและภายนอกโดยบุคคลมีความคิดเกี่ยวกับการควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยตนเองโดยใช้การควบคุมจากภายในตนเอง หรือการใช้อิทธิพลจากภายนอก เช่นตำแหน่งการควบคุมภายใน (Internal Locus of Control) บุคคลเชื่อว่าจะสามารถควบคุมชีวิตตนเองมากกว่าเรื่องโชคชะตา หรือเคราะห์กรรมได้แต่ตำแหน่งการควบคุมภายนอก (External Locus of Control) บุคคลเชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเองอยู่เหนือการควบคุมเนื่องจากถูกกำหนดหรือควบคุมจากสภาพแวดล้อมภายนอก (รังสรรค์, 2548)

มีนักวิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง Locus of Control กับความเป็นผู้ประกอบการ เช่น Brockhaus and Gasses พบว่าผู้ประกอบการมีตำแหน่งการควบคุมภายในตนเองมากกว่าบุคคลทั่วไปซึ่งผู้ประกอบการเชื่อว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการประกอบธุรกิจมาจากความพยายามของตน Robinson et al. พบว่าตำแหน่งการควบคุมภายในนำไปสู่ทัศนคติที่ดีของผู้ประกอบการ Miller, Kets de Vries and Toulouse ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีลักษณะตำแหน่งการควบคุมภายในอยู่ในระดับสูงโดยเฉพาะชอบที่จะใช้กลยุทธ์การพัฒนาความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นำออกสู่ตลาด Miller and Toulouse พบว่าเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมจะมีคุณสมบัติด้านตำแหน่งการควบคุมภายในอยู่ในระดับสูงทำการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นที่อนาคตและพยายามมองหาวิธีการได้มาซึ่งโอกาสของบริษัท Miller กล่าวว่าเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีคุณลักษณะด้านตำแหน่งการควบคุมภายในสูง เน้นนวัตกรรมของสินค้ากำหนดทิศทางในอนาคตของบริษัท และใช้โอกาสที่มีให้เหมาะสมกับบริษัทบุคลิกลักษณะสัมพันธ์กับกลยุทธ์องค์การ การศึกษาโครงสร้างองค์การของผู้ประกอบการจะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรม การปฏิบัติการเชิงรุก การแบกรับความเสี่ยงซึ่งชี้ให้เห็นว่าลักษณะของแต่ละคนจะมีตำแหน่งการควบคุมสูง คือ 20 มุ่งเน้นที่การกระทำและการปฏิบัติมากกว่าจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างคลุมเครือไม่ชัดเจน (Wilailak, 2004)

(1.3) ความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรม

ความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรม คือ การมองหาความคิดใหม่ ๆ สิ่งที่แปลกใหม่แนวทางในการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเริ่มต้นกิจการและรักษากิจการให้อยู่รอด นอกจากนี้ความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรมและความสามารถค้นพบสิ่งใหม่ ๆ เป็นหนทางที่จะป้องกันกิจการจากการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของกิจการผู้ประกอบการจะต้องเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดสินค้าและเทคโนโลยีในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเพื่อการอยู่รอดการเปลี่ยนแปลงนี้จำเป็นต้องอาศัยสติปัญญา และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและความคิดในนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อได้ประโยชน์จากการแข่งขันสามารถเพิ่มรายได้ให้กับกิจการ (Ciavarella et al., 2004) ผู้ประกอบการคือนักสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ผู้มองเห็นความแตกต่าง ๆ และวิถีทางที่ดีกว่าในการทำสิ่งต่าง ๆ จากการศึกษาโดย U.S. Department of Commerce, Jeffrey A. Timmons แนะนำ ร้อยละ 50 ของนวัตกรรมทั้งหมดและร้อยละ 94 ของนวัตกรรมที่มีชื่อเสียงตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 มาจากธุรกิจขนาดย่อม เช่น คอมพิวเตอร์ธุรกิจฟาสต์ฟูด

การวิจัย พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ จะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถที่จะแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ เช่น นวัตกรรม ซึ่งไม่เพียงแต่การมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิธีการใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจ (Longnecker et al., 2003)

(1.4) การแบกรับความเสี่ยง

ความเสี่ยง คือ เหตุการณ์ที่ไม่แน่นอน เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดการแบกรับความเสี่ยงคือ การยอมรับในการลงทุนทรัพยากรที่มีโอกาสเป็นไปได้ในการล้มเหลวความเสี่ยงโดยส่วนใหญ่แล้ว จะพิจารณาในส่วนของผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ซึ่งคือการพิจารณาระหว่างความเสี่ยงกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากความเสี่ยงนั้นในการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการกับการแบกรับความเสี่ยงโดยทั่วไปจะมี 2 ประการคือประการแรกผู้ประกอบการจะมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้แบกรับความเสี่ยงสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ อย่างไรก็ตามทั้งผู้ประกอบการและผู้จัดการมีบทบาทในการแบกรับความเสี่ยงเหมือนกันผู้ประกอบการมีความเสี่ยงสูงกว่าผู้จัดการ 21 เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนน้อยกว่าความไม่แน่นอนและต้องรับผิดชอบจากการตัดสินใจอย่างไม่มีขีดจำกัดประการที่สองพื้นฐานทฤษฎีแรงจูงใจที่เน้นแรงจูงใจใฝ่สำเร็จกับความล้มเหลวหรือความสำเร็จซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งสองอย่าง สามารถพิจารณาในลักษณะของการแบกรับความเสี่ยงผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูง เป็นผลมาจากการตั้งเป้าหมายที่อยากความสำเร็จจากเป้าหมายนี้มาจากความพยายาม

ทักษะและความรับผิดชอบที่เกิดจากการตัดสินใจซึ่งจะต้องแบกรับกับความเสี่ยงในความล้มเหลว (Atkinson, 1957 อ้างถึงใน Vorawan, 2004)

Timmons (1994) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นผู้ที่เต็มใจในการแบกรับความเสี่ยงทั้งส่วนบุคคลและทางการเงิน (Narin, 2004) ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มและหรือดำเนินงานในธุรกิจของตนเองจะมีความแตกต่างกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเองย่อมมีความเสี่ยงทางการเงินแต่ถ้าเขาลาออกจากงานเดิม เขาจะต้องประสบกับความเสี่ยงในด้านอาชีพ นอกจากนั้นความเครียดและเวลาที่ทุ่มเทไปในการดำเนินธุรกิจอาจสร้างปัญหาให้กับครอบครัว ได้ตั้งนั้นการแบกรับความเสี่ยงยังคงเป็นลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่มีนักวิจัยหลายคนสนใจที่จะทำการศึกษา

(1.5) ความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์

Narin (2004) กล่าวว่า David A. Dunning จากคณะจิตวิทยา Cornell University ให้นิยามความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ในความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ คือ บุคคลที่สามารถวิเคราะห์พัฒนาและสื่อสารศักยภาพขององค์กร วิเคราะห์ว่าองค์กรควรจะทำในแนวทางไหนเพื่อพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดปัจจุบันผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ส่วนใหญ่จะเน้นที่ว่าบุคคลนี้ต้องการให้องค์กรเป็นอย่างไรซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเติบโตของยอดขาย การปรับปรุงผลผลิตและการเติบโตของกำไรผู้นำที่มีวิสัยทัศน์จะมีลักษณะการทำงานที่ดี เมื่อเข้าใจในวิสัยทัศน์ชัดเจนและใช้วิสัยทัศน์ในการเป็นกรอบการทำงานผู้นำจะต้องมีความสามารถมองภาพในอนาคตและพัฒนาวิสัยทัศน์ที่ดีได้อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนมากจะมีแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กรตนในการขยายองค์กรออกไป ซึ่งต้องอาศัยการมีวิสัยทัศน์ที่ดี ความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์คือผู้ทำการเปลี่ยนแปลง ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์เป็นลักษณะประการหนึ่งที่มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะเด่นของลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอย่างน้อยร้อยละ 50 มีวิสัยทัศน์ที่ดีความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่าย การทำงานเป็นจำนวนมากและการยอมรับที่จะทำให้ทุกสิ่งเป็นไปตามวิธีการและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 22 ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีนักวิจัยให้ความสำคัญทำการศึกษากันอย่างมาก(ฐิติมา พิกุลทอง, 2548:13-14)

5. แนวคิดการสร้างเครือข่าย

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

- ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ
- กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน
- การเป็นสมาชิก เครือข่ายต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัว ของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุยสนทนากันเฉยๆโดยไม่ได้ “รวมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เปรียบเหมือนการเอาก้อนอิฐมากอง รวมกัน ย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาอิฐแต่ละก้อนมาก่อ กันเป็นกำแพงโดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็นระบบ... และก็ไม่ใช่เป็นแค่การรวมกลุ่มของ สมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น แต่จะต้องพัฒนา ไปสู่ระดับของการลงมือทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย.... และไม่ใช่การรวบรวม รายชื่อบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ในมือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อ... การมอบหมายให้สมาชิกแต่ละ คนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อมากก็ยิ่งทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระทำเช่นนี้เปรียบเสมือนการ ขยายถุงใส่อิฐให้โตขึ้นเพื่อจะได้บรรจุอิฐได้มากขึ้น แต่กองอิฐในถุงก็ยังวางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยง ประสานกันอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนิน กิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตามความ จำเป็น เมื่อภารกิจบรรลุเป้าหมายแล้ว เครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นหรือมีภารกิจใหม่ อาจกลับมารวมตัวกันได้ใหม่ หรือจะเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาวก็ได้

การรวมตัวเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ต้องสกัดเอาส่วนดีหรือ จุดแข็งของ แต่ละฝ่ายมาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกัน เป็นการผนึกกำลัง (synergy) ในลักษณะที่มากกว่า $1+1 = 2$ แต่ต้องเป็น $1+1 > 2$ เรียกว่าเป็น “พลังทวีคูณ” ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่า ผลรวมที่เกิดจากการปล่อยให้ต่างคนต่างทำแล้วนำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

5.1 องค์ประกอบของเครือข่าย

เครือข่ายเทียม (Pseudo network) หมายถึงเครือข่ายชนิดที่เราหลงผิดคิดว่าเป็นเครือข่าย แต่แท้จริงแล้วเป็นแค่การชุมนุมพบปะสังสรรค์ระหว่างสมาชิก โดยที่ต่างคนต่างก็ไม่ได้มีเป้าหมายร่วมกัน และไม่ได้ตั้งใจที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นการรวมกลุ่มแบบเฮโลสาระพา หรือรวมกันตามกระแสนิยมที่ไม่มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ลักษณะของเครือข่ายลวงจะไม่มีกระแสนิยมต่อระหว่างสมาชิก ดังนั้น การทำความเข้าใจกับองค์ประกอบของเครือข่ายจึงมีความสำคัญ เพื่อช่วยให้สมาชิกสามารถสร้างเครือข่ายแทนการสร้างเครือข่ายเทียม เครือข่าย (แท้) มีองค์ประกอบสำคัญอยู่อย่างน้อย 7 อย่างด้วยกัน คือ

(1) มีการรับรู้มุมมองที่เหมือนกัน (common perception)

สมาชิกในเครือข่าย ต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้เหมือนกันถึงเหตุผลในการเข้ามาร่วมกันเป็น เครือข่าย อาทิเช่น มีความเข้าใจในตัวปัญหาและมีจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ประสบกับปัญหาอย่างเดียวกันหรือต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาหรือลดความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าเริ่มต้นด้วยการรับรู้ที่ต่างกัน มีมุมมองหรือแนวคิดที่ไม่เหมือนกันแล้ว จะประสานงานและขอความร่วมมือยาก เพราะแต่ละคนจะติดอยู่ในกรอบความคิดของตัวเอง มองปัญหาหรือความต้องการไปคนละทิศละทาง แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายจะมีความเห็นที่ต่างกันไม่ได้ เพราะมุมมองที่แตกต่างกันช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ ในการทำงาน แต่ความแตกต่างนั้นต้องอยู่ในส่วนของกระบวนการ (process) ภายใต้การรับรู้ถึงปัญหาที่สมาชิกทุกคนยอมรับแล้ว มิฉะนั้นความเห็นที่ต่างกันจะนำไปสู่ความแตกแยกและแตกหักในที่สุด

(2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision)

วิสัยทัศน์ร่วมกัน หมายถึงการที่สมาชิกมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกัน มีการรับรู้และเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปด้วยกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันจะทำให้กระบวนการขับเคลื่อนเกิดพลัง มีความเป็นเอกภาพ และช่วยผ่อนคลายความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความคิดเห็นที่ต่างกันในทางตรงกันข้าม ถ้าวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของสมาชิกบางกลุ่มขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่าย พฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มนั้นก็จะเริ่มแตกต่างจากแนวปฏิบัติที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน ดังนั้น แม้ว่าจะต้องเสียเวลามากกับความพยายามในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน แต่ก็จำเป็นจะต้องทำให้เกิดขึ้น หรือถ้าสมาชิกมีวิสัยทัศน์ส่วนตัวอยู่

แล้ว ก็ต้องปรับให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเครือข่ายให้มากที่สุดแม้จะไม่ซ้อนทับกันแบบสนิทจนเป็นภาพเดียวกัน แต่อย่างน้อยก็ควรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

(3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits)

คำว่าผลประโยชน์ในที่นี้ครอบคลุมทั้งผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและผลประโยชน์ไม่ใช่ตัวเงิน เป็นความต้องการ (need) ของมนุษย์ในเชิงปัจเจก (อ่านเรื่องแรงจูงใจในตอนท้าย) อาทิเช่นเกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับ โอกาสในความก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ ฯลฯ

สมาชิกของเครือข่ายเป็นมนุษย์ปุถุชนธรรมดาที่ต่างก็มีความต้องการเป็นของตัวเอง (human needs) ถ้าการเข้าร่วมในเครือข่ายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของเขา หรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน ก็จะเป็นแรงจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายมากขึ้น

ดังนั้น ในการที่จะดึงใครสักคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่าย จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการเข้าร่วม ถ้าจะให้ดีต้องพิจารณาล่วงหน้า ก่อนที่เขาจะร้องขอ ลักษณะของผลประโยชน์ที่สมาชิกแต่ละคนจะได้รับอาจแตกต่างกัน แต่ควรต้องให้ทุกคนและต้องเพียงพอที่จะเป็นแรงจูงใจให้เขาเข้ามามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติได้จริง ไม่ใช่เป็นเข้ามาเป็นเพียงไม้ประดับเนื่องจากมีตำแหน่งในเครือข่าย แต่ไม่ได้ร่วมปฏิบัติภารกิจ เมื่อใดก็ตามที่สมาชิกเห็นว่า เขาเสียประโยชน์มากกว่าได้ หรือเมื่อเขาได้ในสิ่งที่ต้องการเพียงพอแล้ว สมาชิกเหล่านั้นก็จะออกจากเครือข่ายไปในที่สุด

(4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation)

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น สถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรมีความเท่าเทียมกัน ทุกคนอยู่ในฐานะ “หุ้นส่วน (partner)” ของเครือข่าย เป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (horizontal relationship) คือความสัมพันธ์อันที่เพื่อน มากกว่าความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) ในลักษณะเจ้านาย ลูกน้อง ซึ่งบางครั้งก็ทำได้ยากในทางปฏิบัติเพราะต้องเปลี่ยนกรอบความคิดของสมาชิกในเครือข่ายโดยการสร้างบริบทแวดล้อมอื่นๆ เข้ามาประกอบ แต่ถ้าทำได้จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมาก

(5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship)

องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็สร้างความเข้มแข็งให้กันและกัน โดยนำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อน

ของอีกฝ่ายหนึ่ง แล้วทำให้ได้ผลลัพธ์เพิ่มขึ้นในลักษณะพลังทวีคูณ ($1+1 > 2$) มากกว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อต่างคนต่างอยู่

(6) การเกี่ยวพันพึ่งพากัน (interdependence)

เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกัน การที่สมาชิกเครือข่ายตกอยู่ในสถานะจำกัดทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ ไม่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยตนเองโดยปราศจากเครือข่าย จำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การทำให้หุ้นส่วนของเครือข่ายยึดโยงกันอย่างเหนียวแน่น จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่าการเอาหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไปจะทำให้เครือข่ายล้มลงได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงอยู่ของเครือข่าย การเกี่ยวพันพึ่งพากันในลักษณะนี้จะส่งผลให้สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ

(7) มีปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction)

หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีการปฏิสัมพันธ์กันแล้ว ก็ไม่ต่างอะไรกับก้อนหินแต่ละก้อนที่รวมกันอยู่ในถุง แต่ละก้อนก็อยู่ในถุงอย่างเป็นอิสระ ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น มีการติดต่อกันผ่านการเขียน การพบปะ พูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกัน โดยที่ผลของการปฏิสัมพันธ์นี้ต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกควรเป็นการแลกเปลี่ยนกัน (reciprocal exchange) มากกว่าที่จะเป็นผู้ให้หรือเป็นผู้รับฝ่ายเดียว (unilateral exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใดก็จะเกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น ทำให้การเชื่อมโยงแน่นแฟ้นมากขึ้น มีการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย

องค์ประกอบข้างต้นไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปช่วยจำแนกระหว่างเครือข่ายแท้ กับเครือข่ายเทียมเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย

5.2 การก่อเกิดของเครือข่าย

เครือข่ายแต่ละเครือข่าย ต่างมีจุดเริ่มต้น หรือถูกสร้างมาด้วยวิธีการต่าง ๆ กัน แบ่งชนิดของเครือข่ายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. เครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ

เครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกัน ทำงานคล้ายคลึงกัน หรือประสบกับสภาพปัญหาเดียวกันมาก่อน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ ร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้น ภายในตัวสมาชิกเอง (ฉันทะ) เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่ อาศัยความเป็นเครือญาติ เป็นคนใน ชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดย จัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการ ขยายเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ ของกลุ่มมากขึ้น ในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความ ต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น

เครือข่ายประเภทนี้ มักใช้เวลาก่อร่างสร้างตัวที่ยาวนาน แต่เมื่อเกิดขึ้น แล้ว มักจะเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น

2. เครือข่ายจัดตั้ง

เครือข่ายจัดตั้งมักจะมี ความเกี่ยวข้องกับนโยบายหรือการดำเนินงาน ของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ การจัดตั้งอยู่ในกรอบความคิดเดิมที่ใช้กลไกของรัฐผลักดันให้เกิดงานที่เป็น รูปธรรมโดยเร็ว และส่วนมากภาคีหรือสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่ายมักจะไม่ได้อาศัยพื้นฐาน ความต้องการ ความคิด ความเข้าใจ หรือมุมมองในการจัดตั้งเครือข่ายที่ตรงกันมาก่อนที่จะเข้ามารวมตัวกัน เป็นการ ทำงานเฉพาะกิจชั่วคราวที่ไม่มีความต่อเนื่อง และมักจะจางหายไปในที่สุด เว้นแต่ว่าเครือข่ายจะได้รับ การชี้แนะที่ดี ดำเนินงานเป็นขั้นตอนจนสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดเป็นความผูกพันระหว่าง สมาชิกจนนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มสมาชิกจะยังคงรักษา สถานภาพของเครือข่ายไว้ได้ แต่มีแนวโน้มที่จะลดขนาดของเครือข่ายลงเมื่อเปรียบเทียบกับระยะก่อตั้ง

3. เครือข่ายวิวัฒนาการ

เป็นการถือกำเนิดโดยไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติตั้งแต่แรก และไม่ได้ เกิดจากการจัดตั้งโดยตรงแต่มีกระบวนการพัฒนาผสมผสานอยู่ โดยเริ่มที่กลุ่มบุคคล/องค์กรมารวมกัน ด้วยวัตถุประสงค์กว้างๆ ในการสนับสนุนกันและเรียนรู้ไปด้วยกัน โดยยังไม่ได้สร้างเป้าหมายหรือ วัตถุประสงค์เฉพาะที่ชัดเจนนัก หรืออีกลักษณะหนึ่งคือถูกจุดประกายความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็น การได้รับฟัง หรือการไปได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่นๆ มา แล้วเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้าง พันธสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง เครือข่ายที่วุ่นวายนี้แม้จะไม่ได้เกิดจากแรงกระตุ้นภายใน โดยตรงตั้งแต่แรก แต่ถ้าสมาชิกมีความตั้งใจจริงที่เกิดจากจิตสำนึกที่ดี เมื่อได้รับการกระตุ้นและ สนับสนุน ก็จะสามารถพัฒนาต่อไปจนกลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งทำนองเดียวกันกับเครือข่ายที่เกิดขึ้น

โดยธรรมชาติ เครือข่ายในลักษณะนี้พบเห็นอยู่มากมาย เช่น เครือข่ายผู้สูงอายุ เครือข่ายโรงเรียนสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น

5.3 ปรัชญาการสร้างเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายต้องคำนึงถึงเสมอว่า “เครือข่าย” เป็นกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ การนำเครือข่ายต้องมี LINK หมายถึง “การเชื่อมโยง” L – Learning การเรียนรู้ I – Investment การลงทุน N – Nature การพุ่มพักบำรุง G (K) – Give การรักษาสัมพันธภาพ ซึ่งรวมกันเป็นคำว่า LINK หมายถึงการเชื่อมโยง

5.4 การสร้างเครือข่าย (Networking)

การสร้างเครือข่าย หมายถึงการทำให้มีการติดต่อ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวก ให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันทน์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคับค้ำสมาคมแบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย

5.5 ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย

การพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใดๆที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกัน เป็นวัฒนธรรมภายในกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารกับภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิม อาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้าจะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลาานมาก จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้

การสร้าง “เครือข่าย” สามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียนและประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ให้ความร่วมมือและทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน เสมือนการเปิดประตูสู่โลกภายนอก

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเครือข่าย เพื่อความยั่งยืน

1. สมาชิกที่เข้าร่วม ต้องเข้าใจเป้าหมายในการรวมตัวกันว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จในภาพรวม
2. สร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก
3. มีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้องแน่ใจว่าทำได้ และกระจายงานได้ทั่วถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่ายและมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ อย่าทำกิจกรรมที่ยากโดยเฉพาะครั้งแรกๆ เพราะถ้าทำไม่สำเร็จอาจทำให้เครือข่ายที่เริ่มก่อตัวเกิดการแตกสลายได้
4. จัดให้มีและกระตุ้นให้มีการสื่อสารระหว่างกันอย่างทั่วถึง และสม่ำเสมอ
5. สนับสนุนสมาชิกทุกกลุ่ม และทุกด้านที่ต้องการความช่วยเหลือ เน้นการช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยตนเองได้
6. สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในเครือข่าย
7. สนับสนุนให้สมาชิกได้พัฒนางานอย่างเต็มกำลังตามศักยภาพและความชำนาญที่มีอยู่ โดยร่วมกันตั้งเป้าหมายในการพัฒนางานให้กับสมาชิกแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้สมาชิกแต่ละกลุ่มมีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน เป็นพื้นฐานในการสร้างความหลากหลายและเข้มแข็งให้กับเครือข่าย
8. สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ระหว่างบุคลากรทุกระดับของสมาชิกในเครือข่ายในลักษณะความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน
9. จัดกิจกรรมให้สมาชิกใหม่ของเครือข่าย เพื่อเชื่อมต่อกันกับคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดความเป็นเครือข่ายต่อไป
10. จัดให้มีเวทีระหว่างคนทำงานเพื่อพัฒนาหรือแก้ปัญหาในการทำงานด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน
11. จัดให้มีช่องทางการทำงานร่วมกัน การสื่อสารที่ง่ายต่อการเข้าถึงที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน

5.6 ผู้จัดการเครือข่าย

มีหน้าที่ในการดูแลรักษาเครือข่ายดังต่อไปนี้

1. ช่วยสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นสมาชิกรวมตัวกันทำงาน โดยมีกิจกรรมเป็นสื่อ เช่นการประชุมประจำปี การจัดเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูล การแก้ปัญหาหารือร่วมกัน การวางแผนและดำเนินการ จัดกิจกรรมใหม่
2. สมาชิกแกนนำต้องเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารระหว่างกัน ส่งข่าวผ่านจดหมาย ข่าวของเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน เก็บรวบรวมข้อมูลและตั้งเป็นศูนย์ข้อมูลของเครือข่ายเพื่อให้สมาชิกเข้าถึง
3. สร้างความรักความผูกพันและความไว้วางใจระหว่างคนในกลุ่มสมาชิก เริ่มจัดกิจกรรมง่าย ๆ ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จร่วมกันก่อน มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในกลุ่มสมาชิกเป็นประจำ จัดเวทีให้มีการพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมาเมื่อเกิดปัญหาขัดแย้งระหว่างกลุ่มสมาชิก จัดกิจกรรมส่งต่องานที่เกี่ยวข้อง
4. จัดให้มีกระบวนการตัดสินใจโดยให้สมาชิกทุกกลุ่มมีส่วนร่วม พยายามสร้างสภาพแวดล้อมให้มี การเสนอความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ ไม่รวบอำนาจ ควรแบ่งกันเป็นผู้นำตามความถนัด ทำการรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกทุกกลุ่มก่อนการตัดสินใจเพื่อทำให้เกิดการยอมรับและเต็มใจที่จะนำผลการตัดสินใจของเครือข่ายไปปฏิบัติ
5. วางแผนในการประสานงานระหว่างสมาชิก และเชื่อมต่อกับเครือข่ายอื่นๆ จัดระบบการประสานงานให้คล่องตัวและทั่วถึง การประสานงานถือเป็นหน้าที่หลักของสมาชิกแกนนำ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสนับสนุนทุกระดับให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

5.7 คุณสมบัติของกลุ่มสมาชิกแกนนำ

การพัฒนาสมาชิกแกนนำที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่กลุ่มสมาชิกเครือข่ายอื่นๆ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือจากคนภายนอก เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้คนภายนอกอยากเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่ายมากขึ้น สมาชิกแกนนำจะต้องมีการพัฒนาตัวเองเพื่อให้ความเข้มแข็ง มีวุฒิภาวะสูง มีความเป็นทีม ประสิทธิภาพสูง มีการรวมตัวของสมาชิกในกลุ่มสูง มีการสื่อสารทั่วถึงและโปร่งใส มีความไว้วางใจระหว่างสมาชิก ใช้กระบวนการตัดสินใจแบบให้ทุกคนมีส่วนร่วม เคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีการประสานงานระหว่างสมาชิกให้ครบถ้วนไม่ตกหล่นและเป็นเอกภาพ ประสานงานกับองค์กรภายนอกเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

5.8 การรักษาเครือข่าย

ตราบไคที่ภารกิจเครือข่ายยังไม่สำเร็จย่อมมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาเครือข่ายไว้ วัตถุประสงค์ของให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และบางกรณีหลังจากเครือข่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ก็จำเป็นต้องรักษาความสำเร็จของเครือข่ายไว้ หลักการรักษาความสำเร็จของเครือข่าย มีดังนี้

1. การจัดกิจกรรมร่วมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

เครือข่ายจะก้าวไปสู่ช่วงชีวิตที่ถดถอยหากไม่มีกิจกรรมใดๆที่สมาชิกของเครือข่ายสามารถกระทำร่วมกัน ทั้งนี้เนื่องจาก เมื่อไม่มีกิจกรรมก็ไม่มีกลไกที่จะดึงสมาชิกเข้าหากัน สมาชิกของเครือข่ายก็จะมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กัน เมื่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกลดลงก็ส่งผลให้เครือข่ายเริ่มอ่อนแอ สมาชิกจะเริ่มสงสัยในการคงอยู่ของเครือข่าย บางคนอาจพาลคิดไปว่าเครือข่ายล้มเลิกไปแล้ว

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

2. การรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างสมาชิกเครือข่าย

สัมพันธ์ภาพที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในการรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนต่อไป ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเสมือนน้ำมันที่คอยหล่อลื่นการทำงานร่วมกันให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เมื่อใดที่สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกบาดหมางไม่เข้าใจกัน หรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกันโดยหาข้อตกลงไม่ได้ สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกก็จะเริ่มแตกกร้าว ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขอย่างทันท่วงที ก็จะนำไปสู่ความเสื่อมถอยและความสิ้นสุดลงของเครือข่ายได้ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมที่มีจุดประสงค์

เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกโดยเฉพาะ และควรจัดอย่างสม่ำเสมอไม่ใช่ว่าจัดในช่วงที่มีปัญหาเกิดขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้สมาชิกของเครือข่ายพึงตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสัมพันธ์ภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกันที่อาจเกิดขึ้น สมาชิกควรแสดงความเป็นมิตรต่อกัน เมื่อเกิดความขัดแย้งต้องรีบแก้ไขและดำเนินการไกล่เกลี่ยให้เกิดความเข้าใจกันใหม่ นอกจากนี้ควรมีมาตรการป้องกันปัญหาก่อนที่จะเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน เช่น ในการจัดโครงสร้างองค์กรควรแบ่งอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน และไม่ซ้ำซ้อน การกำหนดเป้าหมายการทำงานที่สมาชิกยอมรับร่วมกัน การจัดสรรทรัพยากรอย่างเพียงพอ การกำหนดผู้นำที่เหมาะสม การกำหนดกติกาอันเป็นที่ยอมรับร่วมกัน เป็นต้น

3. การกำหนดกลไกสร้างระบบจิตใจ

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

ในกรณีที่ต้องการให้เกียรติยศและชื่อเสียงเป็นสิ่งจูงใจโดยเฉพาะในงานพัฒนาสังคมที่มักจะไม่มียกค่าตอบแทนการดำเนินงาน จำเป็นต้องหาสิ่งจูงใจอื่นมาชดเชยสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงินตามทฤษฎีของ Maslow ความต้องการการยกย่องจากผู้อื่น (esteem needs) ที่อยู่ในรูปของอำนาจ เกียรติยศชื่อเสียง หรือสถานะทางสังคม เป็นสิ่งที่นำมาใช้จูงใจได้ อาจทำเป็นรูป “สัญลักษณ์” บางอย่าง ที่สื่อถึงการได้รับเกียรติยศ การยกย่องและมีคุณค่าทางสังคม เช่น การประกาศเกียรติยศ เข็มเชิดชูเกียรติ โล่เกียรติยศ เป็นต้น โดยสัญลักษณ์เหล่านี้ต้องมีคุณค่าเพียงพอให้เขาปรารถนาอยากที่จะได้ และควรมีเกียรติยศหลายระดับที่จูงใจสมาชิกเครือข่ายให้ร่วมมือลงแรงเพื่อไต่เต้าไปสู่ระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่อง และควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่รายชื่อคนกลุ่มนี้อย่างกว้างขวาง

4. การจัดหาทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอ

หลายเครือข่ายต้องหยุดดำเนินการไป เนื่องจากขาดแคลนทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานที่เพียงพอ ทั้งด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร ที่สำคัญคือเงินทุนในการดำเนินงานซึ่งเปรียบเสมือนเลือดที่ไหลเวียนหล่อเลี้ยงเครือข่ายให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ เมื่อขาดเงินทุนเพียงพอที่จะจุนเจือ เครือข่ายอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด หากได้รับการสนับสนุนจะต้องมีระบบตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุม และมีการรายงานผลเป็นระยะ หากการดำเนินงานไม่คืบหน้าอาจให้ระงับทุนได้

5. การให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ไขปัญห

เครือข่ายอาจเกิดปัญหาระหว่างการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายที่เพิ่งเริ่มดำเนินการใหม่ๆ การมีที่ปรึกษาที่ดีคอยให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือจะช่วยให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และช่วยหนุนเสริมให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ควรมีที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ เป็นแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้า และช่วยอบรบภาวะการเป็นผู้นำให้กับสมาชิกเครือข่าย

6. การสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่ององค์กรหรือเครือข่ายที่เคยประสบ

ความสำเร็จกลับต้องประสบกับความล้มเหลวอย่างรุนแรงเมื่อเวลาผ่านไป เพราะไม่ได้“สร้างคน” ขึ้นมารับไม้ผลัดต่อจากคนรุ่นก่อนเพื่อสานต่อภารกิจของเครือข่าย จำเป็นต้องสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เครือข่ายต้องคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ทั้งด้านความรู้ความสามารถ การมีประสบการณ์ร่วมกับเครือข่ายและที่สำคัญ คือเป็นที่ยอมรับนับถือและสามารถเป็นศูนย์รวมใจของคนในเครือข่ายได้ ดำเนินการให้คนเหล่านี้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำหน้าที่เป็นสมาชิกแกนหลัก เพื่อสืบสานหน้าที่ต่อไปเมื่อสมาชิกแกนหลักต้องหมดวาระไป

6. การศึกษาและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรเครือข่ายบริการการพัฒนาท้องถิ่น

แนวคิดการบริการภาครัฐด้วยเครือข่ายการทำงาน หรือ Government by Network นั้น ได้ถูกยอมรับในวงกว้างโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ว่าเป็นแนวโน้มการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้น และเป็นที่แพร่หลายต่อไปในอนาคต ภายหลังจากที่พบว่ารูปแบบเดิมของการบริหารจัดการตามลำดับชั้น หรือ Hierarchical Government ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น

จะเห็นว่าบริการเชิงสังคมหลายอย่างเริ่มมีการจ้างบริษัทเอกชนภายนอกเข้ามาให้บริการ เพื่อความรวดเร็วและทันสมัยในการให้บริการ นอกจากนี้ ความคาดหวังในการรับบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ

จุดเดียวของประชาชน ผลักดันให้หน่วยงานรัฐต้องเปลี่ยนทัศนคติการทำงาน เพื่อบูรณาการระบบการให้บริการที่เชื่อมต่อกันได้ (Integrated Services) ข้อได้เปรียบของการทำงานในลักษณะเครือข่าย คือ

(1) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Flexibility) ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณ ลดปริมาณ หรือเปลี่ยนทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน ได้ภายในระยะเวลาอันสั้นเนื่องจากการอาศัยหน่วยงานอื่นภายนอกเป็นผู้ให้บริการในแต่ละส่วน ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างรวดเร็ว

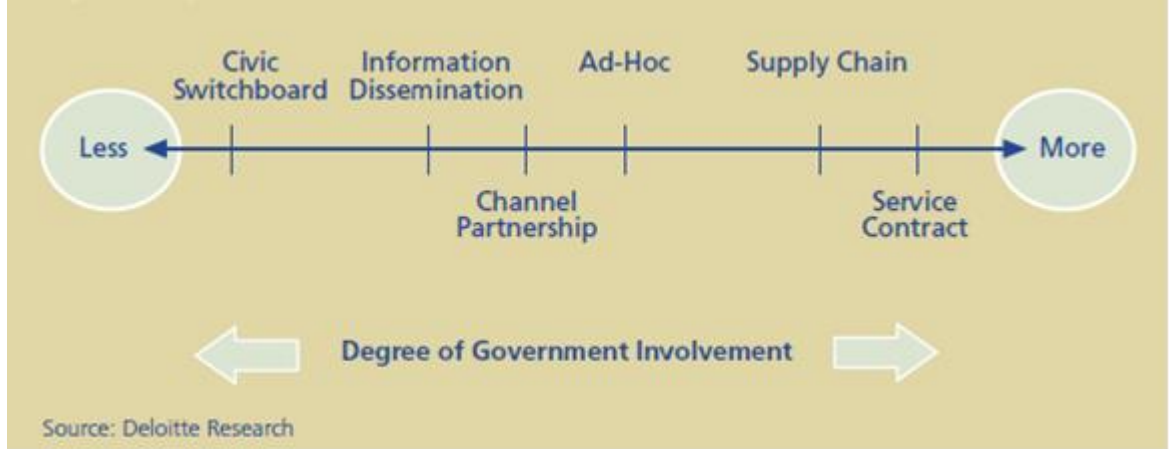
(2) การมีส่วนร่วมของหน่วยงานเครือข่ายที่มีความหลากหลายในแนวคิดเอื้อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น (Innovation)

(3) การแบ่งงานกันทำ สนับสนุนให้เกิดการทำงานอย่างเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialization)

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

รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ซึ่งพบเห็นโดยทั่วไป สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยของการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ดังแสดงในรูปที่ 2.2

1. เครือข่ายแบบจ้างเหมาด้วยสัญญาให้บริการ (Service Contract)
2. เครือข่ายของบริการในห่วงโซ่อุปทานซึ่งส่วนใหญ่พบเห็นในบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Supply Chain)
3. เครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc)
4. เครือข่ายแบบพันธมิตรธุรกิจ (Channel Partnership)
5. เครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination)
6. เครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard)



ภาพที่ 2.2 รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน

ที่มา : Deloitte Research

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

7. แนวคิดเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

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

ริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2545 :18) ซึ่ง ธงชัย สันติวงษ์ (2543:7-8) และสมคิด บางโม (2545:61-62) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยในการจัดการที่เป็นมูลเหตุที่สำคัญและผู้บริหารทุกคนต้องสนใจในงานด้านการบริหารจัดการ คือ

1) คน (Man) ทรัพยากรบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่จะก่อผลสำเร็จให้กับกิจการได้อย่างมาก ทั้งนี้ในแง่ของปริมาณและคุณภาพ

2) วัตถุดิบ (Materials) การบริหารวัสดุในการดำเนินงานว่าจะทำอย่างไรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด หรือเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

3) เงินทุน (Money) นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์การดำเนินไปโดยไม่ติดขัด และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ได้ซึ่งทรัพยากรการจัดการอื่น ๆ ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการจัดธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เงินทุนที่นำมาใช้ในรูปของการซื้อเครื่องจักร สร้างอาคาร และซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น

4) การจัดการ (Management) คือกระบวนการจัดการบริหารควบคุมเพื่อให้งานทั้งหมดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่ การบริหารจัดการธุรกิจ เป็นการดำเนินการธุรกิจขนาดย่อมตามขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผนการทำธุรกิจ การจัดองค์การ การบริหารพนักงาน การอำนวยความสะดวกและควบคุม โดยนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ธุรกิจบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ มี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

4.1) การวางแผน เป็นการประเมินสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างมีหลักเกณฑ์ และดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การวางแผนที่ดีหลังจากดำเนินการเสร็จแล้วจะต้องมีการวัดผลและประเมินผล เพื่อหาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มาแก้ไขต่อไป

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

4.3) การบริหารพนักงาน ธุรกิจขนาดย่อมมีพนักงานภายในน้อย สายงานภายในก็มีไม่มาก หรือบางครั้งเป็นธุรกิจภายในครอบครัว เพราะฉะนั้นการบริหารบางครั้งก็ไม่ตรงตามหลักวิชาการมากนัก การเข้าออกของพนักงานภายในบริษัทหรือสถานประกอบการก็มีสูง ทำให้ต้องมีการรับพนักงานบ่อยครั้ง

4.4) การอำนวยการ ส่วนมากแล้วเจ้าของผู้ประกอบการหรือ ผู้จัดการ จะประสานกับพนักงานเอง สั่งการเอง ไม่ได้แยกออกเป็นแผนกหรือสายงาน ถ้าผู้บริหารขาดความเป็น ผู้นำ และไม่มีความรู้ทางการบริหารและการจัดการจะทำให้เกิดปัญหาในการบริหาร

4.5) การควบคุมงาน จากการทำธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจขนาดเล็ก หรือธุรกิจภายในครอบครัว การควบคุมงาน การดำเนินการไปอย่างหยาบ ๆ การควบคุมส่วนมากจะเป็น การควบคุมโดยใช้สายตาและเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่ทำได้ในแต่ละวัน โดยเปรียบเทียบกับพนักงาน คนอื่นที่ได้รับมอบงานเหมือน ๆ กัน ไม่ต้องใช้เทคนิคและวิธีการในการตรวจสอบมากนัก

ส่วน DuBrin and Ireland (1993 : 245) กล่าวว่า ทรัพยากรองค์การ ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบของและทรัพยากรสารสนเทศ และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545 : 6-7) ได้สรุปว่า การจัดการเป็นเรื่องของการผสมผสานหรือ บูรณาการทรัพยากรการจัดการ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) วิธีการ (Method) ตลาด (Market) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และเวลา (Time)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพชัย ฟองอิสสระ (2559:บทคัดย่อ) การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ตำบลแม่ยาวอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์สังเกตและสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและชุมชน จำนวน 13 คนผ่านการสังเกตแบบมีส่วนร่วมลงพื้นที่ ภาคสนามและวิจัยเอกสารผลการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมและโฮมสเตย์บ้านสองแควพัฒนาถูกสร้าง ผ่านความเชื่อและพิธีกรรมของชาติพันธุ์อาข่าแบบ ดั้งเดิมและถูกขับเคลื่อน โดยเทศบาล ตำบลแม่ยาวตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลแม่ยาว นอกจากนี้อัตติผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นอาสาสมัครได้ผลักดันโครงการดังกล่าวร่วมกับภาครัฐให้เกิดขึ้น ส่งผลให้ การสร้าง เครือข่ายทางสังคมการท่องเที่ยววัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสอง แคว พัฒนาเกิดขึ้นในปีพ.ศ.2556 และเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้าน ในปี พ.ศ.2557ภายใต้วิถีนาการ ท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน กิจกรรมการแสดงอย่างไรก็ตามในเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ความร่วมมือต่อกิจกรรม ในชุมชนของชาวบ้านได้มีการเปลี่ยนแปลงและ ปรับตัวครั้งใหญ่ โดยเปลี่ยนความเชื่อดั้งเดิมสู่การรับความเชื่อศาสนาคริสต์ เนื่องจากข้อจำกัดของ กฎระเบียบสังคมอาข่าไม่สอดคล้อง ต่อ การดำเนินชีวิต ประจำวันและเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในช่วง การเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาโดยการใช้ศาสนาเป็นหนทางปรับตัวสู่กระแสทุนนิยมแม้ว่าจะมีการละทิ้ง

กฎอาชาแต่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นใหม่นั้นถูกแทนที่ด้วยความสัมพันธ์แบบทางการด้วยมติจากวาระการประชุมเพื่อให้กิจกรรมในสังคมดำเนินต่อไป

สุนีย์ อภิชาติกุลชัย(2558:บทคัดย่อ)งานวิจัยการเสริมสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อชุมชนสันติสุข: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวความคิดการเสริมสร้างเครือข่ายด้าน การท่องเที่ยวเพื่อชุมชนสันติสุข 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ชุมชนสันติสุข การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยพบว่า ชุมชน “ตลาดน้ำอัมพวา” มี ปัญหาอันเนื่องมาจากเหตุปัจจัยภายในสมาชิกชุมชนและเครือข่ายชุมชนเอง อันได้แก่ การที่ สมาชิกชุมชนและเครือข่ายต่างเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม การไม่ดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติส่งผลให้นักท่องเที่ยวเริ่มลดน้อยลง การขาดความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกใน ชุมชน และการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ของนายทุนจากภายนอก ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยว ในชุมชนตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษาเพื่อหาแนวทางเสริมสร้าง เครือข่ายของชุมชนเพื่อการรักษาสมดุลไว้ 3 ด้าน คือด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้าน สิ่งแวดล้อม ด้วยการสร้างกิจกรรมสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม จากการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้นจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยหลักธรรมในพระพุทธศาสนา พบว่า การนำชุดวิธีการที่เรียกว่า “พุทธสันติวิธี” ด้วยหลัก “สารณียธรรม 6” ซึ่งเป็นหลักธรรมเป็นที่ตั้งแห่งความระลึกถึงกัน สามารถนำมาเป็นแนวทางในการเสริมสร้างเครือข่ายชุมชน “ตลาดน้ำอัมพวา” ตลอดรวมไปจนถึง ชุมชนต่างๆ ในการสร้างความเข้มแข็งและอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขต่อไป

ทัศนีย์ นาคเสนีย์, บุญอองงาม เอี่ยมศรีปลั่ง, เบญจพร แยมจำเมือง(2557:บทคัดย่อ) การศึกษาการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและศึกษาสภาพการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวของกลุ่มธุรกิจ และ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง 7 จังหวัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 30 กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาผลการศึกษา พบว่า สภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มธุรกิจในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มี 5 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรมธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของฝาก ธุรกิจการขนส่งและ แหล่งท่องเที่ยว

ต่างมีรูปแบบการบริหารงานโดยระบบเครือญาติ ทุกกลุ่มธุรกิจ มีการสร้างเครือข่ายแบบสังคมนเฉพาะพื้นที่ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาศักยภาพ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง ควรสร้างเครือข่ายระหว่างพื้นที่ เพื่อเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ช่วยเหลือ พึ่งพากัน เป็นพันธมิตรภาคี ป้องกันแก้ไขปัญหา วิฤตการณ์ต่างๆ ของกลุ่มร่วมกัน โดยเป็นอิสระ

สุรชาติพย์ เข็มน้อย(2554ได้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย ด้วยสถิติ เิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและ ตัวแปรตามด้วยการเปรียบเทียบความแตกต่าง t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมของชุมชน ความผูกพันต่อ ชุมชน และการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านระยะเวลา ในการประกอบอาชีพ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กับ ปัจจัยสภาพแวดล้อมและความผูกพันต่อชุมชน พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2550) ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบ ความสำเร็จในภาคบริการ ในพื้นที่ 9 จังหวัดรวม 393 ตัวอย่าง โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ ความเสี่ยง เป้าหมาย และคุณลักษณะพื้นฐาน รวมทั้งศึกษาความสามารถทางการจัดการ ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบ ความสำเร็จเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐานคือความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน มีมนุษย์สัมพันธ์ มีเป้าหมาย มีความเสี่ยงและมีบุคลิกดีตามลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะของธุรกิจ ที่ทำและลักษณะของภูมิหลังของ ผู้ประกอบการ

สมคิด เจตีย์วงศ์และคณะ (2549) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยต้องการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินกลยุทธ์ ศึกษาตัวอย่าง 250 ราย ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์หรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อเอาชนะคู่แข่ง และผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจภาคการผลิต บริการ การค้า และการเกษตรทั้งในเขตปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ใช้วิธีสุ่มแบบโควตา และแบบสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นเจ้าของกิจการไม่เกิน 10 ปี และมีธุรกิจที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ไม่รวมธุรกิจแฟรนไชส์จำนวน 504 ตัวอย่าง ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ร่วมกับการเก็บแบบสอบถามและวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์ปัจจัย และวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทุกภาคธุรกิจไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวม โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับคือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

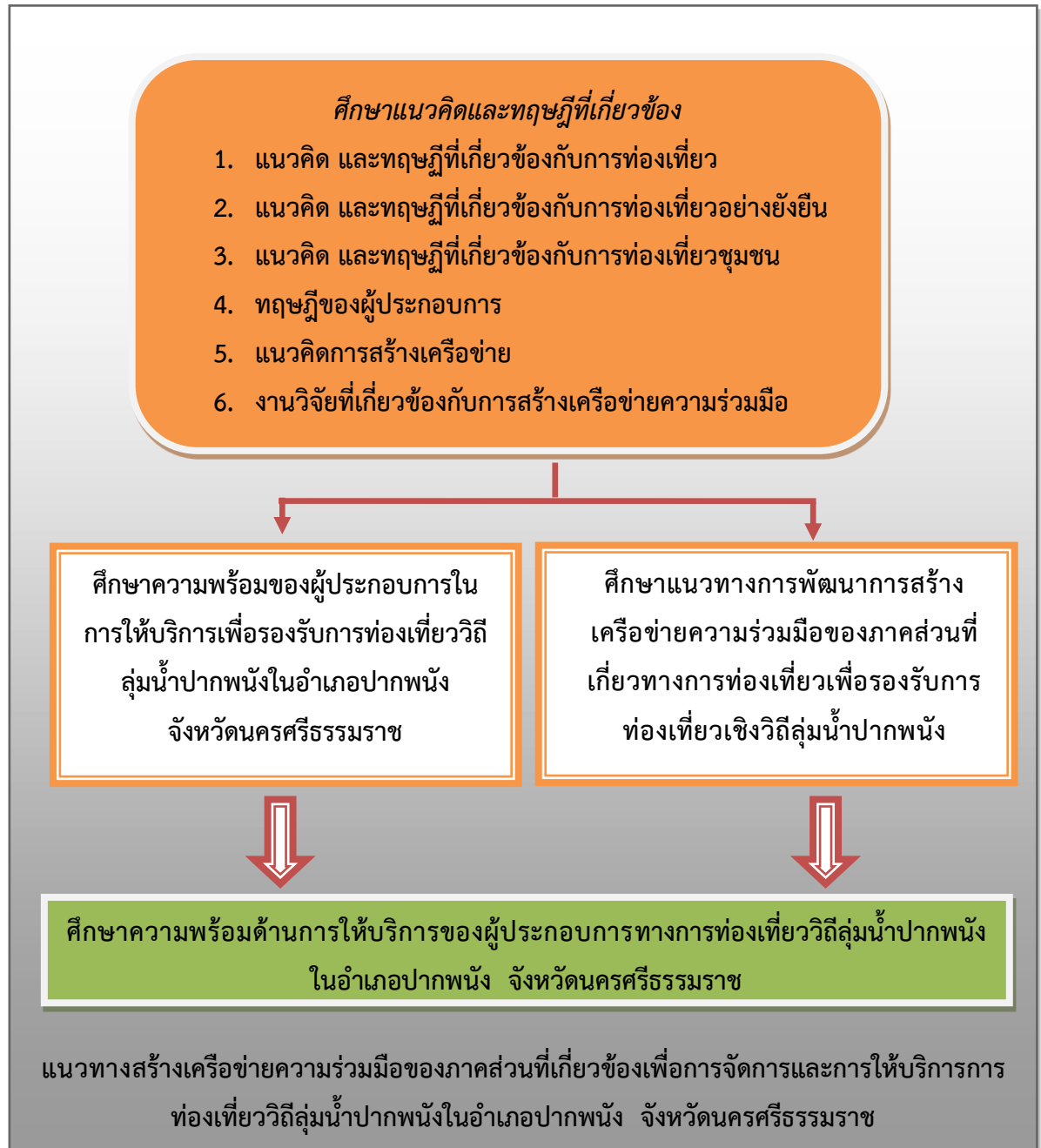
ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจัดพิมพ์เผยแพร่ในชุดโครงการวิถีทรรศน์ชื่อว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวถูกทำให้เป็นอุตสาหกรรมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อจะรีดเงินจากกระเป๋านักท่องเที่ยว พัฒนาการทางการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่มีผู้ซื้อผู้ขายชัดเจน มุ่งสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา ซึ่งได้แก่การขายบริการทางเพศ การก่อสร้างตึก อาคารขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบต่อการจัดการทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็นน้ำ ที่ดิน แหล่งท่องเที่ยว ถูกทำลายด้วยแสง สี เสียง วัฒนธรรมชุมชนได้รับผลกระทบเกิดการเลียนแบบการบริโภคที่หรูหรา ฟุ่มเฟือยของประชาชนในท้องถิ่น และเกิดปัญหาการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เพราะที่ผ่านมารายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตกอยู่กับเจ้าของธุรกิจโรงแรม บริษัททัวร์ แต่ชาวบ้านในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์น้อยที่สุด

สมักร ณะเกิงสุข (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เกาะเสม็ด ตายลเพ อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่าหน่วยงานของรัฐองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังขาดการประสานและขาดประสบการณ์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน ซึ่งมีผลกระทบต่ออนุรักษ์ทรัพยากรแวดล้อมบนพื้นที่ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งทางด้านการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย การสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทำให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตนขณะท่องเที่ยว จากปัญหาที่พบจากการศึกษา หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำหนดแผนที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจน ควรสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน สร้าง

มาตรการ กฎระเบียบ เพื่อกำกับดูแลควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดีมีมาตรฐานมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตลอดไป

ประกาศ อีทนปสารณ์ (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าการจัดองค์กรชาวบ้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้าน โครงสร้าง ด้านผู้นำ ด้านเป้าหมาย ด้านกิจกรรมร่วมกันการประสานงานและการสื่อสาร และการติดตาม ประเมินผล พบว่าในภาพรวม 6 ด้าน ระดับค่าเฉลี่ยของสมาชิกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความ คิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย คือด้านกิจกรรมร่วมกัน ด้านการประสานงานและการสื่อสาร ด้าน โครงสร้างด้านเป้าหมายร่วมกันด้านผู้นำ และด้านการติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมของชาวบ้านโคก โก่งใน 4 ด้าน พบว่า 30 ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมีส่วนร่วมมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ร่วมรับประโยชน์ ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และร่วมวางแผน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 6 ด้านพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ความพึงพอใจด้าน วัฒนธรรม และวิถีชุมชนมากที่สุด ด้านกิจกรรมที่เตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว และด้านความพอใจโดยรวม ส่วน 3 ด้านที่เหลืออยู่ในระดับพอใจปานกลาง คือ การต้อนรับ การบริการ ด้านความปลอดภัย และด้าน สถานที่ สำหรับปัญหาอุปสรรค ด้านความปลอดภัยที่รู้สึกจากนักท่องเที่ยวเรื่องแสงสว่าง การจัดเวรยาม ในการดูแลความเรียบร้อย สำหรับแนวทางพัฒนาในด้านจัดองค์กรชาวบ้านในเรื่องการพัฒนาความเข้าใจ ให้ความสำคัญ การติดตามประเมินผล ขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมควรพัฒนาและให้ความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการวางแผน และจากนักท่องเที่ยวควรมีการการพัฒนาเพิ่มความพึงพอใจด้านสถานที่พักและ หมู่บ้าน ด้านการต้อนรับและการบริการและด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม ชนบทกับภาคการเกษตรในชนบทการท่องเที่ยวสามารถเสริมรายได้ภาคเกษตร นาผลผลิตการเกษตรที่มี อยู่หรือสินค้าท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เด่นในชุมชนมาเชื่อมกับการท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับเกษตรที่ มีในท้องถิ่น หรือเชื่อมโยงผลิตผลการเกษตรจากท้องถิ่นไปสู่เมืองโดยอาศัยการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนา ภาคเกษตรของชาวชนบทในการท่องเที่ยว

2.3 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย



บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed-Method) เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิจัยเชิงเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คน เพื่อศึกษาความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นั้นใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยวดังรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวหลัก ตามแนวคิดบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ด้วยเป็นบริการที่รองรับเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) เนื่องจากธุรกิจที่พักเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

ของชาวต่างชาติ (พุทธชาติ ลุนคำ, 2559) ในขณะที่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูง โดยมีรายได้ถึง 20% ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด (กองข้อมูลธุรกิจ, 2560) ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแปรรูปทรัพยากรที่มีคุณค่าในท้องถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่น (สุรีย์ เข้มทอง, มป.ป.)

2) ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครศรีธรรมราช) องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่องฝั่งตะวันออก/ องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่องฝั่งตะวันตก เทศบาลเมืองปากพ่อง หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คน เพื่อศึกษาความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง

2) ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 70 คน ได้แก่

- ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน และผู้ประกอบการธุรกิจ

จำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน

- ผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน

เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง (ข้อมูลจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ.2555)

ตารางที่ 3.1 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายความร่วมมือ

1. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
1.ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจจ้ัดนำเที่ยว)		
1	น้อยทับทิมทัวร์	944 ถ.ศรีปราชญ์ ต.คลัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 Tel 075-345731 Fax. 075-343074
2	ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวขนอม	59/42 หมู่ 4 ต.ขนอม อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช 80210 เบอร์โทร 08-4361-7075 g_got75@hotmail.com
3	ขนอมฟิชซิงแอนด์ทัวร์	40/24 หมู่ 2 ต.ขนอม อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช 80210 เบอร์โทร 08-1477-7028 khanom_tour@yahoo.com info@khanomfishingandtour.com
4	ซี แอนด์ แลนด์ ทัวร์	59/4 หาดหน้าด่าน หมู่ 4 ต.ขนอม อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช 80210 เบอร์โทร. 08-1892-3456 Fax : 0-7552-9225
5	บจก.โยโคโตะ(ไทยแลนด์)	6/107 ทวินโลตัส ซ.2 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 087 699 1155 เบอร์โทร. 075 325 196 Fax : <u>075325197</u> <u>director@cjworld.co.th</u>
6	สินवलการท่องเที่ยว	500 ถ.ราชดำเนิน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 08-9291-1747 , 075-342582 โทรสาร. 075-344287 E-Mail : <u>jsirijit@hotmail.com</u>

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
1. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจจําหน่ายเที่ยว)		
9	ไทยสมายล์ทัวร์แอนด์แตรเวล	12 ถ.ประตู่โพธิ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร 08-6691-7279 Tel.&Fax : 075-322664 thaismiletourandtravel@hotmail.com
10	หจก.เอ็น เอส ที แทรเวลเลอร์	77 ถ.ประตู่ลอด ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 8000 เบอร์โทร. 08 4149 6078 โทรสาร. 075-342932 nst.traveller@gmail.com
ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
2. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจร้านอาหาร)		
1.	ไก่เตง	15/5 ม.6 ต.บางจาก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7539-9080
2.	ไก่ฮู้ด ซีฟู้ด	146/1 สะพานท่าเทียบเรือประมง ต.ปากพั่นฝั่งตะวันออก อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-7502 ,08-788-30457 08-9174-1502
3.	ครัวเมืองน้ํง	82/3 ถ.พานิชสัมพันธ์ อ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-7016
4.	บ้านชายคลอง	ถ.พานิชสัมพันธ์ ถ.ปากพั่น จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7533-3831, 0-7551-7766

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
2. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจร้านอาหาร)		
5.	บ้านชายเลซีฟู๊ด	227 บ้านชายเล ต.ปากพ่อง ตะวันออก อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-7862 , 08-35019-9928 ,08-9730-5235
6.	ร้านรสเด่น	ถ.พานิชสัมพันธ์ อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-7353
7.	ริมเขื่อนเรือนแพแอนดริสอร์ท	1/1 ม.5 ต.หูล่อง อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร.0-7541-6118 และ 08-1606-4176
8.	ร้านสตางค์	ถ.ชายทะเล (ตรงข้ามบ้านพักอัยการ) อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-8250
9.	ร้านอภิชาติปากพ่อง	ถ.ประชาวัฒนา อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7551-7906
ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
3. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจที่พัก)		
1.	โรงแรมนครการ์เด็น	1/4 ถ.ปากนคร ต.ท่าวัง อ.เมืองจ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 08-1970-5330 โทรสาร. 0-75342-2492 E-mail : centella4u@yahoo.com
2.	โรงแรมทวินโลตัส	97/8 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 08-1839-2324 โทรสาร. 075-323821 business@twinlotusresort.com

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
3. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจที่พัก)		
3.	โรงแรมขนอมโกลดันบีช	59/3 ม.4 บ้านหน้าด่าน ต.ขนอม อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร 081-9564555 เบอร์โทร.075326688 โทรสาร.075-317092 jungku34@hotmail.com
4.	โรงแรมทักษิณ	1584/23 ถ.ศรีปราชญ์ ต.ท่าวัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร.08 5591 8587 075-342790 โทรสาร.075-342790-4 thaksinhotel@yahoo.com
5.	โรงแรมเบญจธารารีสอร์ท	4/10 ซ.ประชาร่วมใจ ต.มะม่วงสองต้น อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 081-893-6928 บ้าน/สนง. 075-310168-9 แฟ็กซ์ 075-346969
6.	โรงแรมมณเฑียร	1509/40 ถ.ยมราช ต.คลัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 08-1958-3956 สนง. 075-341909-10 yindee174@gmail.com
7	โรงแรมไทยโฮเต็ล	1369-1375 ถ.ราชดำเนิน ต.คลัง อ. เมืองจ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 08-1895-0030, 075-343133 075-344858 thai_hotel@yahoo.com

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
3. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจที่พัก)		
8.	โรงแรมแกรนด์ปาร์ค	1204/79 ถ.ปากนคร ต.คลัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร 08-1891-6121 ,075-317666 โทรสาร.075-317666 grandpark_nk@hotmail.com
9.	โรงแรมเมืองลิเกอร์	1488 ถ.ศรีปราชญ์ ต.ท่าวัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร 08-9777-4437,0-2584-3675 075-312555 โทรสาร. 075-313050 gm@ligorcityhotel.com
10.	สมายล์แมนชั่น	104/20 ซ.ศาลเยาवन ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร 08 1537 3836 , 075 318 192 โทรสาร 075 318 192 ต่อ 700 smilemansion@yahoo.com
11.	โรงแรมแกรนด์เซาเทิร์น	555 หมู่ 1 ต.ชะมาย อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช 80110 075-412101,โทรสาร 075-412038 fo_grandsouthern@hotmail.com เบอร์โทร 08 4147 0574 ,08 3393 0222
12.	โรงแรมราวดี	376 หมู่ 5 ถ.อ้อมค่ายวชิราวุธ ต.ปากพูน อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร. 08-1893-6696 โทรสาร. 075-451925 Sarat_motor@hotmail.com

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
3. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจที่พัก)		
13.	โรงแรม บ้าน ณ คอน	333,33/1 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.คลัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 เบอร์โทร.081968 6063 , 075-344083 D_SEREE@Hotmail.com
14.	ริมเขื่อนเรือนแพแอนด์รีสอร์ท	1/1 ม.5 ต.หูล่อง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร. 0-7541-6118 และ 08-1606-4176
15.	โรงแรมกรีนพาร์คอินน์	204/9 ถ.ชายน้ำ ต.ปากพนัง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-7878
16.	โรงแรมคงวิไล	56/1 ม.7 ต.คลองกระป้อ อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7537-0442
17.	โรงแรมเจริญศรี รีสอร์ท	375 ม.2 ต.บางพระ อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช เบอร์โทร.08-9866-8376, 08-1719-6297
18.	โรงแรมธนาวุธเฮ้าท์	230/7 ถ.ชายน้ำ ต.ปากพนัง อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-7153
19.	โรงแรมปากพนัง โฮเต็ล	82/4 ถ.พาณิชย์สัมพันธ์ ต.ปากพนัง อ.ปาก พนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-7016
20.	โรงแรมรุ่งตะวัน รีสอร์ท	415 ม.3 ต.ปากพนังฝั่งตะวันตก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7537-0422
21	โรงแรมโอลิเวีย รีสอร์ท	134/2 ม.2 ต.ปากพนังฝั่งตะวันตก อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช 0-7537-0869

ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
3. ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว (ธุรกิจที่พัก)		
22.	โรงแรมชายทะเลรีสอร์ท	20/1 ม.1 ถ.ชายทะเล ต.ปากพ่อง อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-8663
23.	โรงแรมตะลุมนุก ซีฟูต แอนด์ รีสอร์ท	568 ม.5 ถ.ปากพ่อง-หัวไทร ต.ปากพ่อง อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-7862
24.	โรงแรมบ้านชายคลอง	031 ถ.พาณิชย์สัมพันธ์ ต.ปากพ่อง อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช 0-7551-7766
25.	โรงแรมคันทรี่ปิซซิ่งแอนด์ รีสอร์ท	138/1 ม.2 ต.หูล่อง อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช 0-7541-6136
ลำดับ	ชื่อสถานประกอบการ	ข้อมูลติดต่อ
4. ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก		
1.	ร้าน 12 นักชั้ตร	895 ถ.ท่าช้าง ต.คลัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 โทร 08-1892-3154 สนง.075-310344
2.	ไร่จันทรังชี	เลขที่ 3 หมู่ที่ 2 ตำบลขนานบาก อำเภอก ปากพ่อง นครศรีธรรมราช 80140
3.	อนงค์นาฏขนมลา	29/2 ศรีสมบูรณ์ หมู่ 2 ศรีสมบูรณ์ ถนนอ ซิโต ตำบลหูล่อง อำเภอกปากพ่อง จังหวัด นครศรีธรรมราช 80140
4.	บ้านขวัญมุย	23 ถนนพาณิชย์สัมพันธ์ ตำบลปากพ่อง อำเภอก ปากพ่อง นครศรีธรรมราช 80140

2. ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ลำดับ	ชื่อหน่วยงานหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	ข้อมูลติดต่อ
1.	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครศรีธรรมราช)	075-346-515-6 แฟกซ์ 075-346517
2.	องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่อง ฝั่งตะวันออกอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช	ตำบลปากพ่องฝั่งตะวันออก อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80140 โทรศัพท์ : 0-7551-8418 Email : office@eop.go.th
3.	องค์การบริหารส่วนตำบลปากพ่อง ฝั่งตะวันตกอำเภอปากพ่อง จังหวัด นครศรีธรรมราช	409 หมู่ 3 ถนนสุนอนันต์ ตำบลปากพ่องฝั่ง ตะวันตก อำเภอปากพ่อง จังหวัด นครศรีธรรมราช 80140 โทรศัพท์:0-7537-0403
4.	เทศบาลเมืองปากพ่องอำเภอปาก พ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช	ถ.ประชาพัฒนา อ.ปากพ่อง จ.นครศรีธรรมราช 80140 โทรศัพท์ 075-517266/075-517630/โทรสาร 075-517313 e-mail pm-paknang@hotmail.co.th
5.	หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช	6/24 หน้าโรงแรมทวินโลดส์ ถ. พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ. นครศรีธรรมราช 80000 โทรศัพท์ 0-7532-5223, 08-6478-1737
6.	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช	075-378046 , 075-342621
7.	ผู้แทนจากชุมชน	นางอนงค์นาถ นาคสิงห์
	7.1. กลุ่มชนมลา	075-370-379
	7.2 กลุ่มส้มโอแสงวิมาน	นางอิรอน แสงวิมาน 062-812-630
	7.3 กลุ่มแชมป์/สมุนไพร	นายบรรยง นันทโรจนาวร 075-350-136

ในการสุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมในการเลือกตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรในการวิจัยทางการท่องเที่ยวได้

3) ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้เกิดการพัฒนายั่งยืน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ส่วนที่ 3 สนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช (Focus group)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามแบบประเมินตนเองเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว การตอบแบบสอบถามด้วยการประเมินตนเองได้ถูกนำมาใช้ เนื่องจากการเป็นเทคนิคที่มีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านความเที่ยง (Reliability) และความตรง (validity) (Ross, 2006) และเป็นเทคนิคที่เหมาะสมสำหรับใช้ประเมินสมรรถนะของบุคคล (ขจรศักดิ์ ศิริมัย, 2554) และเป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในงานวิจัยที่ให้ผู้ประกอบการประเมินสมรรถนะของตนเอง (พิชชานันท์ สุริภักธาภรณ์ และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์, 2559; สิทธิชัย ธรรมเสนห์, 2555; Madatta, 2011) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) มีจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการจัดการการตลาด ของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตรา

ส่วนประมาณค่า(Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวน 28 ข้อ

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

ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบการ เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) มีจำนวน 6 ข้อ

โดยกำหนดให้คำตอบของตอนที่ 2 – ตอนที่ 4 ที่เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบตามความรู้สึกของตนเองโดยแบ่งเป็นระดับ 5 ระดับดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity) เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาข้อความตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาของแบบสอบถาม จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอที่ได้รับ

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview)

เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกในรายละเอียดที่ต่อเนื่องจากการสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนครศรีธรรมราชในประเด็นคำถามที่ใช้เป็นแนวทางสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาการศึกษภาพการท่องเที่ยว และทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจะออกแบบมาเพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลการมีส่วนร่วมกับเครือข่าย

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

- 1.1. ชื่อ
- 1.2. ประเภทสินค้า/ธุรกิจ
- 1.3. ทำเลที่ตั้ง
- 1.4. รูปแบบการบริหารงาน (เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วน/บริษัทจำกัด)
- 1.5. ลักษณะธุรกิจ
- 1.6. สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ท่านให้บริการ / จัดจำหน่าย
- 1.7. ปัญหาในการบริหาร ร้านค้า/กิจการ/ธุรกิจหรือผลกระทบจากสถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบัน

2. ส่วนที่ 2 ข้อมูลการมีส่วนร่วมกับเครือข่าย

- 2.1. การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายในพื้นที่
- 2.2. ลักษณะการทำงานร่วมกับเครือข่าย
- 2.3. รูปแบบของการรวมตัวกันของเครือข่ายที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่
- 2.4. วัตถุประสงค์ของการสร้างเครือข่าย
- 2.5. เจือินไขของการเป็นสมาชิกของเครือข่าย
- 2.6. การทำกิจกรรมร่วมกันของเครือข่าย (รูปแบบการจัดกิจกรรม – ประชุม อบรม สัมมนา ฯลฯ)
- 2.7. ประเด็นข้อมูลข่าวสารที่แลกเปลี่ยนกันมากที่สุด
- 2.8. ข้อดีและข้อเสียของการมีส่วนร่วมกับเครือข่าย
- 2.9. สิ่งที่ท่านต้องการหรือคาดหวังจากเครือข่ายการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่ส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ
- 2.10. บุคคลสำคัญที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือใคร

3. ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งข้อมูลโดยใช้เครื่องมือในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ ส่วนที่ 3 สนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช (Focus group) การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการจัดการการตลาดของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 5 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยมีขั้นตอนดังนี้

- ขั้นแนะนำตัวเอง ผู้วิจัยได้แนะนำตัวเองอย่างเปิดเผย (Overt Role) และได้ทำการแจ้งให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์และวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

- ขั้นสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมายโดยแบบสัมภาษณ์ซึ่งได้เตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว พร้อมทั้งมีการบันทึกเสียงลงเทปบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

- ขั้นเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ หลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยถอดเทปบันทึกเสียง และบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน

3.4 การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed-Method) โดยการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาและสำรวจความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชในการศึกษาการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอในรูปแบบของการจำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.1) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยสำรวจพื้นที่การวิจัยพื้นที่การศึกษาในอำเภอปากพอง และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2) พัฒนาแบบสอบถามเกี่ยวกับความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการ แล้วนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านทำการตรวจสอบเนื้อหา (Validity) หลังจากนั้นนำมาคำนวณหาค่า IOC และทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถาม

1.3) นำแบบสอบถามความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการที่ผ่านการทดสอบมาเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 200 คน

1.4) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงลักษณะและปริมาณของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการด้านตลาด และข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานประกอบการ สถิติเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่า T-Test และ F-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อม ตามประเภทของธุรกิจ ทั้งในด้านความพร้อมด้านการบริหารจัดการการตลาด และความพร้อมในด้านบริหารจัดการธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ และตัวแปรจำแนก (ประเภทของธุรกิจ) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ

1.5) นำข้อมูลจากข้อ 1.4 มาสังเคราะห์เพื่อจัดทำรายงานสรุปความความพร้อมในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.1) พัฒนาแบบสัมภาษณ์การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพองและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้อง โดยเลือกเฉพาะประเด็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับขอบเขตของการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.2) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 70 คน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจำนวน 40 คน (จำนวน 20 แห่งๆ ละ 2 คน) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน (จำนวน 10 แห่งๆ ละ

2 คน) และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10คน (จำนวน 5 แห่งๆละ2 คน) และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน เพื่อพัฒนาการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.3) นำข้อมูลจากข้อ 2.2 มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1) นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง และการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มาสังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการกับชุมชนท่องเที่ยวในการเพิ่มศักยภาพระบบเศรษฐกิจชุมชน

3.2) นำข้อมูลจากข้อ 3.1 มาจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยมีผู้แทนจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นสำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

3.3) พัฒนาแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.5 การแปลผลข้อมูล : เกณฑ์ และการให้ความหมาย

การศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราชทำการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการโดยใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงสรุปอ้างอิง ได้แก่ ค่า T-Test และ F-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อม ตามประเภทของธุรกิจ โดยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนบันทึกข้อมูลในแฟ้มข้อมูล การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของข้อมูลจะถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติก่อนจะวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยของความพร้อมของผู้ประกอบการ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึงมีความพร้อมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึงมีความพร้อมมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึงมีความพร้อมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึงมีความพร้อมน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึงมีความพร้อมน้อยที่สุด

การศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 1) ผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย โดยในสวนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว จำนวน 75 คนสำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มาจัดประชุมกลุ่มย่อยโดยมีผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นสำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลความพร้อมผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่องซึ่งประกอบไปด้วย 5 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญ

ด้านการจัดการการตลาดของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวจำนวน 200 คน โดยจำแนกเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 53 คน ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 114 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 33 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการจำนวน 200 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ (SPSS) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} (Arithmetic Mean) คือค่าเฉลี่ย

S.D.(Standard Deviation) คือค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

df. (Degree of Freedom) คือขั้นของความเป็นอิสระเท่ากับn-1

ss (Sum of square) คือผลรวมความผันแปรของข้อมูลแต่ละตัวยกกำลังสอง

ms (Mean square) คือค่ากำลังสองเฉลี่ย หรือค่าความผันแปร

α (Level of significance)คือระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยเสนอลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิจัย ออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น ค่าความถี่ และหาค่าร้อยละแยกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพอื่น และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น ค่าความถี่ และหาค่าร้อยละแยกตามตัวแปรประเภทของการบริการ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และการเป็นสมาชิกของกลุ่ม/ชมรม/สมาคม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการด้านตลาดของผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์และสถานที่ และด้านกระบวนการจัดการ

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบแรงความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ และหาค่าร้อยละแยกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพอื่น และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 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 4.1 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 มีสถานะภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 53.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการเป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ และหาค่าร้อยละแยกตามตัวแปรประเภทของการบริการ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และการเป็นสมาชิกของกลุ่ม/ชมรม/สมาคม

ตารางที่ 4.2 จำนวนค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)N=200	ร้อยละ
1. ประเภทของการบริการ		
ให้บริการห้องพัก(ธุรกิจที่พัก)	53	26.5
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (ธุรกิจร้านอาหาร)	114	57.0
ให้บริการสินค้าที่ระลึก (ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก)	33	16.5
2. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ		
น้อยกว่า 6 เดือน	1	0.5
6 เดือน – 1 ปี	19	9.5
1 – 2 ปี	70	35.0
3 – 4 ปี	63	31.5
5 ปีขึ้นไป	20	10.0
3. การเป็นสมาชิกของกลุ่ม/ชมรม/สมาคม		
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	7	9.0
หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช	13	16.5
วิสาหกิจชุมชน	10	18.5
อื่น ๆ	18	43.0
เป็นสมาชิกมากกว่า 1 แห่ง	3	1.5
ไม่เคยเป็นสมาชิกของกลุ่ม/ชมรม/สมาคม	149	74.5

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1-2 ปี และไม่เคยเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมใด ๆ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.3 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 4.3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมผู้ประกอบให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.17 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด 2 ประเด็น และระดับมาก 2 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. การเลือกวัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์และประกอบการบริการ	4.61	0.58	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.56	0.62	มากที่สุด
3. การบริการที่มีคุณภาพ	4.55	0.62	มากที่สุด
4. บริการสิ่งอำนวยความสะดวก	4.50	0.67	มากที่สุด
5. บริการความปลอดภัย	4.48	0.68	มากที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
6.ความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.43	0.69	มากที่สุด
7.ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น	4.38	0.72	มากที่สุด
รวม	4.50	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยการบริหารจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.50 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็นโดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการเลือกวัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์และประกอบการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 4.56 การบริการที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 4.55 บริการสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.50 บริการความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.48 ความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการมีค่าเฉลี่ย 4.43 และผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1.ราคาที่มีความคุ้มค่ากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.45	0.70	มากที่สุด
2.การตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.35	0.73	มากที่สุด
3.การกำหนดราคาที่เป็นปัจจุบัน	4.39	0.75	มากที่สุด
4.การแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	4.36	0.80	มากที่สุด
5.การกำหนดระดับราคาที่มีให้เลือกหลากหลาย	4.37	0.75	มากที่สุด
รวม	4.38	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยการบริหารจัดการการตลาด ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.38 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็นโดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาที่มีความคุ้มค่ากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา คือ การกำหนดราคาที่เป็นปัจจุบันมีค่าเฉลี่ย 4.39 การกำหนดระดับราคาที่มีให้เลือกหลากหลายมีค่าเฉลี่ย 4.37 การแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 4.36 และการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการมีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่า	
		เบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1.การขายโดยตรง	4.41	0.76	มากที่สุด
2.การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง	3.46	1.42	มาก
3.การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ	4.09	0.99	มาก
4.การมีหน้าร้าน ง่าย สามารถเข้าถึงได้และมีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.34	0.80	มากที่สุด
5.มีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางโทรศัพท์	3.75	1.16	มาก
6.มีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางอินเทอร์เน็ต	3.61	1.34	มาก
7.มีช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เช่น การบริการรับบัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง	3.46	1.44	มาก
8. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน	3.38	1.43	ปานกลาง
9. เวลาการเปิด-ปิดที่มีความเหมาะสม	4.23	0.87	มากที่สุด
รวม	3.86	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยการบริหารจัดการการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.86 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในประเด็น การขายโดยตรง มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ การมีหน้าร้าน ง่าย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.34 และเวลาการเปิด-ปิดมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

ในประเด็นการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่น ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.38

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1.การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยู อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว	4.13	0.89	มาก
2.การลดราคาในโอกาสต่าง ๆ	3.77	1.124	มาก
3.มีของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ	3.56	1.26	มาก
4.มีแผ่นพับ สิ่งพิมพ์ แผนที่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากน้ำแจกฟรี	3.89	0.93	มาก
5.การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล	3.86	0.94	มาก
6.การแสดงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเช่นโลโก้ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น	4.11	0.81	มาก
7.การจัดการพบปะและการประชุมด้านการท่องเที่ยวหรือเกี่ยวข้อง	4.15	0.80	มาก
รวม	3.92	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยการบริหารจัดการการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.92 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในประเด็น การจัดการพบปะและการประชุมด้านการท่องเที่ยวหรือที่เกี่ยวข้อง สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.13 และการแสดงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ และการแจกของขวัญแจกในเทศกาล

ต่าง ๆ เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยของการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม
จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจ ร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่าย สินค้าที่ระลึก
การบริหารจัดการด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	4.63	4.61
2. ด้านราคา	3.97	4.57	4.40
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.78	3.73	4.40
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82	3.85	4.35
รวม	3.93	4.20	4.44

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.14 แต่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 แต่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.73 และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 แต่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยภาพรวม

ด้านการบริหารจัดการ	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 4.9 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีความพร้อมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 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

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพร้อม
1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม คณะได้ทั่วถึง และทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.32	0.79	มากที่สุด
2. พนักงานมีความรู้และความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์และสามารถให้บริการด้วยความเต็มใจ และถูกต้องตามมาตรฐานการบริการ	4.32	0.77	มากที่สุด
3. พนักงานมีเจตคติที่ดีต่องานบริการ	4.35	0.76	มากที่สุด
4. พนักงานของสถานประกอบการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ	4.33	0.76	มากที่สุด
5. พนักงานมีความรู้และทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการ	4.32	0.77	มากที่สุด
6. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของปากพนัง และจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.36	0.78	มากที่สุด
รวม	4.33	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านบุคลากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.33 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของสถานประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของปากพนัง และจังหวัดนครศรีธรรมราช สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมา คือ พนักงานมีเจตคติที่ดีต่องานบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.35 และพนักงานของสถานประกอบการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับสำหรับประเด็นอื่น ๆ นั้นผู้ประกอบการมีความพร้อมในระดับเดียวกัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า	ระดับความพร้อม
		เบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. มีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ	4.22	0.78	มากที่สุด
2. มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน	4.20	0.77	มาก
3. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายเมื่อต้องการพัฒนาธุรกิจและบริการ	4.27	0.73	มากที่สุด
4. สภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ	4.19	0.67	มาก
5. มีการจัดทำบัญชี-รายรับรายจ่ายของธุรกิจของท่านเป็นประจำทุกเดือน	4.26	0.75	มากที่สุด
6. มีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ	4.28	0.74	มากที่สุด
7. มีความพร้อมด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอนาคต	4.29	0.71	มากที่สุด
รวม	4.24	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ด้านการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.24 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอนาคตสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คือ มีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายเมื่อต้องการพัฒนาธุรกิจและบริการมีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบประเด็นความพร้อมด้านการเงินของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นมีสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่

ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพร้อม
1. มีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.16	0.78	มาก
2. มีการตกแต่งบริเวณรอบ ๆ ให้มีความร่มรื่น สะอาด เรียบร้อย	4.26	0.84	มากที่สุด
3. มีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ใกล้ชิดธรรมชาติ	4.17	0.89	มาก
4. มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้มีความเหมาะสม สะดวกสบาย	4.30	0.79	มากที่สุด
5. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.82	มากที่สุด
6. ทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึง	4.33	0.82	มากที่สุด
7. เครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอในการให้บริการที่มีมาตรฐาน	4.32	0.79	มากที่สุด
8. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม คณะ ได้ทั่วถึงและทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.28	0.79	มากที่สุด
9. มีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.13	0.86	มาก
10. มีการออกแบบการแต่งกายของพนักงานสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช	3.98	0.96	มาก
รวม	4.24	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.24 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึงสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา คือ

มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอในการให้บริการที่มีมาตรฐานมีค่าเฉลี่ย 4.32 และการออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้มีความเหมาะสม สะดวก สบายมีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการออกแบบการแต่งกายของพนักงานที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราชต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านกระบวนการจัดการ

ด้านกระบวนการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพร้อม
1. มีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.12	0.82	มาก
2. การวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังไว้อย่างชัดเจน	4.10	0.78	มาก
3. มีการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังไว้อย่างชัดเจน	4.11	0.79	มาก
4. มีการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	4.03	0.80	มาก
5. มีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ลูกค้าไม่ต้องรอนาน	4.24	0.71	มากที่สุด
6. มีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานในด้านการเงินและด้านอื่น ๆ	4.14	0.81	มาก
7. มีการควบคุม ติดตามการดำเนินงานของธุรกิจ	4.16	0.77	มาก
8. มีระบบการให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหาต่าง ๆ	4.21	0.75	มากที่สุด
รวม	4.14	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ด้านกระบวนการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.14 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านมีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ลูกค้านำไม่ต้องรอนานสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา คือ มีระบบการให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหาต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.21 และมีการควบคุม ติดตามการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.03

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยภาพรวมเมื่อจำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ด้านการบริหารจัดการ	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ด้านบุคลากร	3.95	4.48	4.20
2. ด้านการเงิน	4.02	4.30	4.40
3. ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	3.94	4.30	4.52
4. ด้านกระบวนการจัดการ	3.93	4.20	4.27
รวม	3.96	4.32	4.40

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในภาพรวม ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารค่าเฉลี่ย 4.32 และผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่พักมีความพร้อมด้านการเงินมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.02 แต่มีความพร้อมด้านกระบวนการจัดการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความพร้อมด้านบุคลากรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 แต่มีความพร้อมด้านกระบวนการจัดการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.20 และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 แต่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง

ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. การท่องเที่ยวเชิงวิถีคือการจัดกิจกรรมเข้าไปเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี	4.33	0.72	มากที่สุด
2. วิถีชีวิต และประเพณีที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวต้องเป็นวิถีแบบดั้งเดิมไม่สามารถตัดแปลงได้	4.22	0.73	มากที่สุด
3. ผู้ประกอบการที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ	4.17	0.71	มาก
4. ผู้ประกอบการต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่แสดงถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวิถี	4.18	0.81	มาก
5. ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของผู้ประกอบการต้องมีความสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวิถี	4.24	0.80	มากที่สุด
6. ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวิถี และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม	4.21	0.80	มากที่สุด
รวม	4.22	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังโดยภาพรวมผู้ประกอบการเห็นด้วยในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุด 4 ประเด็น และระดับมาก 2 ประเด็น โดยประเด็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ

ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของผู้ประกอบการต้องมีความสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวิถี ค่าเฉลี่ย 4.24 ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวิถี และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมค่าเฉลี่ย 4.21 ผู้ประกอบการต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่แสดงถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวิถี ค่าเฉลี่ย 4.18 และผู้ประกอบการที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.581	2	2.791	12.475	0.000*
ภายในกลุ่ม	44.069	197	0.224		
รวม	49.650	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในภาพรวม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.93		-0.268*	-0.512*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.20	0.268*		-0.244*
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.44	0.512*	0.244*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.44

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.450	2	4.725	18.886	0.000*
ภายในกลุ่ม	49.285	197	0.250		
รวม	58.735	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย		
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่าย สินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	4.14		-0.497*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.63	0.497*	
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.61	0.477*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.63

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.903	2	6.451	16.074	0.000*
ภายในกลุ่ม	79.065	197	0.401		
รวม	91.968	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านราคามีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย		
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่าย สินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.97		-0.597*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.57	0.597*	
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ ระลึก	4.40	0.430*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมด้านราคาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมด้านราคาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในด้านราคาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในด้านราคาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.57

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	11.670	2	5.835	9.612	0.000*
ภายในกลุ่ม	119.584	197	0.607		
รวม	134.254	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.78			-0.613*
ธุรกิจร้านอาหาร	3.73			-0.664*
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.40	0.613*	0.664*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.40

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7.096	2	3.548	7.165	0.001*
ภายในกลุ่ม	97.552	197	0.495		
รวม	104.648	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.82			-0.527*
ธุรกิจร้านอาหาร	3.85			-0.497*
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.35	0.527*	0.497*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.35

ความพร้อมของของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.715	2	2.858	10.577	0.000*
ภายในกลุ่ม	53.224	197	0.270		
รวม	58.940	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในภาพรวม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.96		-0.359*	-0.441*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.32	0.359*		
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.40	0.441*		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพื้งแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพื้งแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพ่องแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพ่องของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.40

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.332	2	5.166	13.671	0.000*
ภายในกลุ่ม	74.443	197	0.378		
รวม	84.776	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ผลต่างค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.95		-0.525*	-0.471*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.49	0.525*		
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.43	0.471*		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในด้านบุคลากรแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านบุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.49

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านการเงิน จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.855	2	1.927	6.098	0.003*
ภายในกลุ่ม	62.268	197	0.316		
รวม	66.122	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านการเงิน จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย		
		ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	4.02		-0.283*	-0.379*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.30	0.283*		
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.40	0.379*		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพวงในด้านการเงินแตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการเงินแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีกลุ่มน้ำปากพวงด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.40

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7.782	2	3.891	9.818	0.000*
ภายในกลุ่ม	78.073	197	0.396		
รวม	85.855	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย		
		ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.94		-0.362*	-0.579*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.30	0.362*		
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.52	0.579*		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่แตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.52

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการจัดการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.178	2	1.589	4.446	0.013*
ภายในกลุ่ม	70.415	197	0.357		
รวม	73.594	199			

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการมีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการจัดการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย		
		ธุรกิจที่พัก	ธุรกิจร้านอาหาร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ธุรกิจที่พัก	3.93		-0.265*	-0.333*
ธุรกิจร้านอาหาร	4.20	0.265*		
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.27	0.333*		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ Games-Howell พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในด้านกระบวนการจัดการ ที่แตกต่างกันดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านกระบวนการจัดการ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านกระบวนการจัดการ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่อง ด้านกระบวนการจัดการ ของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.27

4.2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในการสำรวจจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยและคณะได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว จากผู้แทนจำนวน 75 ราย ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 ราย ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 ราย และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ราย ซึ่งให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลสัมภาษณ์ของนักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยข้อ 2 “เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช”

คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย

4.2.1. ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า

1.) ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียวจำนวน 32 ราย และจดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 8 ราย

2.) ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พักส่วนใหญ่ประสบปัญหาในปัจจุบันคือนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดน้อยลงเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว สำหรับด้านลูกค้าที่มาพักเป็นลูกค้าตามกระแสตามสังคมในปัจจุบัน เมื่อหมดกระแสดังกล่าวลูกค้าจะมีจำนวนที่ลดลง ประกอบกับปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่เปิดให้บริการห้องพักมากขึ้น เช่น อพาร์ทเมนท์ ส่งผลให้ลูกค้ามี

โอกาสในการเลือกที่พักเพิ่มมากขึ้นและทำให้ลูกค้าเก่าที่เคยเข้าพักลดลง สำหรับปัญหาภายในของผู้ประกอบการเอง เช่น อัตราการเข้าออกของพนักงานมีอัตราที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากสถานประกอบการที่พักไม่ได้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภูเก็ต กระบี่ พังงา เป็นต้น



ภาพที่ 4.1 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก

3.) การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย พบว่า ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใดเลย จำนวน 8 รายและผู้ประกอบการธุรกิจที่พักได้มีการร่วมมือและมีเครือข่ายจำนวน 32 ราย (เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้รวมตัวกันภายในชุมชน)

4) วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเครือข่ายจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย พบว่า 1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อลดภาวะการแข่งขันของธุรกิจ และ 3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (โฆษณาประชาสัมพันธ์) ตามลำดับ

5.) ประเด็นดังกล่าวบุคคลที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้นั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจที่พักได้ให้ความสำคัญกับ องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ชมรม/สมาคมโรงแรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

6.) ข้อเสนอแนะ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้เข้าร่วมประชุมได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ต่างมีความเห็นตรงกันถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไข

ตาราง 4.36 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
1.บ้านวงศ์เบ็ญสัจจ์ บ้านพักเชิงนิเวศ	1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าตาม กระแส และมีพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	ชุมชนพื้นที่ การ กระจายลูกค้าให้กับ ผู้ประกอบการ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว (โฆษณา ประชาสัมพันธ์) 2. การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 3. อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	อ.ไพศาล มัคคุเทศก์ ท้องถิ่น
2.โรงแรมสิริธานี	-	ชมรมโรงแรม นครศรีธรรมราช 10 ปี	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล และในจังหวัด	1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อลดภาวะการแข่งขันของธุรกิจ 3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	นฤป นวลมังสร ผู้จัดการ
3.โรงแรมบุญประสพ	เพิ่งเริ่มกิจการ ยังไม่มีปัญหา -	การท่องเที่ยว 2 เดือน	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล และในจังหวัด	1. ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา หรือขอความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ 2. แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง หรืออำนาจต่อรอง 3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	แพรริน ภาณุ ประสิทธิ์ กรรมการ ผู้จัดการ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
4.แกรนด์เซาเทิร์น ทุ่งสง	1. มีการบริการห้องพักแบบอ พาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นคู่แข่ง 2. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม ลูกค้าภาครัฐ 3. พนักงานมีอัตราการลาออก สูงเนื่องจากสถานประกอบการ ไม่ได้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	1. สมาชิกสภา อุตสาหกรรม 2. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 3. สำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 ปี	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
5.โอลิเวีย รีสอร์ท ฝั่ง ตะวันตก	1.การแข่งขันโดยการตัดราคา กันเอง	ยังไม่เคยเข้าร่วมการ เป็นสมาชิกกลุ่ม เครือข่ายใด แต่มีความ ยินดีเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย หากมีการ ชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	บุคคลในชุมชน แหล่งท่องเที่ยว
6.เจริญศรี รีสอร์ท	1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าตาม กระแส และมีพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความ	ชุมชนพื้นที่ การ กระจายลูกค้าให้กับ ผู้ประกอบการ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว (โฆษณา ประชาสัมพันธ์) 2. การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	ผู้บริหารองค์กร

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
	รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม			3. อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	
7.ซี เค รีสอร์ท	1. มีการบริการห้องพักแบบอพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นคู่แข่งชั้น 2. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าภาครัฐ				ผู้บริหารองค์กร
8.บ้านชายคลอง	1. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าภาครัฐ 2. พนักงานมีอัตราการลาออกสูงเนื่องจากสถานประกอบการไม่ได้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใด แต่มีความยินดีเข้าร่วมกลุ่มเครือข่าย หากมีการชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วมเครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3. เพื่อช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	ผู้บริหารองค์กร
9.ระเบียงน้ำรีสอร์ท ปากพั้ง	-	ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใด แต่มีความ	ไม่เคยเข้าร่วมเครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่	ผู้บริหารองค์กร

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
		ยินดีเข้าร่วมกลุ่มเครือข่าย หากมีการชักชวน		ประสิทธิภาพ 3.เพื่อช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	
10.ริมเขื่อนเรือนแพ รีสอร์ท	1. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็น กลุ่มลูกค้าภาครัฐ 2. พนักงานมีอัตราการ ลาออกสูงเนื่องจากสถาน ประกอบการไม่ได้อยู่ใน แหล่งท่องเที่ยว	ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็น สมาชิกกลุ่มเครือข่ายใด แต่มีความยินดีเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย หากมีการชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3.เพื่อช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	ผู้บริหารองค์กร
11.โรงแรมปากพวง โฮเต็ล	จำนวนนักท่องเที่ยวและ ลูกค้าเก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
12.โรงแรมรุ่งตะวัน	1. จำนวนนักท่องเที่ยวและ ลูกค้าเก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
13.โรงแรมชายทะเลรี สอร์ท		ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็น สมาชิกกลุ่มเครือข่ายใด แต่มีความยินดีเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย หากมีการ ชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ	ผู้บริหารองค์กร
14.โรงแรมกรีนพาร์ค	1. มีการบริการห้องพักแบบออ พาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่ง เป็นคู่แข่ง	1. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร สมาคมโรงแรม
15.บ้านตะวันรีสอร์ท	1. มีการบริการห้องพักแบบออ พาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่ง เป็นคู่แข่ง	1. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร สมาคมโรงแรม

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
16.ตะลุมพุก ซีฟู๊ด แอนด์ รีสอร์ท	1. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม ลูกค้าภาครัฐ	ยังไม่เคยเข้าร่วมการ เป็นสมาชิกกลุ่ม เครือข่ายใด แต่มีความ ยินดีเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย หากมีการ ชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา หรือความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	ผู้บริหารองค์กร
17.โฮมสเตย์ วารี สวีสวี	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	เทศบาล
18.โฮมสเตย์ บางพระ	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	เทศบาล
19.โฮมสเตย์ หูล่อง	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	เทศบาล
20.โฮมสเตย์ บางทวด	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	เทศบาล

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
21.โรงแรมธนาวุธ เฮาท์	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
22.โรงแรมคันทรี่พีซิง แอนด์รีสอร์ท	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
23.โรงแรมคงวิไล	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
24.ชุดิภาณูจน์ รีสอร์ท	จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้า เก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
25.โรงทิมบุรี	-	ยังไม่เคยเข้าร่วมการ เป็นสมาชิกกลุ่ม เครือข่ายใด แต่มีความ ยินดีเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย หากมีการ ชักชวน	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร
26.โบกี้ เฮ้าส์	-	ยังไม่เคยเข้าร่วมการ เป็นสมาชิกกลุ่มใด	ไม่เคยเข้าร่วม เครือข่าย	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
27.โรงแรมทวินโลดส์	มีการบริการห้องพักแบบอพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นคู่แข่งชั้น	1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	รวมตัวกันภายในกลุ่มตำบล	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กร สมาคมโรงแรม
28.โรงแรมเมืองลิกอร์	-	1.สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช 2.สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 3.การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช
29.โรงแรมภู แอท นคร	1. จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้าเก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่มตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
30.โรงแรมฮ็อบบิ้น	1. มีการบริการห้องพักแบบอพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นคู่แข่งชั้น	1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	รวมตัวกันภายในกลุ่มตำบล	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้บริหารองค์กรสมาคมโรงแรม
31.บ้าน ณ นคร	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	-	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	
32.โรงแรมชอลดา	1. จำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้าเก่ามีจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่มตำบล	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	การท่องเที่ยว หอการค้า
33.เดอะ เทอเรส	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	-	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	การท่องเที่ยว หอการค้า
34. คุ่มนคร	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่มตำบล และในจังหวัด	1. ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ	-

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
				2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	
35. ตะมาลี	1. มีการบริการห้องพักแบบ อพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็น คู่แข่งชั้น 2. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน ลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	-	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ตะมาลี
36. ฮารู ฮารา โอเต็ล	1. มีการบริการห้องพักแบบ อพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็น คู่แข่งชั้น 2. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน ลดน้อยลง	1. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด		1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ	การท่องเที่ยว หอการค้า สมาคมโรงแรม
37. เอ็มดีแกรนด์	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน ลดน้อยลง	การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล และในจังหวัด	1. ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา หรือขอความ ร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	-

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่ายเข้มแข็ง
38. ระเบียบทราย รี่ สอร์ท	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน ลดน้อยลง เนื่องจากสภาพ อากาศ และสภาวะเศรษฐกิจ 2. การจำหน่ายอาหารทะเล สำหรับห้องอาหารน้อยลง	สมาคมโรงแรม	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว (โฆษณา ประชาสัมพันธ์) 2. การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยว หอการค้า สมาคมโรงแรม
39. ราชาคีรี	1. จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน ลดน้อยลง เนื่องจากสภาพ อากาศ และสภาวะเศรษฐกิจ 2. จำนวนการใช้บริการห้อง ประชุมลดน้อยลง	สมาคมโรงแรม การท่องเที่ยว นครศรีฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล และในจังหวัด	1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อลดภาวะการแข่งขันของธุรกิจ 3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	การท่องเที่ยว หอการค้า สมาคมโรงแรม
40.ขนม โกลเดิน บีช	1. จำนวนการแข่งขันในกลุ่ม ธุรกิจที่พุกเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช 2. การเกิดขึ้นของโรงแรมแนว ใหม่ๆเป็นสามารถตอบสนอง ความต้องการของกลุ่ม นักท่องเที่ยวได้ 3. จำนวนการใช้บริการห้องประชุมลด น้อยลง	1.สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช 2.สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 3.การท่องเที่ยว นครศรี ฯ	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ระดับจังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 4. เพื่อลดภาวะการแข่งขันของธุรกิจ 5. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช

4.4.2. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำนวน 20 ราย ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า

1.) ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาด เล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียวจำนวน 20 ราย และไม่ได้จดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด



ภาพที่ 4.2 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

2.) ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการพบเจอในปัจจุบันคือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงส่งผลให้รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสำหรับธุรกิจร้านอาหารก็มีอัตราลดน้อยลงเช่นกัน ประกอบกับปัจจุบันพื้นที่ในภาคใต้ได้รับผลกระทบจากปัญหาอุทกภัย สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพประมง ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลค่อนข้างสูงจึงไม่สามารถนำมาจำหน่ายในราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้

3.) การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำนวน 20 ราย พบว่า ปัจจุบันมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช จำนวน 4 ราย นอกจากนี้ ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใดเลย

4) วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเครือข่ายจากการสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 ราย พบว่า สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

5.) ประเด็นดังกล่าวบุคคลที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้นั้นทางผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้ให้ความสำคัญกับ องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช

ตาราง 4.37 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
1.ร้านอาหาร Jeep Jeep Bar	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. อัตราการแข่งขันของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทางธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
2.ร้านติ่มซำ นางสาวกานดาจุฑา อิทธิพลัน	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. รายได้ลดน้อยลงเนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจ	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
3.ครัวเมืองนัง	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ	1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 2. สำนักงานการ	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
	นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. ชมรม / สมาคม การท่องเที่ยว จำนวน 30 ปี			
4.ร้านอาหาร พื้นบ้าน นางแซ ฅ นคร	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน - ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
5.ร้านสตางค์	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง 3. อัตราการแข่งขันของ	ไม่มีเครือข่าย		1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
	ผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น 4. ปัญหาด้านบุคลากร พนักงาน มีการเปลี่ยนค่อนข้างบ่อย				
6.ร้านอภิชาติ	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. อัตราการแข่งขันของ ผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
7.ร้านอาหาร กุ้ง ทิพย์	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน - ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
8.ครัวกำนัน	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	1. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 2. สำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. ชมรม / สมาคม การท่องเที่ยว จำนวน 30 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2.เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
9.ขนมยืม ชีฟู้ด	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. รายได้ลดน้อยลงเนื่องจาก สภาวะทางเศรษฐกิจ	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
10.โกอู้ด ซีฟู้ด	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. รายได้ลดน้อยลงเนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจ	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
11. จำรูณ ครัว แหลมทองซีฟู้ด	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. รายได้ลดน้อยลงเนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจ	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
12.ร้านอาหารครัว สวนสนซีฟู้ด	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง	1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 2. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
		3. ชมรม / สมาคม การท่องเที่ยว จำนวน 30 ปี			
13.ครัวลำพู แหลม ตะลุมพุก	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว) ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงานจังหวัด จำนวน - ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
14.ร้านเจ้าจอม	1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว) ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง	1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 2. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. ชมรม / สมาคม การท่องเที่ยว	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
15.เม็ดทราย	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. รายได้ลดน้อยลงเนื่องจาก สภาวะทางเศรษฐกิจ	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
16.ครัวอนุรักษ์	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน - ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
17.เถาว์ลัย ซีฟู้ด	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง 3. อัตราการแข่งขันของ	ไม่มีเครือข่าย		1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
	ผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น 4. ปัญหาด้านบุคลากร พนักงาน มีการเปลี่ยนค่อนข้างบ่อย				
18.ครัวเนินตาข้า	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. อัตราการแข่งขันของ ผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 1 ปี	ระดับกลุ่มจังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	ผู้รับผิดชอบจาก หน่วยงาน ภาครัฐ
19.โกเตง	1. จำนวนผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อ เปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	ไม่มีเครือข่าย	-	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
20.โกกู่	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยว)ลดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต 2. พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง 3. อัตราการแข่งขันของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น 4. ปัญหาด้านบุคลากร พนักงานมีการเปลี่ยนค่อนข้างบ่อย 	ไม่มีเครือข่าย	-	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	

4.2.3. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 ราย ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า

1.) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียวจำนวน 5 ราย ไม่จดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และเกิดจากการรวมกลุ่มของชุมชน จำนวน 5 ราย



ภาพที่ 4.3 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกส้มโอทับทิมสยาม

2.) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการพบเจอในปัจจุบัน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจากปีที่ผ่านมา และรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาลดลงประมาณ 80% ซึ่งสาเหตุมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น ราคายางลดลง ส่วนประเด็นด้านภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิต จึงไปสั่งซื้อสินค้าหรือซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเองจะได้ราคาที่ถูกกว่า

3.) การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 ราย พบว่า ปัจจุบันมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำหรับผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้เข้าร่วมในการเป็นเครือข่ายถ้ามีการติดต่อประสานงานไปก็ยินดีที่จะร่วมเข้าการเป็นเครือข่าย จำนวน 5 ราย นอกจากนั้นยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายได้เลย

4.) วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเครือข่ายจากการสัมภาษณ์ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 ราย พบว่า สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง

5.) ประเด็นดังกล่าวบุคคลที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้นั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้ให้ความสำคัญกับ องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช เทศบาลเมืองปากพนัง



ภาพที่ 4.4 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกริงนก



ภาพที่ 4.5 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายของที่ระลึกน้ำตาลจาก

6.) ข้อเสนอแนะ ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกจำนวน 10 ราย จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้เข้าร่วมประชุมได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ต่างมีความเห็นตรงกันถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไข

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ของที่ระลึก

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับเครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง
1.12 นักซ์ตร	1. จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 2. ลูกค้าส่วนใหญ่จะไปสั่งซื้อสินค้าที่กลุ่มผู้ผลิต	ไม่เข้าร่วม เครือข่าย		1. แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมาตรฐาน	หอการค้า
2.สุริยา เครื่องเงิน	1. จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 2. ภัยธรรมชาติ อุทกภัย 3. ยอดขายลดลงประมาณ 80% จากปีที่ผ่านมา	ยังไม่เข้าร่วมแต่ ยินดีที่จะเข้าร่วม	ต้องการให้มีตู้ ATM บริการ ลูกค้า	1. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. พาณิชย์จังหวัด
3.อลิษา หมานรุน	1. จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 2. ภัยธรรมชาติ อุทกภัย 3. สภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาขายพาราลดลง	หอการค้า จังหวัด 20 ปี เศษ		1. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณาประชาสัมพันธ์)	1. หอการค้า 2. การท่องเที่ยว
4.แชมพู สมุนไพร	1. การแข่งขันของผู้ประกอบการเองในชุมชน 2. การขายตัดราคาของกลุ่มผู้ประกอบการ	อบต. / เทศบาล / อบจ.	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
	ประเภทเดียวกัน	/ สำนักงานจังหวัด จำนวน 30 ปี	/ จังหวัด	2.แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง หรืออำนาจต่อรอง	
5.ชนมลา	1. การแข่งขันของผู้ประกอบการเองใน ชุมชน 2. การขายตัดราคาของกลุ่ม ผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 30 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด	1. แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง หรืออำนาจต่อรอง 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพและมาตรฐาน 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	กลุ่ม ผู้ประกอบการ ในชุมชนหอย รอก
6.รังนก	1. การแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง 2. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 3. เรื่องระบบการขนส่ง ที่ทำให้สินค้า เกิดความเสียหาย	ไม่มีเครือข่าย	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ทาง ธุรกิจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ	หน่วยงาน ภาครัฐและกลุ่ม นักวิชาการ

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
				3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น	
7.ส้มโอแสง วิมาน	1. การแข่งขันของผู้ประกอบการเองใน ชุมชน 2. การขายตัดราคาของกลุ่ม ผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 30 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2.แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง หรืออำนาจต่อรอง	
7.กลุ่ม ปลากระบอก ร้า	1. การแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง 2. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 3. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	ชมรม / สมาคม การ ท่องเที่ยว...OTOP และตลาดประชารักษ์	ระดับกลุ่มจังหวัด	1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	หน่วยงาน ภาครัฐและกลุ่ม นักวิชาการ
8.ผลิตภัณฑ์ ที่ทำจากต้น	1. เกิดธุรกิจประเภทเดียวกัน(โรงเหล้า) เพิ่มมากขึ้น	กลุ่มเกษตรกร/ สหกรณ์ จังหวัด	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด	1. แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง	หน่วยงาน ภาครัฐและกลุ่

ชื่อร้าน	ปัญหา	การมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
จาก คุณโสรัตน์	2. การขายตัดราคาของกลุ่ม ผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน 3. เกิดการแข่งขันกันสูงเนื่องจากมีการ เผยแพร่องค์ความรู้	จำนวน 14 ปี		หรืออำนาจต่อรอง 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพและมาตรฐาน 3. เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น	นักวิชาการ
9.ขนมเปียะ โกชัย	1. การแข่งขันของผู้ประกอบการเองใน ชุมชน 2. การขายตัดราคาของกลุ่ม ผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน	อบต. / เทศบาล / อบจ. / สำนักงาน จังหวัด จำนวน 30 ปี	ภายในเฉพาะ ตำบล / อำเภอ / จังหวัด	1.เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวใน พื้นที่เพิ่มขึ้น 2.แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลัง หรืออำนาจต่อรอง	
10.กลุ่มจักร สาน	1. การแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง 2. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 3. พฤติกรรมและกำลังซื้อของ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง	ชมรม / สมาคม การ ท่องเที่ยว....OTOP และตลาดประชารักษ์	ระดับกลุ่มจังหวัด	1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว(โฆษณา ประชาสัมพันธ์)	หน่วยงาน ภาครัฐและกลุ่ม นักวิชาการ

4.2.3. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ราย ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ส่วนใหญ่พบว่า

1.) ด้านนโยบาย

ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพในชุมชนเพื่อยกระดับสินค้า พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวและผลักดันการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันพบว่าภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเจอปัญหาเกี่ยวกับผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการและความต่อเนื่องในการเข้าร่วมกำหนดทิศทาง และวัตถุประสงค์หลักของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อต้องการที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางธุรกิจและการสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป



ภาพที่ 4.6 : การลงพื้นที่สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายกองการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองปากพนัง

2.) ด้านการให้ความร่วมมือจากชุมชน

การให้ความร่วมมือจากชุมชนต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือมากนักเนื่องจากบางพื้นที่ของชุมชนยังมีความขัดแย้งเรื่องของแนวความคิดในการทำการท่องเที่ยว และยังไม่ค่อยมีความรู้ในส่วนของการทำการท่องเที่ยวมากนัก

3.) ด้านการให้ความร่วมมือจากผู้ประกอบการ

การให้ความร่วมมือจากผู้ประกอบการต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันจะช่วยเหลือเรื่องการส่งเสริมการขาย แต่ก็ยังมีบางส่วนที่ยังไม่ได้เข้ามาร่วมกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องอาจจะเนื่องมาจากการจดทะเบียนการทำธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย

4.) ข้อเสนอแนะ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 5 ราย จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้เข้าร่วมประชุมได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ต่างมีความเห็นตรงกันถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแก้ไข

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงาน	ปัญหา	นโยบาย	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	ความคาดหวัง	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
1. เทศบาลเมืองปาก พั้ง อ. ปากพั้ง จ. นครศรีธรรมราช	1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ชอบการรวมกลุ่ม มีความคิดเป็นของตนเอง 2. ปัญหาของกลุ่มธุรกิจที่พัก เช่น โฮมสเตย์ ชาตองค์ ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ 3. ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีคุณภาพ (ตลาดน้ำ/เรือนำเที่ยว) 2. การส่งเสริมอาชีพในชุมชน เพื่อยกระดับสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (OTOP) จัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การแปรรูป การเพิ่มมูลค่าของสินค้าตลอดจนหีบห่อ ให้มีความทันสมัยตรงตาม	รวมตัวกันภายในกลุ่ม ตำบล อำเภอ จังหวัด จำนวน 3 ปี อาทิเช่น กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลากระบอกร้า	1. ช่วยเหลือแก้ไข ปัญหา 2. สนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ 3. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทางธุรกิจ	1. การพัฒนา ผู้ประกอบการให้มี มาตรฐานรองรับใน การรองรับ นักท่องเที่ยว 2. ต้องการขยาย โอกาสให้กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มี กำลังซื้อสูงเข้ามา ท่องเที่ยว	คุณไศรยา สุขลัง การ ตำแหน่งหัวหน้า ฝ่ายบริการและ เผยแพร่วิชาการ เบอร์โทรศัพท์ 081-9564360

หน่วยงาน	ปัญหา	นโยบาย	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	ความคาดหวัง	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
		ความต้องการของตลาด เพื่อส่งออกตลาดในและ ต่างประเทศ				
2.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1. ความรู้ความเข้าใจ ของผู้ประกอบการ 2. ความต่อเนื่องใน การเข้าร่วมการกำหนด ทิศทาง	พัฒนาศักยภาพทางการ ท่องเที่ยวและผลักดันการ ท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล อำเภอ จังหวัด		พัฒนา ผู้ประกอบการให้มี ศักยภาพในการ รองรับนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	
3.หอการค้าจังหวัด	1. ทักษะ ความเข้าใจ ของผู้ประกอบการยังมี น้อย	ส่งเสริมสนับสนุน ผู้ประกอบการให้มี ศักยภาพ	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล อำเภอ จังหวัด		สร้างความร่วมมือ กับผู้ประกอบการ และพัฒนาให้ ผู้ประกอบการมี ศักยภาพ	

หน่วยงาน	ปัญหา	นโยบาย	การมีส่วนร่วมกับ เครือข่าย	วัตถุประสงค์	ความคาดหวัง	บุคคลที่ทำให้ เครือข่าย เข้มแข็ง
4. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด นครศรีธรรมราช	1. ความรู้ความเข้าใจ ของผู้ประกอบการ 2. ความต่อเนื่องใน การเข้าร่วมการกำหนด ทิศทาง	1.พัฒนาศักยภาพทางการ ท่องเที่ยวและผลักดันการ ท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2. สนองนโยบายรัฐบาล ตามที่กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬากำหนด	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล อำเภอ จังหวัด		1.สามารถปฏิบัติตาม แผนนโยบายที่ กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬากำหนดไว้ได้	
5. สมาคมธุรกิจการ ท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช	1. ทักษะ ความเข้าใจ ของผู้ประกอบการยังมี น้อย	ส่งเสริมสนับสนุน ผู้ประกอบการให้มี ศักยภาพ	รวมตัวกันภายใน กลุ่ม ตำบล อำเภอ จังหวัด		1.สร้างความร่วมมือกับ ผู้ประกอบการและ พัฒนาให้ ผู้ประกอบการมี ศักยภาพ 2.พัฒนาผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการ รองรับนักท่องเที่ยว และการส่งเสริม	

4.3 แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

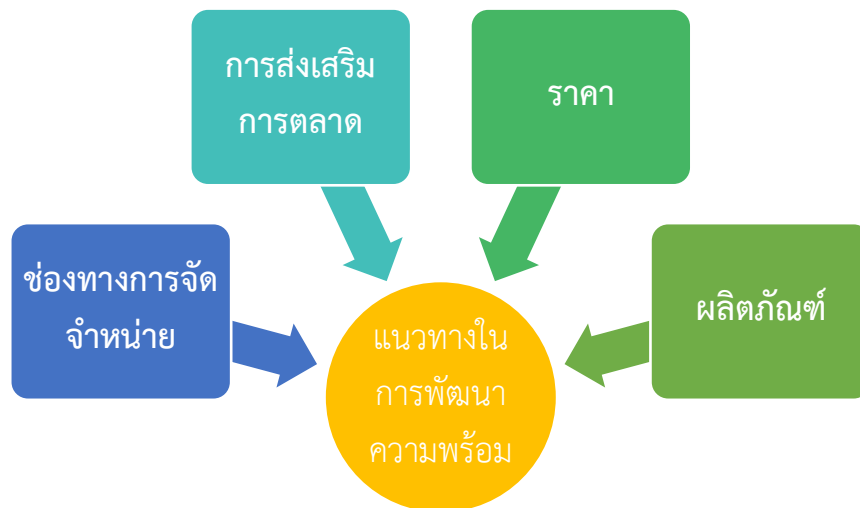
4.3.1 แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพลงในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

❖ แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการในภาพรวม

จากผลการวิเคราะห์ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 4.3 และ 4.8 คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความพร้อมของผู้ประกอบการในระดับสูงแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว จึงอาจไม่จำเป็นต้องในรับการพัฒนาในขณะนี้ ซึ่งตรงกันข้ามกับความพร้อมของผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับต่ำที่ควรเป็นปัจจัยที่ต้องได้รับการพัฒนา

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในประเด็นช่องทางการจัดจำหน่ายต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า การจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน การมีช่องทางชำระเงินออนไลน์ และการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่น ๆ

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในประเด็นกระบวนการจัดการต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อในด้านการจัดการ พบว่า การประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพอง การวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองไว้อย่างชัดเจน และการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองไว้อย่างชัดเจน เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความพร้อมต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่น ๆ จากข้อมูลข้างต้น ผู้ประกอบการจึงควรได้รับการพัฒนาความพร้อมดังนี้



ภาพที่ 4.7 แนวทางในการพัฒนาความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด

➤ **ด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

1. การสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการในการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านให้แก่ลูกค้า เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันเน้นความสะดวกสบาย ไม่ต้องการรอสินค้าเป็นเวลานาน ผู้ประกอบการควรมีความสามารถและความเข้าใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการบรรจุหีบห่อเพื่อจัดส่งให้ถึงบ้านของลูกค้าโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้หน่วยงานที่ให้บริการส่งพัสดุจัดส่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

2. การสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการชำระค่าสินค้าและบริการ เนื่องด้วยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทหลักในการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ รวมไปถึงการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงควรพัฒนาให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านนี้ได้

3. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกเหนือไปจากการใช้ช่องทางสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยวโดยอาจใช้บริษัทนำเที่ยวเป็นคนกลางเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบริษัทนำเที่ยวสามารถใช้ช่องทางการตลาดแบบหนึ่งระดับที่บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยตรง และช่องทางแบบสองระดับที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขายให้กับหน่วยงานหรือองค์กร การใช้คนกลางเป็นช่องทางจะสามารถกระจาย

สินค้าไปยังกลุ่มของผู้บริโภคได้รวดเร็วขึ้น และสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

➤ ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. เพื่อเป็นการเพิ่มยอดการจัดจำหน่าย และเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น
2. ควรมีการจัดของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ อาจเป็นสินค้าชำร่วยชิ้นเล็ก ๆ เพื่อสร้างความรู้จักให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ รวมไปถึงของขวัญที่สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของปากพ่อง เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีอาหาร วิถีการเกษตร วิถีตามรอยพ่อ ร. 9 เป็นต้น
3. การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลตพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล ซึ่งถือเป็นช่องทางการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการ เพราะเป็นช่องทางให้กับลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อบริการซ้ำ

➤ ด้านราคา

1. การตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการ
2. การแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้
3. การกำหนดระดับราคาที่มีให้เลือกหลากหลาย เพื่อเป็นการกระจายช่องทางการจำหน่ายได้ทุกระดับของกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มรายได้น้อย รายได้ปานกลาง หรือกลุ่มที่มีรายได้สูง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เน้นความคุ้มค่าในการใช้จ่ายใช้สอย

➤ ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น ควรมีการพัฒนาโดยมุ่งเน้นถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้
2. ความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นช่องทางในการเพิ่มกลุ่มลูกค้าทุกระดับ
3. บริการความปลอดภัยควรมีการจัดระบบความปลอดภัยให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในพื้นที่ที่ให้บริการเพราะความปลอดภัยถือเป็นสิ่งที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยว

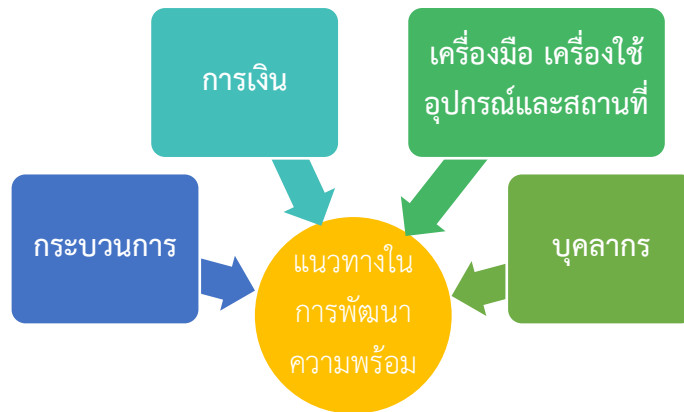
❖ แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.40 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรเพิ่มบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน 2. ควรเพิ่มช่องทางการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เช่น การบริการบัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง 3. ควรมีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางอินเทอร์เน็ต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ 2. ธุรกิจนำเข้า
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ 2. ควรจัดทำของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ 3. ควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งราคาให้คำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน

การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
	2. ควรมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน 3. ควรมีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย	นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช	
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีความเป็นเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น 2. เพิ่มความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ 3. เพิ่มบริการความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ	1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช	1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน 2. หน่วยงานให้ความรู้และรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัย

สำหรับแนวทางการพัฒนาความพร้อมเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ควรได้รับการพัฒนาความพร้อม ดังนี้



ภาพที่ 4.8 การพัฒนาความพร้อมเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

➤ **ด้านกระบวนการ**

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

➤ **ด้านการเงิน**

1. ควรเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ โดยธุรกิจสามารถใช้การเร่งเงินสดรับเข้าด้วยการกระตุ้นรายรับที่เป็นเงินสดจากการลดราคา การชิงรางวัล การมีของแถมของแถม เป็นต้น รวมไปถึงการชะลอเงินสดจ่ายออกด้วยการขอความร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบในการชำระค่าวัตถุดิบล่าช้า การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแทนการจ่ายเป็นเงินสด เป็นต้น
2. ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน โดยยึดหลักการนำเงินทุนระยะยาวมาใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนส่วนถาวร และนำเงินทุนจากแหล่งเงินทุนระยะสั้นมาใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนส่วนผันแปร

3. ควรมีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะยังสามารถดูแลและตรวจสอบบัญชีรายได้ ค่าใช้จ่าย ที่มาของเงินทุน และการใช้ไปของเงินทุน เพื่อให้สอดคล้องเป็นไปตามแผนงานและงบประมาณที่ได้วางไว้

➤ **ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่**

3.1 ควรมีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.2 ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.3 ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ใกล้ชิดธรรมชาติ

➤ **ด้านบุคลากร**

4.1. ควรเพิ่มเทคนิคการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม คณะได้ทั่วถึง และทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

4.2 ควรเพิ่มความรู้และความชำนาญในการผลิตและให้บริการด้วยความเต็มใจและถูกต้องตามมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน

4.3 ควรเพิ่มเทคนิคและทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการให้กับพนักงาน

❖ **แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ**

ตารางที่ 4.41 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านกระบวนการ	1. ควรการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง 2. การวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน	1. ทอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด	1. ธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
	3. การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน	นครศรีธรรมราช	
ด้านการเงิน	1. เพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ 2. เพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน 3. ควรมีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ	1. หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. SMEs Bank	1. สถาบันการเงินธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ
ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่	1. ควรมีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ใกล้ชิดธรรมชาติ	1. หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สมาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	1. บริษัทออกแบบเอกชน
ด้านบุคลากร	1. เพิ่มเทคนิคการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม คณะได้ทั่วถึงและทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. เพิ่มความรู้และความชำนาญในการผลิตและให้บริการด้วย	1. หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สมาอุตสาหกรรมจังหวัด	1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน 2. ชมรมการบริหารงานบุคคล

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
	<p>ความเต็มใจและถูกต้องตามมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน</p> <p>3. เพิ่มเทคนิคและทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการให้กับพนักงาน</p>	นครศรีธรรมราช	

4.3.2 แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสำรวจผู้ให้ข้อมูลหลักในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกข้อมูลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ผลและนำมาดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อหาแนวทางในการการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น ผู้ประกอบการของธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยจากผู้แทน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก นักวิชาการ และ หน่วยงาน ภาครัฐซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานส่วนปกครองท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบดูแลการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช อาทิเช่น อบต.ต่างๆ เทศบาลเมืองปากพ่อง และสมาชิกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 75 ตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ คือ

1. คณะผู้วิจัยนำเสนอประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและให้กลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึก และหน่วยงานภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อในขั้นต่อไป

ตารางที่ 4.42 สรุปประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	การแสดงความ คิดเห็น	
		เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย
กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก			
1.	ปัญหา ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจที่พักส่วนใหญ่ประสบปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการพบเจอในปัจจุบันคือ นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดน้อยลงเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว สำหรับด้านลูกค้าที่มาพักเป็นลูกค้าตามกระแสตามสังคมในปัจจุบัน เมื่อหมดกระแสดังกล่าวลูกค้าจะมีจำนวนที่ลดลง ประกอบกับปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่เปิดให้บริการห้องพักมากขึ้น เช่น อพาร์ทเมนท์ ส่งผลให้ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกที่พักเพิ่มขึ้นและทำให้ลูกค้าเก่าที่เคยเข้าพักลดลง สำหรับปัญหาภายในของผู้ประกอบการเอง เช่น อัตราการเข้าออกของพนักงานมีอัตราที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากสถานประกอบการที่พักไม่ได้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภูเก็ต กระบี่ พังงา เป็นต้น	✓	
2.	การมีส่วนร่วมกับเครือข่าย ยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใดเลยจำนวน 8 รายและผู้ประกอบการธุรกิจที่พักได้มีการร่วมมือและมีเครือข่ายจำนวน 32 ราย (เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้รวมตัวกันภายในชุมชน)	✓	
3.	วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเครือข่ายจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 ราย พบว่า 1. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2. เพื่อลดภาวะการแข่งขันของธุรกิจ และ 3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (โฆษณาประชาสัมพันธ์) ตามลำดับ	✓	
4.	บุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือ		✓

ลำดับ	ประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	การแสดงความ คิดเห็น	
		เห็น ด้วย	เห็นด้วย
	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ชมรม/สมาคมโรงแรมจังหวัดนครศรีธรรมราช		
กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร			
1.	ปัญหา จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และเมื่อจำนวน นักท่องเที่ยวลดลงส่งผลให้รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสำหรับธุรกิจ ร้านอาหารก็มีอัตราการด้อยลงเช่นกัน ประกอบกับปัจจุบันพื้นที่ในภาคใต้ได้รับ ผลกระทบจากปัญหาอุทกภัย สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการ ประกอบอาชีพประมง ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลค่อนข้างสูงจึงไม่สามารถ นำมาจำหน่ายในราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้	✓	
2.	การมีส่วนร่วมกับเครือข่าย ปัจจุบันมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช จำนวน 4 ราย นอกจากนั้นยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายใดเลย	✓	
3.	วัตถุประสงค์ สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารต้องการที่จะเข้า ร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จาก การท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มมากขึ้น	✓	
4.	บุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรมสมาคมการท่องเที่ยว		✓

ลำดับ	ประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	การแสดงความ คิดเห็น	
		เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย
กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก			
1.	ปัญหา จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจากปีที่ผ่านมา และรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาลดลงประมาณ 80% ซึ่งสาเหตุมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น ราคายางลดลง ส่วนประเด็นด้านภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิต จึงไปสั่งสินค้าหรือซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเองจะได้ราคาที่ถูกกว่า	✓	
2.	การมีส่วนร่วมกับเครือข่าย ปัจจุบันมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำหรับผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้เข้าร่วมในการเป็นเครือข่ายถ้ามีการติดต่อประสานงานไปก็ยินดีที่จะร่วมเข้าการเป็นเครือข่าย จำนวน 5 ราย นอกจากนั้นยังไม่เคยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายได้เลย	✓	
3.	วัตถุประสงค์ สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ และ 3) แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง	✓	
4.	บุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้เครือข่ายเข้มแข็งคือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช เทศบาลเมืองปากพอง	✓	

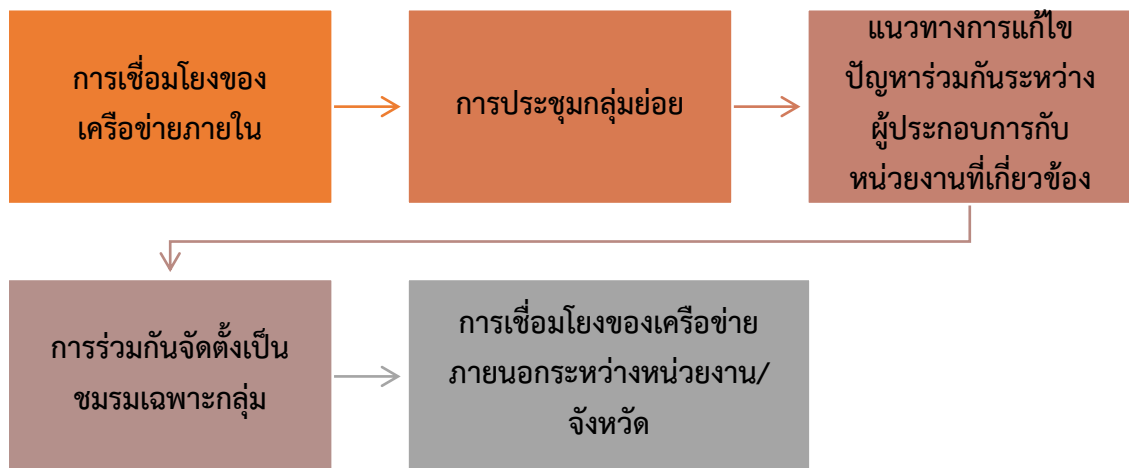
ลำดับ	ประเด็นที่ได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	การแสดงความ คิดเห็น	
		เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย
กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง			
1.	<p>ด้านนโยบาย</p> <p>ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพในชุมชนเพื่อยกระดับสินค้าพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวและผลักดันการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันพบว่าภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเจอปัญหาเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการและความต่อเนื่องในการเข้าร่วมกำหนดทิศทาง และวัตถุประสงค์หลักของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อต้องการที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางธุรกิจและการสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป</p>	✓	
2.	<p>ด้านการให้ความร่วมมือจากชุมชน</p> <p>การให้ความร่วมมือจากชุมชนต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือมากนักเนื่องจากบางพื้นที่ของชุมชนยังมีความขัดแย้งเรื่องของแนวความคิดในการทำการท่องเที่ยวและยังไม่ค่อยมีความรู้ในส่วนของการทำการท่องเที่ยวมากนัก</p>	✓	
3.	<p>ด้านการให้ความร่วมมือจากผู้ประกอบการ</p> <p>การให้ความร่วมมือจากผู้ประกอบการต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันจะช่วยเหลือเรื่องการส่งเสริมการขาย แต่ก็ยังมีบางส่วนที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องจะเนื่องมาจากการจดทะเบียนการทำธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย</p>	✓	

2. คณะผู้วิจัยนำเสนอโมเดลที่ก่อให้เกิดแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4.9 โมเดลที่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เพื่อคิดค้นกระบวนการการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกลุ่มระดับจังหวัดกันแต่ยังไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะระดับตำบล หรืออำเภอ ทั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยและกลุ่มสถานประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นที่ตรงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าถ้าหากต้องการที่จะพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ในมีระบบการดำเนินงานการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดีขึ้น ควรริเริ่มจากกระบวนการ “การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความเห็นและปรึกษาถึงสถานการณ์ที่พบเจอกันในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึก ภายในกลุ่มกันเอง หรือเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มกันเอง และในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดทำฐานข้อมูลในการวางแผนงบประมาณในการส่งเสริม ช่วยเหลือ และจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งได้ โดยมีกระบวนการ คือ



ภาพที่ 4.10 กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัว

- 1) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายใน เช่นการให้ความสำคัญที่ตัวบุคคล ผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์ หรือความอาวุโส เป็นต้น
- 2.) การประชุมกลุ่มย่อยทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาของพื้นที่
- 3.) แนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ
4.) การร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่มของตนเองขึ้นเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น ประสบการณ์จนรวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ๆ ที่ดีกว่า ให้แก่กลุ่มมาปรับและประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง นำไปสู่การรวมกลุ่มระดับชุมชน หรือสมาคม ที่มีความเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่น มีผู้นำกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่ม ในการทำหน้าที่ประสานงานและทำความร่วมมือเพื่อนำไปสู่
- 5.) การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงาน/จังหวัด เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต่อไป

3. คณะผู้วิจัยได้เปิดเวทีให้ผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แสดงทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับโดเมนกระบวนการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัด นครศรีธรรมราชที่นำเสนอ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แสดงความ คิดเห็นแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมีการพูดคุยในการจัด ประชุมกลุ่มย่อยในกลุ่มประเภทของสถานประกอบการและพบข้อมูลสรุปที่สร้างอัตลักษณ์และ นำไปสู่การร่วมกลุ่มในการพัฒนาแนวทางเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำ ปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช เฉพาะกลุ่มจากผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในเฉพาะ กลุ่มจังหวัด ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักมีการสอบถาม ความคิดเห็นเพื่อปรึกษาหารือในการหาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่ เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการร่วมกลุ่มเพื่อการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายความร่วมมือเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ พักในลุ่มน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง โดยได้มีการนำเสนอชื่อของ คุณชินวัฒน์ เจริญศรี ผู้ประกอบการจากเจริญศรี รีสอร์ท เป็นผู้นำและเจ้าภาพในการดำเนินการ จัดการร่วมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเพื่อหารือ การ

กำหนดข้อตกลงและผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม มีการประชุมกลุ่มย่อยวิเคราะห์สถานการณ์ของการท่องเที่ยวช่วยกันพัฒนาและผลักดันในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นแสดงความคิดเห็นเพื่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการตามนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ส่วนใหญ่ยังไม่มีมารวมกลุ่มเพื่อการเชื่อมโยง

ของเครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่ม ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้พบว่า คุณวรวิญญา สวัสดิ์สินธุนาท ผู้ประกอบการจากร้านอาหารบ้านชายคลอง ขอเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพในการสร้างเครือข่ายเฉพาะผู้ประกอบการจากร้านอาหารในลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยตรง จากนั้นแสดงความคิดเห็นเพื่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการดำเนินแนวทางการร่วมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเพื่อหารือ ประชุมกลุ่มย่อยวิเคราะห์สถานการณ์ของการท่องเที่ยวช่วยกันพัฒนาและผลักดันในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการบางรายในการเสนอประเด็นที่เป็นประโยชน์และถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากคือ การหารือเรื่องของการกำหนดข้อตกลงและผลประโยชน์ที่จะได้จากการการร่วมกลุ่มในครั้งนี้ ในการผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการตามนโยบายการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

3.3 ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีการรวมกลุ่มเครือข่าย

ภายในเฉพาะกลุ่ม ในการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มนี้จะมีเฉพาะจากผู้ประกอบการกลุ่มอื่น เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีผลมาจากภาคเกษตรกรรมและวิถีประมง มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพเฉพาะกลุ่มอาชีพ อาทิเช่น กลุ่มปลากระบอกร้า กลุ่มส้มโอทับทิมสยาม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกยังแสดงเจตนาความต้องการรวมกลุ่มของฝากและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก เพื่อการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในเฉพาะกลุ่มกัน นอกจากนั้นยังต้องการรวมกลุ่มระหว่างกลุ่มธุรกิจด้วย เพื่อประโยชน์การเชื่อมโยงและการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง และมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตนเองและช่วยกันขยายช่องทางให้การส่งต่อผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้ออีกด้วย

3.4 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น เทศบาลนครนครปากพอง หน่วยงานของ

ภาครัฐในพื้นที่ นักวิชาการ รวมถึงบริษัททัวร์และมัคคุเทศก์ที่เข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้ พบว่า ลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีที่มีศักยภาพแหล่งหนึ่ง ด้วยอัตลักษณ์ของพื้นที่ และวิถีชุมชนที่มีความหลากหลายและน่าสนใจตั้งแต่อดีตถึง

ปัจจุบัน ทุกหน่วยงานจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ ทางกลุ่มได้พูดคุยกันภายในกลุ่มของตนว่า “*เครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง*” นั้นล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยผลักดันและส่งเสริมต่อการพัฒนาพื้นที่ฯ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อชุมชนสามารถช่วยเหลือระบบหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ การหารายได้และขับเคลื่อนความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้นๆ ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงเปิดประเด็นการพูดคุยที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พอจะช่วยเหลือได้ คือ

- 1.) การปรับปรุงด้านระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น
- 2.) ด้านความช่วยเหลือและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว คนในชุมชน ทั้งความรู้สึกและทรัพย์สิน เช่น อปพร. กล้องวงจรปิด ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
- 3.) ด้านสาธารณสุข ความสะอาดของอาหาร เช่น การจัดโครงการให้ความรู้ด้านสุขอนามัยสำหรับพื้นที่ให้บริการและกระบวนการสุขอนามัยสำหรับผู้บริโภค
- 4.) งานปรับปรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่ เช่น ป้ายสื่อความหมาย การจัดการขยะ การควบคุมโรค
- 5.) ศูนย์บริการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง และอีกหนึ่งประเด็นที่ขาดไม่ได้เลยคือ
- 6.) การแจ้งให้คนในชุมชนทราบถึงการพัฒนาของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่นการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่คนในชุมชนทราบต่อไป

4. ในการจัดประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้ คณะนักวิจัย พบว่า ประเด็นที่มีการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นร่วมกันในแต่ละกลุ่มย่อยนั้น สามารถสกัดออกมาเป็นข้อตกลง “*แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช*” โดยมีประกอบไปด้วยประเด็นดังต่อไปนี้

- 1.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องความต้องการเป็นไปในทิศทางเดียวกับการจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย
- 2.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องมีวัตถุประสงค์เดียวกับการจัดตั้งกลุ่มกลุ่มเครือข่าย
- 3.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องแสดงความคาดหวังหรือมีเป้าหมายที่มีประโยชน์ร่วมกันในการจัดตั้งกลุ่มกลุ่มเครือข่าย

4.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในการกำหนดข้อตกลง ผลประโยชน์ร่วมกัน ในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย

5.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะต้องร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการบริหารและกำหนดตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบงานเครือข่ายในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายควรประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มคนภายนอกรับทราบข้อมูลและเข้าร่วมกลุ่มเพิ่มเติม เนื่องจากปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่ทุกวัน

6.) ผู้เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายต้องสามารถให้ความร่วมมือได้ทั้งภายในและระหว่างเครือข่ายตามโอกาสและสถานการณ์

5. ในการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช นั้นได้เล็งเห็นถึงการใช้ประโยชน์ของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิเช่น บริษัททัวร์ หน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว ฯ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และผู้แทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้แทนจากเทศบาลเมืองปากพอง ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 53 คน ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 114 คน และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 33 คน

ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

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

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการเลือกวัสดุ หรือวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์และประกอบการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่นน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38)

1.1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นราคาที่มีความคุ้มค่ากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการบริการน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.35)

1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการขายโดยตรง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.38)

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประเด็นการจัดการพบปะและการประชุมด้านการท่องเที่ยวหรือที่เกี่ยวข้องมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.15) และผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยที่สุดในประเด็นการแจกของขวัญแจกในเทศกาลต่าง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

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

1.1.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44)

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

1.2.1 ด้านบุคลากร ประเด็นพนักงานของสถานประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของปากพนัง และจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความพร้อมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) โดยมีประเด็นด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ความรู้และความชำนาญในผลิตภัณฑ์ ความเต็มใจและความถูกต้องในการให้บริการ และความรู้และทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความพร้อมในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32)

1.2.2 ด้านการเงิน ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอนาคตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นมีสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.19)

1.2.3 ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการออกแบบการแต่งกายของพนักงานที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราชน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.98)

1.2.4 ด้านกระบวนการจัดการ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านมีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก ลูกค้าไม่ต้องรอนานสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยผู้ประกอบการมีความพร้อมในประเด็นการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03)

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

1.2.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน โดย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยระดับความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว จำนวน 70 คน ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 40 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการธุรกิจของฝากและสินค้าที่ระลึก จำนวน 10 คน และผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 75 คน มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาหลัก ๆ คือ นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดน้อยลง ประกอบกับปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่เปิดให้บริการห้องพักมากขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาภายในของผู้ประกอบการเอง เช่น อัตราการเข้าออกของพนักงานมีอัตราที่ค่อนข้างสูง

ส่วนใหญ่มิมีส่วนร่วมกับการเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีการส่งเสริมผู้ประกอบการให้รวมตัวกันภายในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ลดสถานะการแข่งขันของธุรกิจ และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช และชมรม/สมาคมโรงแรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหน่วยงานที่สามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็งได้

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว ปัญหาส่วนใหญ่ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และ สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพประมง ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลค่อนข้างสูงจึงไม่สามารถนำมาจำหน่ายในราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้

ส่วนใหญ่มิเคยเข้าร่วมกับเครือข่ายใด สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมี 3 ประเด็น คือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราชในการเป็นบุคคลที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีรูปแบบการบริหารงานเจ้าของคนเดียว และเกิดจากการรวมกลุ่มของชุมชน ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการคือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิต จึงไปสั่งซื้อสินค้าหรือซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเอง

ผู้ประกอบการมีการรวมตัวกันภายในกลุ่มระดับจังหวัดกับหน่วยงานราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัด ชมรม/สมาคมการท่องเที่ยว สำหรับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมีประเด็นหลักอยู่ 3 ประเด็นคือ 1) เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ 3) แสวงหาแนวร่วมกับกลุ่ม/ชุมชนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรเพื่อให้เกิดพลังหรืออำนาจต่อรอง โดยเห็นว่าสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และเทศบาลเมืองปากพองเป็นหน่วยงานที่จะสามารถทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง

2.4 ผู้แทนจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพในชุมชนเพื่อยกระดับสินค้า พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว และผลักดันการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โดยยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือมากนักจากชุมชน เนื่องจากบางพื้นที่มีความขัดแย้งเรื่องของแนวความคิดในการทำการท่องเที่ยว และยังไม่ค่อยมีความรู้ในส่วนของการทำงานท่องเที่ยวมากนัก ในขณะที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือเรื่องการส่งเสริมการขาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

3.1 แนวทางการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาความพร้อมใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 5.1 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรเพิ่มบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน 2. ควรเพิ่มช่องทางการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เช่น การบริการบัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง 3. ควรมีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางอินเทอร์เน็ต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ 2. ธุรกิจนำเที่ยว
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ 2. ควรจัดทำของขวัญแจกในเทศกาลต่าง ๆ 3. ควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชน/รัฐบาล 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งราคาให้คำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการ 2. ควรมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน 3. ควรมีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน

การบริหารจัดการด้านการตลาด	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
		3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น 2. เพิ่มความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ 3. เพิ่มบริการความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ	1. หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	1. หน่วยงานฝึกอบรมภาคเอกชน 2. หน่วยงานให้ความรู้และรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัย

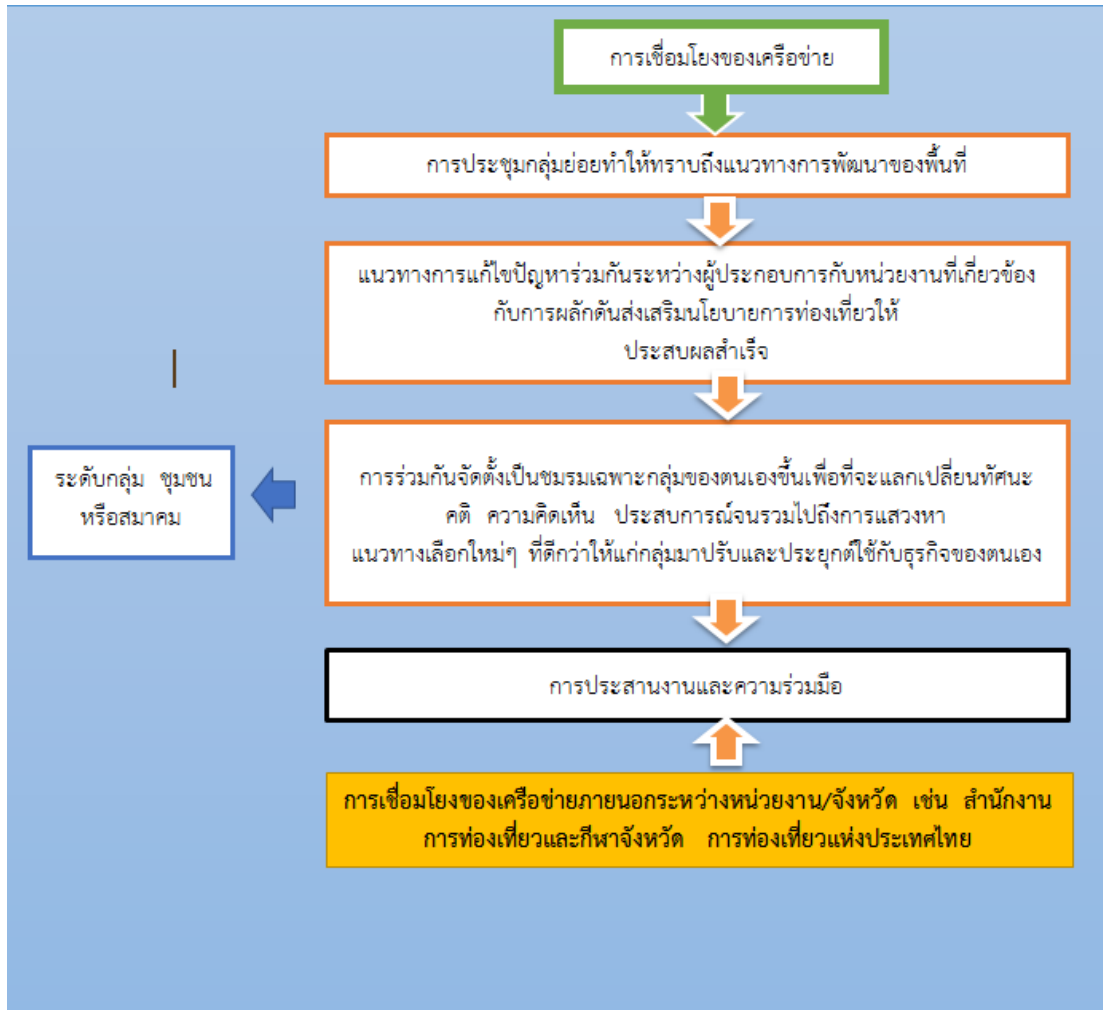
แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 5.2 แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านกระบวนการ	1. ควรมีการประสานความร่วมมือจากภายนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง 2. ควรมีการวางแผนการดำเนินงานสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน 3. การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังให้ชัดเจน	1. หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	1. ธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารจัดการธุรกิจ	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาคเอกชน
ด้านการเงิน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ 2. เพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน 3. ควรมีการจัดทำแผนทางการเงินเพื่อประมาณผลกำไรและขาดทุนในการดำเนินธุรกิจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. SMEs Bank 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ ฯลฯ
ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ และ สถานที่	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิต และ วัฒนธรรมของชาวปากพนัง/จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. ควรมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ใกล้ชิด ธรรมชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทออกแบบ เอกชน
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มเทคนิคการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะได้ทั่วถึงและทันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. เพิ่มความรู้และความชำนาญในการผลิตและให้บริการด้วยความเต็มใจและถูกต้องตามมาตรฐานการบริการให้กับพนักงาน 3. เพิ่มเทคนิคและทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สำหรับงานบริการให้กับพนักงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานฝึกอบรม ภาคเอกชน 2. ชมรมการบริหารงานบุคคล

3.2 แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพองในอำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำเสนอโมเดล ดังนี้



ภาพที่ 5.1 โมเดลแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษา ความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนน้ำปากพ่องในอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขมี งามศรี และคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และกิตตินาท นิธิธรรมกร และคณะ (2550) ศึกษาเรื่อง แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยมีความพร้อมมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.33) ด้านการเงิน และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และด้านกระบวนการจัดการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สลิสธร คำประเสริฐ, วิศิน เหลี่ยมปรีชา ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากผลการศึกษา พบว่า แนวทางการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านการลงทุน ด้านแรงงาน และด้านเงินทุน โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และงานวิจัยของ ชิดาร์ตัน โชคสุชาติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็น 1 ใน 3 เสาหลักของประชาคมอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่คงต้องเร่งปรับตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถ เช่น การเร่งพัฒนาตราสินค้า การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิตและการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งช่วยสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของไทย ส่วนภาครัฐก็ควรทำความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเตรียมมาตรการป้องกันเพื่อลดผลกระทบที่เพิ่มขึ้นได้ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านสินค้า ด้านการลงทุน ด้านแรงงาน และด้านเงินทุน อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สกัสนรินทร์ รัตนบุรี และ ชัยวุฒ ตรีภักตรอง (2560) ได้ศึกษาเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่าผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความพร้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือด้านบุคลากร ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์และด้านทักษะการบริหาร

ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกลุ่มระดับจังหวัดกันแต่ยังไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะระดับตำบล หรืออำเภอ ซึ่งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันต้องริเริ่มจากการสร้างกลุ่มในระดับตำบลหรืออำเภอก่อน เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความเห็นและปรึกษาถึงสถานการณ์ที่พบเจอกันในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึก ภายในกลุ่มกันเอง หรือเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มกันเอง และในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดทำฐานข้อมูลในการวางแผนงบประมาณในการส่งเสริม ช่วยเหลือ และจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งได้

โดยกระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยว ต้องเริ่มจากการเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในกลุ่มก่อน มีผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์หรือมีอาวุโสเป็นแกนนำเพื่อยึดโยงสมาชิกในกลุ่มไว้ด้วยกัน การพบปะกันอย่างสม่ำเสมอในลักษณะของการประชุมกลุ่มย่อยจะทำให้สมาชิกทุกคนมีความเข้าใจตรงกันในทิศทางของการพัฒนา ค้นหาแนวทางการแก้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยว มีการร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมเฉพาะกลุ่มของตนเองขึ้นเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น ประสบการณ์จนรวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ๆ เมื่อกลุ่มเฉพาะมีความพร้อมจะนำไปสู่การรวมกลุ่มระดับชุมชน หรือสมาคมที่มีความเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่น โดยมีผู้นำกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทหลักในประสานงานและทำความร่วมมือเพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกระหว่างหน่วยงานและจังหวัดต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (พระมหาสุทิตย์ อากาศโร, 2547) และเครือข่ายที่เกิดจากการก่อตัวของภาคประชาชน (สหทยา วิเศษ, 2547) ด้วยเครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกัน มีความสมานฉันท์ มีการร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อเรียนรู้และแก้ปัญหาร่วมกัน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ รวมไปถึงฟังพาอาศัยกัน เพื่อร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวสมาชิกเอง เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่โดยใช้ความเป็นเครือญาติ ความเป็นคนในชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการขยายเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ของกลุ่มมากขึ้น ในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง ที่ใช้การเชื่อมโยงของเครือข่ายภายในโดยให้ความสำคัญที่ตัวบุคคล ผู้นำกลุ่มที่มีประสบการณ์ และเครือข่ายที่เข้มแข็งมาจากเครือข่ายที่จัดตั้งโดยธรรมชาติ สมาชิกรวมตัวกันจากความรักในสิ่งเดียวกัน (ทัศนีย์ นาคเสนีย์ บุญอภิกาม เอี่ยมศรีปลั่ง และเบญจพร แยมจำเมือง, 2556)

อีกทั้งโมเดลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับกระบวนการสร้าง

เครือข่ายตามแนวคิดของปารีสชาติ วลัยเสถียร (2543) ซึ่งเสนอกระบวนการสร้างเครือข่าย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย 2) ขั้นติดต่อกับองค์กรที่จะเป็นเครือข่าย 3) ขั้นการสร้างพันธมิตรร่วมกัน ซึ่งเป็นการตกลงในความสัมพันธ์ต่อกันเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของกลุ่ม 4) ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์เป็นการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรม กำหนดบทบาทของสมาชิก รวมไปถึงสิทธิและหน้าที่ต่าง ๆ 5) ขั้นตอนขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่มตามพื้นที่หรือตามลักษณะของกิจกรรม และ 6) ขั้นติดตามและประเมินผล เป็นการประเมินผลการดำเนินการตามแผนที่เกิดจากเครือข่ายความร่วมมือ

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

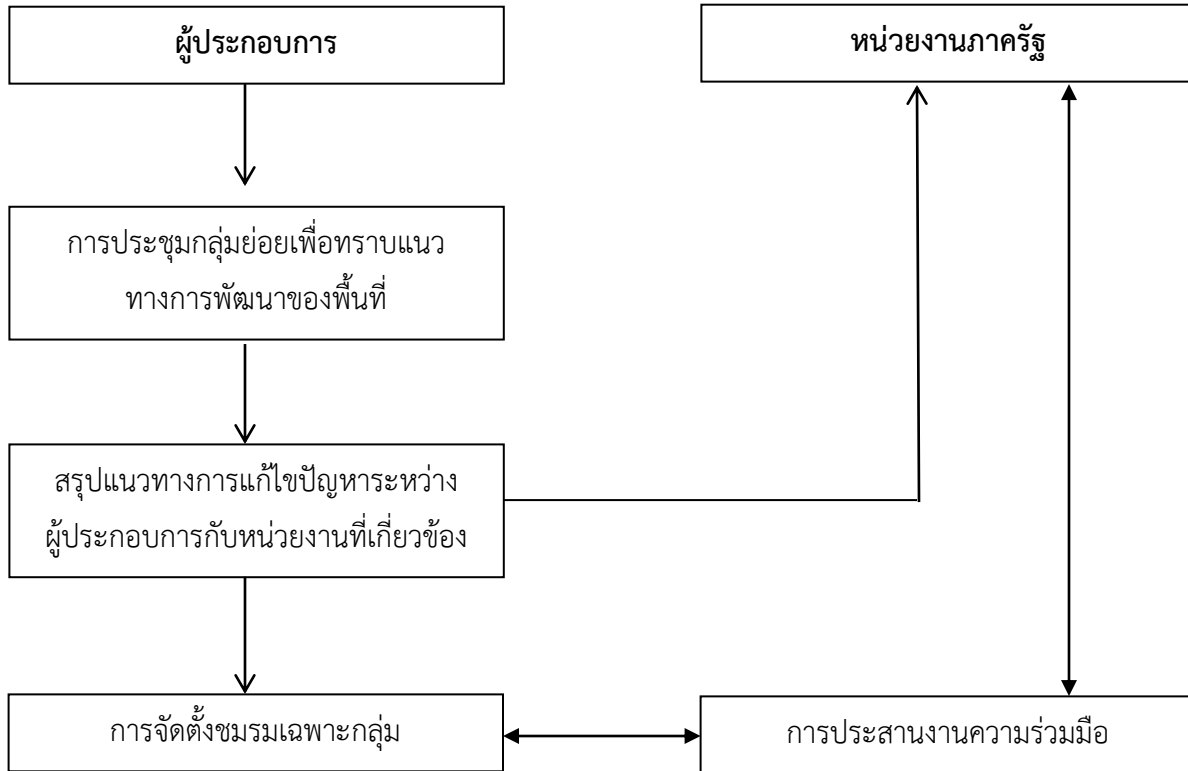
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวตามความต้องการ และความจำเป็นเพื่อพัฒนาความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการในการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนัง
2. ควรมีการนำโมเดลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนังไปทดลองใช้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงวิธีการดำเนินงานร่วมกันในการหนุนเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก จำนวน 1 คน และ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร 1 คน ขอเสนอตัวเป็นผู้นำในการสร้างเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จึงควรมีการผลักดันการสร้างเครือข่ายให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
2. ควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน และต่างกลุ่มธุรกิจเพื่อสามารถให้บริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร
3. ควรสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอปากพนัง และคนในชุมชนเกี่ยวกับบทบาทในการเป็นกลไกสำคัญสำหรับให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการระบุข้อมูลและช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในคู่มือการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่สามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 5.2 ข้อค้นพบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว.(2549). การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะกรณี: บ้านวังน้ำมอกอำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมล รัตนวิระกุล.(2550). Marketing evolution tourism related organizations.กรุงเทพฯ : สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กรมการท่องเที่ยว.(2559). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2560, http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2558).ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2560, จากhttp://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์.(2560). งานส่งเสริมเครือข่าย, องค์ประกอบของเครือข่าย, การพัฒนาเครือข่ายสู่ความยั่งยืน. กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ.สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2560,จาก <http://oppn.opp.go.th/research01.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช. (2559). เอกสารประกอบการประชุมกำหนดทิศทางส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2560วันที่ 23 มิถุนายน 2559 ณ โรงแรมเมืองลิเกอร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. อัดสำเนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กระบวนทัศน์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่. e-TAT Tourism Journal การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2552 สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com>
- กิตตินาถ นิธิธรรมกร และคณะ. (2550). แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยจันทรเกษม.
- กองข้อมูลธุรกิจ. (2560). ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2560, จาก www.dbd.go.th/download/document_file/Static/2560/T26/T26_201703.pdf
- ขจรศักดิ์ ศิริมัย. (2554). การพัฒนาระบบสมรรถนะเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคล สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก <http://competency.rmutp.ac.th/competency-assessment/>

ชาติรี แก้วมา. (2549). แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540.) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจัดพิมพ์เผยแพร่ในชุดโครงการวิถึทรรศน์
กรุงเทพฯ: โครงการวิถึทรรศน์

ชูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล. (2544). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

ฉัตรชัย ศุภระกาญจน์. 2558. พระบรมธาตุสุ่มรดกโลก. นครศรีธรรมราช : ไทม์พรีนติ้ง.

ทัศนีย์ นาคเสนีย์ บุญงอกงาม เอี่ยมศรีปลั่ง และเบญจพร แยมจำเมือง. (2556). การสร้างเครือข่ายทางการ
ท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำ
แม่กลอง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบน
ฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

ธนา ประมุขกุล.(2544). เครือข่าย. วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ปีที่ 24 ฉบับที่ 3 กค-กย
2544

จิตรรัตน์ โชคสุชาติ. (2553). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็น 1 ใน 3 เสาหลักของประชาคมอาเซียน. วารสาร มฉก.วิชาการ ปีที่ 14
ฉบับที่ 27 กรกฎาคม-ธันวาคม 2553.

นิคม จารุมณี.(2536).การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :โอ.เอส.
พรีนติ้งเฮาส.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา .(2548). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด

ปิยพร ทาวีกุล. (2544). ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษา: บ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์โพรพรีนติ้ง.

ประภาส อิทนปสาธน์ (2546.) การบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้านโคกโค้ง
อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปารีชาติ วลัยเสถียร. (2543). กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้าง
การเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พุทธชาติ ลุนคำ. (2559). ธุรกิจโรงแรม. แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2559-2561. กรุงเทพฯ: ธนาการกรุงศรี
อยุธยา

พิชชานันท์ ฐิติภัทราภรณ์ และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2559). การศึกษาความพร้อมของธุรกิจโรงแรมเพื่อเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารวิชา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p11/SummaryPlan11_thai.pdf.120

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<http://www.panyathai.or.th>.

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<http://www.panyathai.or.th>.

พระมหาสุทิตย์ อาภากร. (2547). เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้าง
การเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

แผนแม่บทวาระแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. (2544). วารสารธุรกิจท่องเที่ยว, 31-33.

ภูตินันท์ อติพิทยางกูร.(2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัย. สุโขทัย
ธรรมมาธิราช. ภ. อติพิทยางกูร. กรุงเทพฯ.

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (2559). โครงการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง สถาบันวิจัยและพัฒนา. สืบค้น
เมื่อ 4 กรกฎาคม 2560,จาก www.wu.ac.th

ลักขมี งามศรี และคณะ. (2552). การศึกษาตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สินค้า OTOP ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครสวรรค์.

วนิดา เชียงอารีย์ และ สาวิกา ชุนราม.(2555). นครศรีดีดี Nakhonsi, The Great Wonder นครแห่ง
วัฒนธรรมและธรรมชาติ. Nature Explorer, 13 (145), น. 26-58.

ศรัณญา วรากุลวิทย์.(2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : เพื่อฟ้าปรินต์ติ้ง.

สภัสรินทร์ รัตนบุรี และ ชัยวุฒ ตรีภตรง. (2560). ความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช
เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). วารสารรัตภาคย์ ฉบับพิเศษครบรอบ 23 ปี สถาบันรัชสภาคย์.
ISSN: 1905-2243.

สมคิด เจตย์วงศ์.(2549). คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (วิทยาการจัดการ). เพชรบูรณ์: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเพชรบูรณ์.

- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ .(2555).คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำเร็จในภาคใต้ : ภาคการบริการ”
วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 2 ฉบับ ที่ 1 (ธันวาคม 2550) : 25 - 33.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สมัคร ณะเกิงสุข (2545.) สภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล
เกาะเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุรชาติพิทย์ เข็มน้อย.(2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา :
ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน,
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุรีย์ เข็มทอง. (มปป.). ธุรกิจสินค้าที่ระลึก. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2560, จาก
[http://stouonline.stou.ac.th/courseware/courses/management/content/modules/market
%20module5.pdf](http://stouonline.stou.ac.th/courseware/courses/management/content/modules/market%20module5.pdf)
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: รายงานผลการดำเนินงาน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอ้างอิงจากกรมการท่องเที่ยว.(2560). แผนยุทธศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2560,จาก
http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/datacenter/detail.php?news_id
- สหัทยา วิเศษ. (2547). องค์การเครือข่ายในจังหวัดพะเยา. นนทบุรี: แชนงวิชาการรัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สิทธิชัย ธรรมเสนท์. (2555). สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการ
สถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรีกับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้รับบริการ. สืบค้นเมื่อ 20
ตุลาคม 2561, จาก <http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/665/1/101-55.pdf>
- สสิธร คำประเสริฐ, วิศิน เหลี่ยมปรีชา. ทศนคติและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจและแนว
ทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อการเข้า
สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. การศึกษาอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ
เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- 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, from http://repository.out.ac.tz/291/1/JIMMY_MADATA.doc

Ross, J. A. (2006). The reliability, validity, and utility of self-assessment. *The Practical Assessment, Research and Evaluation*. 11(10) from <https://pareonline.net/pdf/v11n10.pdf>

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

ภาพและรายนามผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ









รายนามผู้เข้าร่วมการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ข้อมูลรายชื่อการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก	
อำเภอปากพนัง	พื้นที่เชื่อมโยง
กลุ่มพร้อมขายเฉพาะกลุ่ม	
1. โรงแรมซีเค รีสอร์ท	1. โรงแรมทวินโลดส์
2. ระเบียบน้ำรีสอร์ท ปากพนัง	2. โรงแรมลิกอร์
3. เจริญศรีรีสอร์ท	3. โรงแรมชฎา แอท นคร
4. บ้านวงศ์เปี้ยสัจจ์ ปากพนัง บ้านพักเชิงนิเวศน์	4. โรงแรมแมนดีนุก
กลุ่มต้องการการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยว	
6. ริมเขื่อนเรือนแพ แอนด์ รีสอร์ท	5. โรงแรมฮ็อบ อิน
7. โรงแรมบ้านชายคลอง	6. โรงแรมดืออเรน
8. โรงแรมชายทะเลรีสอร์ท	7. โรงแรมชอลดา
9. โรงแรมธนาวุธ เฮ้าท์	8. โรงแรมทักษิณ
10. โรงแรมปากพนัง ไฮเต็ล	9. โรงแรมสิริธานี
11. โรงแรมกรีนพาร์ค	10. โรงแรมบ้าน ณ นคร
12. โรงแรมโอลิเวียร์ รีสอร์ท	11.โรงแรมแกรนด์ปาร์ค
13. โรงแรมตะลุมพุก ซีฟู้ด แอนด์รีสอร์ท	12. โรงแรมเกียรตินคร
14. โรงแรมคันทรีพีชชิง แอนด์รีสอร์ท	13. โรงแรมนครการ์เด็น
15. โรงแรมรุ่งตะวัน รีสอร์ท	14. โรงแรมราวดี
16. โรงแรมคงวิไล	15. โรงแรมเพ็นชั่น
17. ชุติกาญจน์ รีสอร์ท	16.โรงแรมมณเทียร
18. โรงแรมทิมบุรี	17. โรงแรมไทยโอเต็ล
19. โบกี้ เฮ้าส์	18. โรงแรมแกรนด์เซาเทริน์ ทุ่งสง
	19. Tree Home Plus
	20. The Peak Boutique Hotel
	21. The Old Times nakhon

ข้อมูลรายชื่อการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	
อำเภอปากพนัง	พื้นที่เชื่อมโยง
1. โก้ฮู้ต ซีฟู้ด	ชาวเรือ
2. ครั้วอภิชาติ	Coffee life
3. ครั้วเมืองนัง	ขนมจีนพานยม
4. บ้านชายคลอง	ขนมจีนเส้นสดเมืองคอน
5. บ้านชายทะเล ซีฟู้ด	ขนมจีนริมคลองเส้นสด
6. ร้านขนมจีนแม่แซ	ร้านเพลินจิต
7. ร้านเจ้าจอม	หวิวน หวาน บ้านขนม
8. เถาวัลย์ ซีฟู้ด	โกพู รัตหน้า
9. เม็ดทราย ซีฟู้ด	โกเตง
10. ลำพู ซีฟู้ด	ร้านอาหารบ้านบางรัก
11. ร้านรสเด่น	ร้านอาหารตุ้สเปียง
12. ครั้วกำนัน	ร้านอาหารครั้วกับตัน ซีฟู้ด
13. ครั้วอนุรักษ์ ซีฟู้ด	ร้านชาลี ชาชัก
14. ครั้วจำรุณ ซีฟู้ด	ร้านเสวนาบาร์
15. ครั้วชูแก้ว ซีฟู้ด	โรงเหล้าแสงจันทร์ ณ เมืองคอน
16. ครั้วตาเนิน	โรตี บังบัว
17. ขนมยืม ซีฟู้ด	ตั้งเกีย แต่เตียม
18. ชิดลม ซีฟู้ด	ติดเล ซีฟู้ด
19. ก้วยเตียนน้ำปู ปากพนัง	ครั้วนายหนั่ง
20. Jeep Jeep bar	ครั้วปลาตุก
21. ร้านสตางค์	ร้านอาหารสะพานตัวที่ ปากนคร
22. ร้านขนมจีนป่าถ้อง	ครั้วชายเล ปากนคร
23. ร้านโก้	ครั้วที่รัก ปากนคร
24. ร้านอมยิ้ม	โรงเตียม
25. ร้านสุดที่รัก	ตลิ่งชัน บาร์
26. เก่ง เก่ง บิงซู	ร้านโก้
27. ร้านเลอชา	ครั้วอันดามัน
28. ร้านทนาย	ครั้วซานเมือง

ข้อมูลรายชื่อการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	
อำเภอปากพนัง	พื้นที่เชื่อมโยง
29. ร้านขนมจีนป่าดา	
30. ร้านนารี	
31. ร้านส้มตำสารคราม	
32. ร้าน A4	
33. ร้านชานอกชาน	
34. ร้านชากุ่มะ	
35. ร้านเตี๋ยเข้าท่า	

ข้อมูลรายชื่อการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	
อำเภอปากพนัง	พื้นที่เชื่อมโยง
1. กลุ่มจำหน่ายสินค้าชุมชนบ้านหอยลาก	ร้าน 12 นักซ์ตร
2. ไร่จันทรังซี ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นจาก	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโอท็อป เซ็นทรัล พลาซ่า
3. กลุ่มจำหน่ายสินค้าชุมชนบ้านแสงวิมานส้มโอทับทิมสยาม	สุรียา เครื่องเงิน
4. ส้มโอไร้สุขสวัสดิ์	อลิษา همانรุน
5. ส้มโอพรหมจันทร์	
6. ส้มโอพรหมฤทธิ์	
7. เพ็ญ ส้มโอทับทิมสยาม	
8. โรงงานสุรากลั่นชุมชน ตรากอจาก	
9. ร้านขนมลา น้ำเจิม	
10. โกยา ของฝาก	
11. ร้านทัศนีย์	
12. ร้านป่าสมใจ	
13. ร้านบ้านวน	
14. ร้านน้องกรู๊ป	
15. ผาสุก ส่งศรี	
16. อวยพร บินเตี้ย	
17. ร้านอารี	

ข้อมูลรายชื่อการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	
อำเภอปากพนัง	พื้นที่เชื่อมโยง
18. วรรณา	
19. ป่าสมจิต	
20. ป่าจรีต	
21. ลุงจำนง	
22. อุ ไหม	
23. ป่าเปิด	
24. ลุงไซ - ป่าออง	
25. ร้านปวีณา	
26. ร้านสุดา	
27. ร้านรังนก	
28. ร้านรังนกปากพนัง	
29. ร้านขนมเปียกช้อย	
30. สไมล์	

ภาคผนวก 2

ภาพและรายนามผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม







รายนามผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม
วันอังคารที่ 3 เมษายน 2561
ณ บ้านชายคลอง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลำดับ	รายนามผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม
1	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช
2	กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช
4	องค์การบริหารส่วนตำบลปากพนังฝั่งตะวันออก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
5	หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช
6	ซี เค รีสอร์ท
7	บ้านชายคลอง
8	ริมเขื่อน เรือนแพ รีสอร์ท
9	โรงแรมเจริญศรี รีสอร์ท
10	โรงแรมโอลิเวีย รีสอร์ท
11	บ้านพักเชิงนิเวศ วงศ์เบ็ญสัจน์
12	ร้านอภิชาติ
13	คาเฟ่ เดอ พอร์โต้
14	Jeep. Jeep.Bar
15	ขนมยี่ม ซีฟู้ด
16	โกอู้ด ซีฟู้ด
17	จารย์ณ คริวแหลมทองซีฟู้ด
18	ขนมจีน ผัดหมี่ แม่แซ ปากพนัง
19	ร้านสตางค์ ปากพนัง
20	ร้านอาหารครัวสวนสนซีฟู้ด
21	ครัวลำพู แหลมตะลุมพุก
22	ครัวอนุรักษ์
23	เถาว์ลย์ ซีฟู้ด
24	เม็ดทราย

ลำดับ	รายนามผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม
25	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลากระบอกร้า
26	ผู้แทนจาก ขนมลา
27	ผู้แทนจาก ส้มโอสองวิมาน
28	ไร้งันทรังษี ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก
29	รังนก ขวัญมุย
30	ขนมเปียะโกชัย