แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา

Guidelines for Enhancing Potential of Travel Business Entrepreneurs in Songkhla Province

อรพรรณ จันทร์อินทร์*, อัจฉรา รัตนมา* และภาวนา พุ่มไสว**

Orapan Janin*, Atchara Rattanama* and Phawana Pumsawai**

*คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อ.เมือง จ.สงขลา

**วิทยาลัยรัตภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อ.รัตภูมิ จ.สงขลา

oraphan.c@rmutsv.ac.th, atchara.r@rmutsv.ac.th, & Pawana_poom@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา 2) เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 83 ราย เพื่อตอบแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา เจ้าหน้าที่สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 10 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In dept Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัด

สงขลา มีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา คือ ผู้ประกอบการควรเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ มีจริยธรรมในอาชีพ และมีการวางแผนการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น

คำสำคัญ: การเสริมสร้างศักยภาพ, การจัดการธุรกิจนำเที่ยว, ธุรกิจนำเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the management of travel business entrepreneurs in Songkhla Province, and 2) determine guidelines for enhancing the potential of travel business entrepreneurs in Songkhla Province. The population used in this study consisted of 83 travel business entrepreneurs in Hat Yai and Mueang Districts of Songkhla Province to answer the questionnaires and interviews, the officers of Tourism Authority of Thailand in Songkhla Province, the officers of Songkhla Tourism and Sports, and the officers of Songkhla Tourism Association, 10 persons in total. The sample was selected by convenience sampling method. The research tools were questionnaires and in-depth interviews. Computer package program and content analysis were employed for data analysis. Statistics used in this research included percentage, average, and standard deviation. The findings showed that the management potential of travel business entrepreneurs in Songkhla Province was at a high level, with an average of 3.70. The

guidelines for enhancing the potential of travel business entrepreneurs in Songkhla Province were as follows: the entrepreneurs should study foreign languages and effective organizational administration, have professional ethics, and plan new tourism types.

Keywords: Potential enhancement, Travel business management, Travel business

บทนำ

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบการท่องเที่ยว เพราะเป็นธุรกิจที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผนวกกับการให้บริการและอำนวยความสะดวกหลายอย่าง ได้แก่ ที่พักแรม อาหาร สปา มัคคุเทศก์นำเที่ยว และการนำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์เหมาจ่าย (Tour Package) แบบเช้าไปเย็นกลับ (Excursion Tour) และแบบนำเที่ยวเสริมที่ให้เลือกแยกจากรายการนำเที่ยวหลัก (Optional Tour) เป็นต้น (ธนาภรณ์ ตราชู และฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564)

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มีเจตนารมณ์ให้ความคุ้มครองแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยว มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ และสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือสำหรับนักท่องเที่ยว จึงจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถเติบโตไปได้อย่าง

ยั่งยืนส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาพรวม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยผ่านบริษัทนำเที่ยวบางส่วนไม่มีความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว เนื่องจากการประสบปัญหาการสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว ปัญหานักท่องเที่ยวพลาดเที่ยวบิน และปัญหาการผิดพลาดในการเข้าพัก รวมถึงนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบายจากการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวตามที่คาดหวังไว้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

จังหวัดสงขลาถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ส่วนใหญ่จะเดินทางผ่านเข้ามายังจังหวัดสงขลาก่อนจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดอื่น ๆ ของภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์จะใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลา เพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และจากผลสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเอง และไม่ปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับปานกลาง (กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง และวิวัฒน์ จันกิ่งทอง, 2564) จากประเด็นปัญหาศักยภาพของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวจังหวัดสงขลาที่มีศักยภาพเพียงปานกลางเท่านั้น ทำให้คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ

นำเที่ยวจังหวัดสงขลา และผู้ที่สนใจ ในการนำไปพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในธุรกิจของตนเอง เพื่อให้มีรายได้จากธุรกิจนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา
2. เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยบูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method)

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา

1. ประชากรที่ศึกษา คือ การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 83 ราย (กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) โดยธุรกิจนำเที่ยวในที่นี้ คณะผู้วิจัยได้นิยามธุรกิจนำเที่ยว คือ ธุรกิจที่จัดทำรายการท่องเที่ยว (package tour) ประกอบด้วยการจัดหายานพาหนะ ที่พักค้างคืน อาหาร ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยว (ธรรมชาติ โบราณสถาน วัฒนธรรม แหล่งบันเทิงเริงรมย์ต่างๆ)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) แบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 ตอน คือ

1. ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ ประเภทของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาในการก่อตั้ง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อปี

2. ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจนำเดี่ยว 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กายภาพ และกระบวนการ

3. การเก็บรวมรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งสิ้นตามรายละเอียดข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าสถิติภาคบรรยายต่าง ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา

1. การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ผู้บริหาร และพนักงานสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสงขลา จำนวน 3 คน ผู้บริหาร และพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา จำนวน 3 คน ผู้บริหารและพนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา จำนวน 3 คน หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ นายกสมาคม และพนักงานสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน

2. การเก็บรวมรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาใช้

ในการกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยทำการแยกแยะในแต่ละประเด็น พิจารณาหาประเด็นที่คล้ายคลึงกันนำมารวมกัน และจัดเป็นหมวดหมู่ จากนั้นนำข้อมูลมากำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา

สรุปผลการวิจัย

การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.6 มีระยะเวลาของกิจการมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีคู่แข่งขันจำนวนมากราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อปี 1,000-3,000 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4

ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดสงขลา แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ

การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	การตัดสินใจ
1) ด้านผลิตภัณฑ์)Productกิจการและแพ็คเกจทัวร์(	4.29	0.57	มากที่สุด
2) ด้านราคา .Price(	3.11	1.04	มาก
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .Places(	3.55	0.81	มาก
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด .Promotion(	2.60	1.31	ปานกลาง
5) ด้านบุคลากร .People(	4.31	0.58	มากที่สุด
6) ด้านกายภาพ .Physical Evidence(	4.04	0.63	มากที่สุด
7) ด้านกระบวนการ .Process (	4.00	0.65	มาก
รวม	**3.70**	**0.59**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา มีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X}$=3.70) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า การบริหารการจัดการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลากร (People) มีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X}$=4.31) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กิจการและแพ็คเกจทัวร์ มีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X}$=4.29) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X}$=3.19)

จากการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจนำเที่ยว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการสัมภาษณ์ และจัดสนทนากลุ่มย่อยมาทำการสังเคราะห์ เพื่อกำหนดแนวทางการ

เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศ นอกจากภาษาอังกฤษแล้ว ภาษาที่สามที่ คือ ภาษาบาฮาซา ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งใช้ภาษาบาฮาซา

2. ผู้ประกอบการควรหาโอกาสที่เรียนรู้ทางด้านการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพ เช่น การฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว และระบบในการบริหารงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ผู้ประกอบการธุรกิจควรเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้ทัศนะศึกษาท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กับพนักงาน และให้พนักงานได้เข้าใจนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมากยิ่งขึ้น

4. ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีจริยธรรมในอาชีพในทุกด้าน เช่น การจำหน่ายสินค้าและบริการ และจริยธรรมระหว่างผู้บริการกับพนักงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

5. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการวางแผนการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ในระยะยาว และคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้การให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย สะดวก และรวดเร็ว

6. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากรว่าสามารถสร้างรายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพื่อให้พนักงานเกิดความรักในองค์กรและมีความมั่งคงในหน้าที่การงาน

7. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการดำเนินการเรื่องภาษีให้ถูกต้อง เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากเกิดปัญหาทางด้านการขอใบเสร็จรับเงินต่าง ๆ จากลูกค้า เพื่อปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย

8. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรเป็นผู้ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงในเชิงของด้านทัศนคติ โดยเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อพนักงาน เช่น การเข้าใจและเห็นอกเห็นใจพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรักในตัวองค์กรและผู้ประกอบการ อันจะทำให้พนักงานเกิดการทุ่มเทในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

9. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรจัดทำสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ และเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว ในการเข้าถึงลูกค้า เช่น Tiktok Facebook Line เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

10. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรสร้างความร่วมมือ และสร้างพันธมิตรกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการต้องรับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้ให้ข้อมูลของชุมชน

11. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความสับสน

12. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับสิ่งใหม่ ๆ เช่น อบรมด้านการให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว อบรมการจัดทำสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ข้อสรุปซึ่งอภิปรายได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา มีการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิรพรณ์ เพลินจิต วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ และทิฆัมพร ทวีเดช (2563) พบว่า การจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากรว่าสามารถสร้างรายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ Chhanda Biswas & Mohammad Mamun-Or-Rashid (2018) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรเชื่อมั่นในมาตรฐานของพนักงานของตนเองเพื่อสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการควรเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศ นอกจากภาษาอังกฤษแล้ว ภาษาที่สามที่ คือ ภาษาบาฮาซา เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งใช้ภาษาบาฮาซา สอดคล้องกับ กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง และวิวัฒน์ จันกิ่งทอง (2564) พบว่า ผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษ จีน และมาลายู ที่เป็นคอร์สระยะยาว นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรจัดทำสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ และเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว ในการเข้าถึงลูกค้า เช่น Tiktok Facebook Line เป็นต้น สอดคล้องกับ ธนาภรณ์ ตราชู และฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2564) พบว่า การเพิ่มความรู้และทักษะ

บุคลากรด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และแนวคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ เป็นการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้นประเทศไทยต้องมีการพัฒนาอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยโดยภาพรวมของการจัดการธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว โดยการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้ใช้บริการ เช่น ช่วงเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมาก ควรมีโปรโมชั่นการลดราคา หรือ แพ็คเกจนำเที่ยวเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีทางเลือกในการใช้บริการ

เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการนำเสนอแพ็คเกจทัวร์หลายรูปแบบ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ มีค่าน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการธุรกิจนำเที่ยว ควรนำเสนอแพ็คเกจนำเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอแพ็คเกจนำเที่ยวไปยังประเทศที่แตกต่างจากคู่แข่ง

2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีช่องทางในการรับชำระเงินที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรใช้สื่อในการโฆษณาหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อผ่านวิทยุ สื่อออนไลน์ สื่อโฆษณาในเว็บไซต์บริษัท โดยมีข้อมูลข่าวสารครบถ้วน

4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการบริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความประทับใจมากขึ้น ควรมีของที่ระลึกมอบให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเทศกาลที่สำคัญ เพื่อทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

5. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรมีการพัฒนาพนักงานและอบรมพนักงานในด้านการบริการลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้น และเพื่อให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

6. ผู้ประกอบการธุรกิจควรจัดบริการห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ รวมไปถึง มีที่จอดรถเพื่อให้เพียงพอกับลูกค้า และลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัย

7. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องมีการสร้างเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร รวมไปถึงสามารถให้ลูกค้าเข้ามาเลือกใช้บริการผ่านเว็บไซต์ได้ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

8. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรศึกษาหาความรู้อยู่เสมอในทุกด้านและควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของตนเองในเรื่องของการจัดการองค์การ ด้านจริยธรรม ด้านทักษะต่าง ๆ โดยการฝึกอบรมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการท่องเที่ยวเป็นต้น

9. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการทำงานแก่บุคลากรในองค์การ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการทำงาน

10. ผู้ประกอบกาควรเรียนรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงอย่างจริงจังเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพบุคลากร เช่น การเปิดอบรมภาษาต่างประเทศสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้มีศักยภาพที่เหมาะสมในการรองรับการเปิดอาเซียน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านศักยภาพองค์การอย่างจริงจัง

3. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวให้ได้รับมาตรฐานในระดับที่เหมาะสมเพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือแก่คนไทยและชาวต่างชาติ

References

Department of Tourism. (2017). Tourist Statistics. {online} Retrieve from: http//:newdot2.samart multimedia.com/home/listcontent/11/221/276 วันที่สืบค้น 18) . กรกฎาคม 2560).

Jankingthong. K., & Jangkingthong. W. (2021). The Gudance for Potential Development of TourBusiness Entrepreneurs in Songkhla Province and Linkage Areas (Phatthanlung, Kakhon Si Thammarat, Pattani, Yala, Narathiwas and Satun). Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Volume 13, (1), January – June, Pp 45-69.

Jittungwatthana, B. (2016). Marketing Management for tourism industry (3rd ed.). Nonthaburi:Fernkalhuang. (in Thai).

Jittungwatthana, B., & Kaewkham, P. (2015). Tour business (3rd ed.) Bangkok: Thammasat University. (in Thai)

Trachoo. T., & Pimonsompong. C.) 2564). The Development of Adaptability Competence of Thai Tour Business to Respond Tourism Demand in Digital Age. Journal of Southern Technology Vol.14 (1), January – June, Pp. 14-23

Ploenchit. S., Rungrunganan. W., & Taveidej. T. (2020) Management model of tourism business in Thailand. Journal of Education Industry King Mongkut North Bangkok, Vol 11, (2), May – August. Pp. 129-136.

Siraporn Ploenchit, Wichai Rungrunganan and Tikamporn Taveidej. (2020). Management model of tourism business in Thailand. Star Industrial Education Journal King Mongkut North Bangkok, Year 11(2), May-August. Pages 129-136

Chhanda Biswas & Mohammad Mamun-Or-Rashid. (2018). The Role of Tourism Entrepreneurship Businesses in the Economic Development: An Overview. International Journal of Business and Tehnopreneurship, Volume 8, No 2, Pp.167-176.