



แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา

The Guidance for Potential Development of Community Tour Operators in Songkhla Province

วิวัฒน์ จันทรกิ่งทอง<sup>1\*</sup>, กอแก้ว จันทรกิ่งทอง<sup>2</sup>, ชุตินา หวังเบ็ญหมัด<sup>3</sup>, ดวงฤดี อุทัยหอม<sup>4</sup> และ  
นิศาชล สกุนชานุกรงค์<sup>5</sup>

Wiwat Jankingthong<sup>1\*</sup>, Korkaew Jankingthong<sup>2</sup>, Chutima Wangbenmad<sup>3</sup>,  
Duangrudee Uthaihoem<sup>4</sup>, and Nisachon Sakunchannarong<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>1,2</sup>Assistant Professor, Ph.D., Department of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>3</sup>ดร., สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>3</sup>Ph.D., Department of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>4</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>4</sup>Assistant Professor, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>5</sup>อาจารย์, สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>5</sup>Lecturer, Department of Service Industries, Hatyai Business School, Hatyai University

\*Corresponding author, E-mail: wiwat@hu.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์โดยรวมเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไขของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ และจำนวน 40 คน ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา คือ จัดทำสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกของการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว และอื่น ๆ ดังรายละเอียดในผลการวิจัย

**คำสำคัญ:** การพัฒนาศักยภาพ, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน, จังหวัดสงขลา



## Abstract

The objective of this research is to make the guidelines for potential development of community tour operators in Songkhla Province. Using data from internal and external environment analysis including defining proactive, preventive and corrective strategies for community tour operators. The samples in this research were 40 people which include community tour operators, community leaders, government agencies and private agencies, and academics. The result revealed that the guidelines for potential development of community tour operators in Songkhla Province were 1) online media for promoting community tourism programs, 2) define community tourism programs in accordance with the needs and behaviors of customers, 3) focus on creating consciousness of being a tour operator in providing accurate information to tourists, and others as detailed in the research results.

**Keyword:** Potential Development, Community Tour Operator, Songkhla Province

## บทนำ

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นเมืองสองทะเล และยังเป็นเมืองท่าค้าขายที่สำคัญมาแต่สมัยโบราณ อีกทั้งยังมีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา และการละเล่นพื้นเมืองที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดให้ชนรุ่นหลัง นอกจากนี้จังหวัดสงขลามีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายทั้งเกาะแก่ง ชายทะเล น้ำตกและทะเลสาบ อีกทั้งยังคงมีสภาพของเมืองเก่าแก่ ที่เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีอำเภอหาดใหญ่ซึ่งเป็น ศูนย์กลางทางการค้าและการลงทุนที่สำคัญของภาคใต้ (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา, 2561) อีกทั้งยังมีชุมชนท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ ทั้งความงามทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อาหารการกิน และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดสงขลา (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา, 2560)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนได้มีการประยุกต์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง โดยกำหนดเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เน้นผลประโยชน์เพื่อชุมชน และเป็นการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และนำรายได้มาสู่ชุมชน ซึ่งแนวโน้มของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ส่วนหนึ่งจะเน้นการท่องเที่ยวชุมชนที่มีการสื่อความหมาย เป็นการท่องเที่ยวควบคู่กับการได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา, 2561) และจังหวัดสงขลา นับว่าเป็นเมืองที่มีความพร้อมของสมบัติทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ รวมถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในชุมชน โดยไม่ต้องสร้างเสริมหรือลงทุนเพิ่มแต่อย่างใด จึงถือว่าหากนำมาประยุกต์เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ย่อมทำให้เกิดรายได้ และยังเปิดโอกาสใหม่ในการจ้างงาน



รวมถึงสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งทำให้เกิดกระแสที่เน้นความรับผิดชอบต่อและเกิดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา, 2560)

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนในชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยได้รับความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยวในการให้การส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานอย่างเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชน ในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นร่วมกันสนับสนุนฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน โดยมีตัวแทนชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล อีกทั้งยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน และทำให้เยาวชนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง อันจะนำไปสู่การสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ดำรงสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560)

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องเริ่มจากการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกคนต้องพร้อมต่อการให้บริการทางด้านบริการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจึงต้องเริ่มต้นด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความพร้อมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน (พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัจด์, 2560) โดยในขั้นแรกควรทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนตามบริบทของกลุ่มอาชีพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนในแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลาในแต่ละด้าน เพื่อใช้การวางแผนพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2560)

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา
2. กำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไขของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และกลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน เชิงแก้ไข และเชิงรับ ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา ไปใช้ในการวางแผน และกำหนดโครงการในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา ได้อย่างถูกต้องที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง สำหรับการให้บริการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาในประเด็น สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือเรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน เชิงแก้ไข และเชิงรับ หรือเรียกว่า การวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix รวมถึงกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ มุ่งศึกษาเฉพาะในชุมชนการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา

## แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัย

### แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT และ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix

จากสภาพแวดล้อมที่กล่าวมาข้างต้น ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วย แบบจำลองทางธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix (6) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ SWOT คำว่า SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายมาจาก (Strengths : S) หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ (Weaknesses : W) หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ (Opportunities: O) หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้ และ (Threats : T) หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคาม การดำเนินงานขององค์กร ในการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อประเมินค่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และเป็นข้อมูลในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมขององค์กร

จุดแข็ง (Strengths : S) เป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ตามศักยภาพของธุรกิจที่มีอยู่ จุดแข็งนี้จะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจ ซึ่งส่งผลมาจากการบริหารงานภายในระหว่างผู้บริหารและบุคลากร หรืออาจมาจากความได้เปรียบในด้านทรัพยากรทางการบริหารต่าง ๆ เช่น มีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคง ที่ตั้งอยู่ใกล้ทั้งแหล่งวัตถุดิบและแหล่งจัดจำหน่าย บุคลากรมีประสบการณ์และความสามารถสูง ฯลฯ

จุดอ่อน (Weaknesses : W) เป็นปัจจัยภายในที่เกิดจากปัญหาภายในธุรกิจ อันเนื่องมาจากการบริหารงานที่ผิดพลาด ข้อจำกัดบางประการของศักยภาพทางธุรกิจ ปัญหาเหล่านี้จะส่งผลร้ายถ้าไม่รีบดำเนินการแก้ไข เช่น ขาดสภาพคล่องทางการเงิน สินค้าที่ผลิตออกมามี คุณภาพ ไม่คงที่ ขาดการประสานงานที่ดีภายในองค์กร ฯลฯ

โอกาส (Opportunities : O) เป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถเข้าไปควบคุมให้เกิดหรือไม่เกิดขึ้นได้ แต่เป็นสภาวะการณ์แวดล้อมอันส่งผลดีให้กับธุรกิจโดยบังเอิญ เช่น กลุ่ม ลูกค้าเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้น นโยบายของรัฐให้การสนับสนุนธุรกิจประเภทนี้ สินค้าของคู่แข่ง มีคุณภาพต่ำ ฯลฯ

อุปสรรค (Threats : T) เป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถเข้าไปควบคุมให้เกิดหรือไม่เกิดขึ้นได้ และเป็นสภาวะการณ์แวดล้อมอันเลวร้ายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเสียหาย เช่น รัฐบาลขึ้นภาษี ปัญหาสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น เกิดภัยสงครามหรือภัย ธรรมชาติ ฯลฯ ในทุกหัวข้อรายการที่ประเมิน อาจเป็นผลดีหรือเป็นผลร้ายกับธุรกิจก็ได้ เช่น ในเรื่องของคุณภาพสินค้า ถ้าสินค้านั้นมีคุณภาพดีถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่ธุรกิจนั้นต้องรักษาไว้ หรือหาหนทางพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม แต่ถ้าสินค้านั้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอถือเป็นจุดอ่อนอันส่งผลเสียต่อธุรกิจ กรณีเมื่อวิเคราะห์พบแล้วว่ารายการใดเป็นจุดอ่อน ธุรกิจต้องมีมาตรการที่จะแก้ไขปัญหาหรือหาทางบรรเทาปัญหานั้น ๆ ให้ได้

**2. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix** หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วก็จะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางที่ เรียกว่า TOWS Matrix ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (ละเอียดยุทธศาสตร์, 2559) ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการใชจุดแข็งบนโอกาสที่มีได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) เป็นการใชจุดแข็งป้องกันอุปสรรค ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นการขจัดจุดอ่อนโดยใช้โอกาส ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข



กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็น การขจัดจุดอ่อนป้องกันอุปสรรค ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็น จุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ นับเป็นงานอันดับแรกที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารจัดการธุรกิจหรือการตัดสินใจเลือกลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ โดยปกติก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ใด ๆ ก็ตาม ต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นอันดับแรกก่อนเสมอ ปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ตลาดเป้าหมาย คู่แข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และนโยบายภาครัฐการเมือง ฯลฯ หลังจากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจเป็นลำดับต่อมา ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต การบริการ การเงิน และบุคคล ฯลฯ เครื่องมือที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ได้แก่ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วนำไปหาความสัมพันธ์แบบตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix ซึ่งจะทำให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ ทั้งกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงป้องกัน กลยุทธ์เชิงแก้ไขและกลยุทธ์เชิงรับ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การดำเนินงานของธุรกิจที่ถูกต้อง และนำไปสู่แสวงหาความยั่งยืน (สุนีย์ วรรณโกมล และ ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552)

## วิธีการศึกษา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยการประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นประกอบด้วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ และนักท่องเที่ยว โดยจัดประชุมกลุ่มใหญ่ จำนวน 3 ครั้ง และกำหนดผู้เข้าร่วมให้ข้อมูลครั้งละ 40 คน อีกทั้งใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยการกำหนดประเด็นและหัวข้อที่ต้องการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลาเพื่อเป็นแนวทาง โดยเป็นคำถามแบบเปิดกว้างโดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และทำการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อเพิ่มเติมในข้อมูลต่าง ๆ ในทุกประเด็นให้ครบถ้วน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และมีการกำหนดประเด็นที่จะสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า นักวิจัยจะกำหนดคำถามปลายเปิดที่ต้องการทราบอย่างหลวม ๆ โดยคำถามสามารถยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนถ้อยคำให้สอดคล้องกับผู้ที่ให้สัมภาษณ์ในแต่ละคน และสอดคล้องในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละสถานที่ และสอดคล้องกับในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น การตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีสามเส้าด้านข้อมูล โดยจะใช้การเก็บข้อมูลต่างสถานที่กัน ประกอบด้วย ชุมชนการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนในจังหวัดสงขลา อีกทั้งใช้การเก็บข้อมูลต่างบุคคล ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือตัวแทนของ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเก็บข้อมูลในช่วงวันเวลาที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป โดยการรวบรวมข้อมูล จากการประชุมกลุ่มและการสัมภาษณ์ มาจัดข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อการวิเคราะห์ โดยการแยกแยะ ประเด็นต่าง ๆ จากนั้นพิจารณาหาประเด็นที่คล้ายคลึงกัน นำมารวมกัน และจัดเป็นหมวดหมู่ แล้ว วิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล จนได้แบบแผนเพื่อนำไปสู่ข้อสรุป เพื่อใช้อธิบาย ผลตามที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย

### ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ SWOT ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา เป็นการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มีดังนี้

#### จุดแข็ง

1. ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว
2. มีความจริงใจ โดยการให้ข้อมูลที่เป็นจริง และถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว
3. มีความยิ้มแย้มแจ่มใส และมีอัธยาศัยที่ดี
4. มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

#### จุดอ่อน

1. ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดยุค 4.0
2. ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนในสื่อ online เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ
3. ขาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และกำหนดอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน
4. ขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการให้บริการที่เป็นเลิศ

#### โอกาส

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน
2. วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดสงขลา มีความน่าสนใจ
3. มีรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลาย ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
4. ตลาดการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลาสามารถเติบโตได้อีก อีกทั้งมีทรัพยากรทางธรรมชาติ ที่อุดมสมบูรณ์ ในการรองรับการท่องเที่ยวชุมชนได้เป็นอย่างดี

#### อุปสรรค

1. ขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันของแต่ละชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม
2. ขาดรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว



3. ขาดความบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนด้านการท่องเที่ยว ใน การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลาอย่างจริงจัง และมีความต่อเนื่อง

4. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวชุมชนแบบครบวงจร

กลยุทธ์ TOWS Matrix ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย กลยุทธ์ เชิงรุก (บุกตลาด) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (กำจัดจุดอ่อน) และกลยุทธ์ เชิงรับ (สร้างภูมิคุ้มกัน) สามารถนำมาจัดกลุ่มเป็นกลยุทธ์หลัก 5 ด้าน ดังนี้

#### **กลยุทธ์ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์**

1. จัดทำสื่อสังคมออนไลน์ของชุมชนจังหวัดสงขลา
2. จัดทำเว็บไซต์ของชุมชนสำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
3. การสร้างแบรนด์ชุมชนจังหวัดสงขลา

#### **กลยุทธ์ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว**

1. กำหนด content marketing และโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน ที่น่าสนใจ
2. การกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนที่หลากหลายรูปแบบ
3. การจัดแคมเปญ โปรโมชัน การท่องเที่ยวชุมชน

#### **กลยุทธ์ด้านความร่วมมือ**

1. การประสานความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2. การบูรณาการการท่องเที่ยวชุมชนของแต่ละชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การจัดตั้งกลุ่ม ชมรม หรือวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา

#### **กลยุทธ์ด้านการบริการที่เป็นเลิศ**

1. เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง มุ่งเน้นคุณภาพการบริการที่ดี
2. จัดตั้งศูนย์ให้บริการด้านการท่องเที่ยวชุมชน
3. จุดบริการชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

#### **กลยุทธ์ด้านการพัฒนาตนเอง**

1. อบรมความรู้การให้บริการที่เป็นเลิศ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างอัตลักษณ์
2. อบรมการจัดทำสื่อสังคมออนไลน์
3. อบรมความรู้ด้านการทำการตลาดท่องเที่ยวยุค 4.0

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ SWOT และการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix นำมาสู่การ กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา ดังนี้

1. จัดทำสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนจังหวัด สงขลา ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

2. การสร้างแบรนด์ชุมชนจังหวัดสงขลา ให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และกำหนด content marketing ที่น่าสนใจในสื่อสารการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น





3. การจัดแคมเปญ โปรโมชัน การท่องเที่ยวชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนที่หลากหลายรูปแบบ ให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา และฤดูกาลท่องเที่ยว
4. การบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนที่เกี่ยวข้อง กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจนำเที่ยว และมีคณาจารย์ชุมชน จังหวัดสงขลาการท่องเที่ยวชุมชนของแต่ละชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพ
5. การจัดตั้งชมรม หรือวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา เพื่อร่วมกันในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชน ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน
6. จุดขายผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน และด้านการให้บริการของชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และง่ายต่อการติดต่อสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
7. การพัฒนาคุณภาพและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งเน้นคุณภาพบริการที่ดี และเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง
8. ยื่นเรื่องเสนอหน่วยงานภาครัฐให้ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
9. การสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน
10. การอบรมพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนด้านการท่องเที่ยวในหัวข้อต่าง ๆ อาทิ การจัดทำสื่อการตลาดออนไลน์ การสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และการบริการที่เป็นเลิศ

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาจุดแข็งของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา พบว่า จุดแข็งของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน คือ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดี ทำให้สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงการให้บริการด้วยความจริงใจ และมีอัธยาศัยที่ดีต่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เชมชนิตาภา ฤทธิกาญจน์ (2561) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการนำเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดแข็ง คือ เป็นคนในพื้นที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมุ่งเน้นการบริการด้วยใจ ให้ข้อมูลที่เป็นจริง รวมถึงมีความจริงใจกับนักท่องเที่ยว

ในขณะที่จุดอ่อนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน คือ ขาดความสามารถในการแข่งขัน และขาดการประชาสัมพันธ์ในโลก online เพื่อเข้าถึงลูกค้าในต่างประเทศ สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตต์วัฒนา และ ปทุมพร แก้วคำ (2558) ที่กล่าวว่า ปัญหาที่เป็นจุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไม่มีความรู้ด้านการนำเที่ยวอย่างแท้จริง ทำให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันน้อย นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการหาตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ เนื่องจากไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์



ในขณะที่โอกาสของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน คือ ตลาดการท่องเที่ยวชุมชนยังสามารถเติบโตได้อีกมาก สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559) ที่กล่าวถึงการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจในอนาคตของการท่องเที่ยวว่า กลุ่มลูกค้าในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการขยายบริการเพื่อรองรับตลาดใหม่ อีกทั้งมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ในการรองรับการท่องเที่ยวชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับพิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2560) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวชุมชนของไทยมีความหลากหลายและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน คือ ขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันของแต่ละชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละชุมชนยังขาดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับ พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2560) ที่กล่าวว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการกันเองในแต่ละชุมชน ขาดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละชุมชนมีความคล้ายคลึงกันมาก จึงทำให้ไม่มีอัตลักษณ์ที่เป็นของชุมชนเอง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำวิจัยในรูปแบบโครงการจัดการความรู้แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมในจังหวัดสงขลา
2. ควรทำวิจัยเพื่อหาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชน เช่น การท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญประจำจังหวัดสงขลา
3. ควรทำวิจัยการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบบูรณาการระหว่างจังหวัด เป็นแบบกลุ่มจังหวัดแถบลุ่มแม่น้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มจังหวัดฝั่งอ่าวไทย กลุ่มจังหวัดฝั่งอันดามัน เป็นต้น

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้โอกาส และสนับสนุนทุนในการทำวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลอย่างดียิ่ง

### เอกสารอ้างอิง

- ถนอม พูนวงศ์. (2559). ประวัติศาสตร์เมืองสงขลา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- บังอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : สยามบุ๊คส์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และปทุมพร แก้วคำ. (2558). ธุรกิจนำเที่ยว. นนทบุรี : เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี : เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.



- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). กลยุทธ์การวางแผนและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสตัย. (2560). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ละเอียด คีลน้อย. (2559). การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS. สืบค้นจาก <http://etatjournal.com/upload/36/TOWS%20Matrix.pdf>
- ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2560). ประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นจาก <https://cbtnetwork.org/th/>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา. (2560). ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <https://Songkhla.mots.go.th/>
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา. (2560). ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <http://songkhla.cdd.go.th/service>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา. (2561) ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <https://www.songkhla.go.th/frontpage>
- สุนีย์ วรรณโหมล และธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ. วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 5(1), 53-63.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา. (2560). ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <http://songkhla.cdd.go.th/service>

#### บุคลากรกรม

เชมชนิตาภา ฤทธิกาญจน์. นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. (9 มี.ค. 2561). สัมภาษณ์