

ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตวิถี
ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
EFFECTIVENESS OF ONE TAMBON ONE PRODUCT NAWATWITHI
TOURISM COMMUNITY MANAGEMENT IN PRACHUAP
KHIRI KHAN PROVINCE

จรินทร์รัตน์ น้อยแท้

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการจัดการชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) ศึกษาประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตวิถีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (3) ศึกษาการจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิจัยนี้เป็นการเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้แทนชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตวิถีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2,192 ราย จึงคำนวณจากสูตรของทาร์ยามานเน โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดเห็นของประสิทธิผลการจัดการชุมชนโดยรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านการผลิต ด้านความพึงพอใจ ด้านประสิทธิภาพ ด้านการพัฒนา และด้านการปรับเปลี่ยน ตามลำดับ (2) ความคิดเห็นของประสิทธิผลการจัดการชุมชน ท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตวิถี โดยรวม อยู่ในระดับมาก และรายด้านทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางแต่ละท้องที่ ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผู้นำชุมชน และน้อยที่สุดคือ ด้านการดำเนินการธุรกิจชุมชน ตามลำดับ และ (3) การจัดการชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตวิถี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ การปรับเปลี่ยน การพัฒนา ความพึงพอใจ ประสิทธิภาพ และ การผลิตซึ่งตัวแปรทั้ง 5 นี้ สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการจัดการชุมชน

ท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $\hat{y} = 1.030 + 0.792 (X_4) + 0.470 (X_5) + 0.150(X_3)+0.071 (X_2)+0.034 (X_1)$

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การจัดการชุมชน การท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study of community management in Prachuap Khiri Khan Province, (2) to study of the effectiveness of One Tambon One Product Innovative Tourism Community Management in Prachuap Khiri Khan Province; and (3) to study of community management influencing the effectiveness of innovative tourism community management in the Prachuap Khiri Khan province.

This research is a quantitative research. The population is a representative of one tambon tourism community. One Tambon One Product innovative in Prachuap Khiri Khan Province, 2,192 cases were calculated from Taroyamane's formula. The sample size was 400 samples, and the questionnaire was used as a purposive data collection tool. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

Major findings: (1) the opinions of the opinions of the overall and individual community management effectiveness in all 5 aspects were at a high level. In descending order of production, satisfaction, (2) the opinions of the overall effectiveness of OTOP innovative tourism community management were at a high level. and the details of all 5 aspects were at a high level. In descending order, they are marketing promotion in terms of linking routes in each locality product and service development development of tourist attractions and facilities community leaders and the least is community business operations, respectively; and (3) community management affects the effectiveness of OTOP Nawatwithi tourism community management in Prachuap Khiri Khan Province. In descending order, it is as follows: modification, development, satisfaction, efficiency, and production. These 5 variables can predict the effectiveness of community tourism management. OTOP

Nawatwithi in Prachuap Khiri Khan Province was statistically significant at the level of 0.01 and the forecasting equation could be written as follows: $\hat{Y} = 1.030 + 0.792 (X_4) + 0.470 (X_5) + 0.150(X_3)+0.071 (X_2)+0.034 (X_1)$.

Keywords: Effectiveness, Community Management, Tourism, One Tambon One Product, Nawatwithi, Prachuap Khiri Khan Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญของชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถีจะมาจากการสะท้อนความเป็นวัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตในแต่ละยุคสมัย ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคล ในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน โดยมีอัตรา การเติบโตถึงร้อยละ 15 ต่อปี และในระยะ 10 ปีข้างหน้าจะมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด (อุษา โบমানน์, 2560) การส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถีจะเน้นให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่และเข้าถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตและองค์ความรู้ของชุมชน ให้มีความสำคัญกับการอนุรักษ์มากกว่าการสร้างควมพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและหากพิจารณาในด้านการเติบโต พบว่า ชุมชน ท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถีน่าจะมีอัตราการขยายตัวได้ถึงร้อยละ 20 ต่อปี ซึ่งทั้งหมดนี้ควรมีการพัฒนาใน 3 รูปแบบ ประกอบด้วย การสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) การสร้างความแตกต่าง (Niche Differentiation) และการพัฒนาสินค้าใหม่ (Initiative & Development) ซึ่งในเรื่องดังกล่าว กรมการพัฒนาชุมชนได้ดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยการจัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ที่มีกระบวนการเตรียมความพร้อมชุมชน และสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพบนนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดมูลค่าเพิ่มสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมศักยภาพและโอกาสในการสร้างอาชีพ และเกิดการจ้างงานทั้งระบบ มีการสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าด้วยตลาดสมัยใหม่ให้เกิดความยั่งยืน (กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน, 2562)

ในการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ที่มีจำนวน 3,273 ชุมชน ด้วยการทำให้ศักยภาพด้านความสามารถของชุมชน สร้างความพึงพอใจใน

ผลิตภัณฑ์ การเพิ่ม ผลผลิตของผลิตภัณฑ์ การเติบโตและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จจากรายได้ของ ผลิตภัณฑ์ ในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงาม ได้แก่ แม่น้ำ ภูเขา ถ้ำและประวัติศาสตร์ในการนำมาบูรณาการในเชิงพื้นที่ มีการคัดสรรผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และ นำอัตลักษณ์ความโดดเด่นสู่นวัตกรรมใหม่ โดยการใช้การบริหารจัดการและการตลาด เพื่อเชื่อมโยงสินค้า จากชุมชนสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งหวังให้มีรายได้เพิ่มขึ้นยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สู่อาเซียน เช่น อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ พืชสมุนไพร สินค้าเกษตรปลอดภัยหรือประเภทอาหาร ของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก เป็นต้น (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2563)

ทั้งนี้ ในปัจจุบันหากพิจารณาจากสถิติของ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก, 2563) ที่มีรายงานว่าในปี พ.ศ. 2562 ก่อนวิกฤติโควิด-19 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 307,141,990 คน สร้างรายได้รวม 2,727,903.84 ล้านบาท แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 229,748,960 คน สร้างรายได้ 1,081,759.90 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 77,393,030 คน สร้าง รายได้ 1,646,144.75 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 6,702,396 คน สร้างรายได้เพียง 330,000 ล้านบาท ซึ่งลดลงอย่างมากจนกลายเป็นวิกฤติเศรษฐกิจและยังคาดการณ์ ไม่ได้ว่าจะกลับมาเป็นเหมือนเดิมเมื่อไหร่สอดคล้องกับ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2563) และได้รายงานถึงปัญหาในการจัดการของชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมที่ยังไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ และไม่มีประสิทธิภาพมี ดังต่อไปนี้ 1) การดำเนินกิจกรรมในกระบวนการหลักไม่สามารถเป็นกลไกในการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมได้อย่างแท้จริง 2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกขาดการ สร้างแลนด์มาร์คและจุดเช็คอินโดยเป็นเพียงการตกแต่งรูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้น 3) การพัฒนา สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวยังไม่มี ความโดดเด่นหรือความแตกต่างในการสร้างความสนใจได้แต่อย่างใด 4) การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่นและขาดการประชาสัมพันธ์สื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) การส่งเสริมการตลาด มีปัญหาเพราะขาดการจัดกิจกรรมในรูปแบบงานอีเวนต์ (Event) และมักดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม ขาดการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด การสร้างฐานข้อมูลยังมีน้อยเกินไป ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรองและข้อมูลผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน และขาดการบันทึกให้เป็นปัจจุบัน และ 6) ผู้นำชุมชนที่มีความสามารถช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชนได้มี ข้อตกลงร่วมกันและพยายามหาทางออกเพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้

จากความสำคัญดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดคำถามในการวิจัยว่าระดับของ ประสิทธิภาพปัจจุบันในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมวิถี และ

ประสิทธิผลการจัดการชุมชนใน เขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงนั้นเป็นอย่างไร และแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของ ชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่เหมาะสมนั้นควรมีแนวทาง อย่างไรก็ตาม จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่นำไปใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการในการ กำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาและนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มประสิทธิผลของชุมชนท่องเที่ยว หนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมของ ประเทศตามนโยบายและเป้าหมายของรัฐบาล ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาการจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานของการวิจัย

การจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัด

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาทำการศึกษาแนวคิดดังนี้

1. คุณลักษณะของชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัด (กรมการ พัฒนาชุมชน, 2566) มีองค์ประกอบ ได้แก่ ลักษณะของกิจการ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และ ระยะเวลาการดำเนินงาน
2. การจัดการชุมชน มีองค์ประกอบ ได้แก่ การผลิต ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ การ ปรับเปลี่ยน และการพัฒนา (Gibson, 2006)
3. ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (กรมพัฒนาชุมชน, 2566) มีองค์ประกอบ ได้แก่ การดำเนินการธุรกิจชุมชน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางแต่ละท้องที่ การส่งเสริม การตลาด และผู้นำชุมชน

ขอบเขตด้านพื้นที่

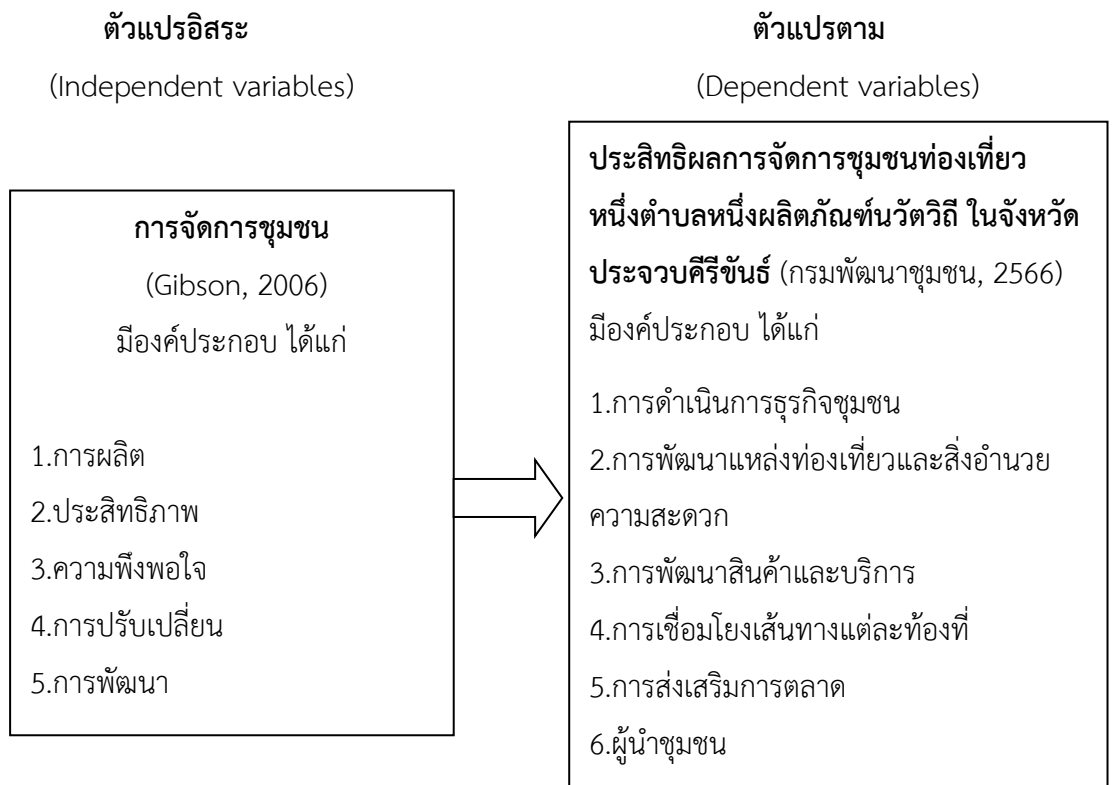
ชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมวิถีชีวิตวิถีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยในครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มกราคม - มิถุนายน 2566

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังนี้ 1) ประสิทธิภาพการจัดการชุมชน เมืองประกอบ ได้แก่ การผลิต ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ การปรับเปลี่ยน และการพัฒนา (Gibson, 2006) และ 2) ประสิทธิภาพการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมวิถีชีวิต (กรมพัฒนาชุมชน, 2566) เมืองประกอบ ได้แก่ การดำเนินการธุรกิจชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางแต่ละท้องที่ การส่งเสริม การตลาด และผู้นำชุมชน ซึ่งผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

- 1 บริบทและคุณลักษณะของชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการชุมชนท่องเที่ยว
- 3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- 4 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการชุมชน
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรคือ ผู้แทนชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2,192 ราย (กรมพัฒนาชุมชน, 31 พ.ค. 2565,ออนไลน์)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ในการคำนวณโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือผู้แทนชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการแจกแบบสอบถาม โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

วิธีการเลือกตัวอย่าง

จากผลการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผล จึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้บริการจาก Google Form ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการส่งลิงค์แบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาค้นคว้า จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเป็นกรอบแนวคิดที่มีความเหมาะสม ครอบคลุมตัวแปร เนื้อหา และวัตถุประสงค์ โดยได้รับการเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างรอบคอบ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการชุมชน มีองค์ประกอบ ประกอบด้วย การผลิต ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ การปรับเปลี่ยน และการพัฒนา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย การดำเนินการธุรกิจชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางแต่ละท้องที่ การส่งเสริม การตลาด และผู้นำชุมชน

ซึ่งส่วนที่ 2 - 3 มีรูปแบบของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราช่วง (Interval Scale) โดยมีการใช้มาตรวัด 5 ระดับ (Five-point Likert Scales) ได้แก่

ระดับคะแนนที่ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนนที่ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับคะแนนที่ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ระดับคะแนนที่ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนนที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลทดสอบความคิดเห็นโดยลักษณะเกณฑ์การประเมินแบ่งตามช่วงอันตรภาคชั้น (Class Interval) กำหนดคะแนนสูงสุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน และคำนวณ กึ่งกลางพิสัยโดยคำนวณจากช่วงกว้างอันตรภาคชั้น (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2539) ดังนี้

จากการคำนวณดังกล่าว สามารถกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นเพื่อการแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจ

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ก่อนส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเชิงเนื้อหา และความครอบคลุมของเนื้อหาโดยการตรวจสอบข้อมูลประกอบด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของชุดคำถาม (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการตอบแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาประสิทธิภาพการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถามผ่าน Google Form ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกระจายแบบสอบถามผ่านทาง Social Network ได้แก่ Line และ Facebook
2. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบดูความถูกต้องและตรวจเช็คจำนวนให้เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้วไปวิเคราะห์ผลตามวิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และลักษณะการแจกแจงของชุดข้อมูล ด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์ โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ตัวแปรและบรรยายข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจจะใช้ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ 60,001 บาท ขึ้นไป และ เป็นเจ้าของกิจการ จากการวิเคราะห์ผลข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาการจัดการชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความคิดเห็นของความคิดเห็นของประสิทธิผลการจัดการชุมชน โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการผลิต รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจ ด้านประสิทธิภาพ ด้านการพัฒนา และน้อยที่สุด คือ ด้านการปรับเปลี่ยน ตามลำดับ

2. ศึกษาประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความคิดเห็นของประสิทธิผลการจัดการชุมชน ท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้าน การส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางแต่ละท้องถิ่น ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผู้นำชุมชน และน้อยที่สุดคือ ด้านการดำเนินการธุรกิจชุมชน ตามลำดับ

3. ศึกษาการจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.83 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองเท่ากับ 0.69 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ร้อยละ 69.0 ($R^2 = 0.69$) โดยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์มีค่า 0.21

จากโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise ไม่มีตัวแปรใดถูกตัดออกจากการวิเคราะห์ จึงได้สมการที่เหมาะสมโดยการจัดการชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย (β) ดังนี้ การปรับเปลี่ยน (X_4) การพัฒนา (X_5) ความพึงพอใจ (X_3) ประสิทธิภาพ (X_2) และ การผลิต(X_1) ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 นี้ สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.030 + 0.792 (X_4) + 0.470 (X_5) + 0.150(X_3)+0.071 (X_2)+0.034 (X_1)$$

เมื่อพิจารณาตามสมการพยากรณ์พบว่า การจัดการชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ การปรับเปลี่ยน (X_4) การพัฒนา (X_5) ความพึงพอใจ (X_3) ประสิทธิภาพ (X_2) และ การผลิต(X_1) จะมีแนวโน้มส่งผล

ให้ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์เหมาะสมและเด่นชัดได้ดีขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัยคือ การจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ดังนี้

การจัดการชุมชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.83 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองเท่ากับ 0.69 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร้อยละ 69.0 ($R^2 = 0.69$) โดยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์มีค่า 0.21 จากโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise ไม่มีตัวแปรใดถูกตัดออกจากการวิเคราะห์ จึงได้สมการที่เหมาะสมโดยการจัดการชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย (β) ดังนี้ การปรับเปลี่ยน (X_4) การพัฒนา (X_5) ความพึงพอใจ (X_3) ประสิทธิภาพ (X_2) และการผลิต (X_1) ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 นี้ สามารถพยากรณ์พยากรณ์ประสิทธิผลการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพน บุชชมาลย์ ศรีรินทร์ญา และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี: กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี พบว่า ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด มีผลการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตวิถี ซึ่งความแตกต่างนี้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ สไตลิดิส (Stylidis, 2012) ที่พบว่าประสิทธิผลของการจัดการชุมชนจะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ โดยตรง เช่น สถานการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ภาครัฐจึงต้องมีการกระตุ้น ระบบเศรษฐกิจของชุมชน เช่น การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้เกิดแรงกระตุ้น ยกกระดานและผลักดัน ธุรกิจของตนเองให้แข่งขันได้และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจ อุตสาหกรรมให้เพิ่มประสิทธิภาพของ

กระบวนการผลิต การตลาดและการสร้างโอกาสทางธุรกิจ และได้พัฒนาองค์ความรู้ ทักษะฝีมือ เพิ่มพูนประสบการณ์ในการแข่งขันกับภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผล ให้เศรษฐกิจของชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และประเทศ มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพื่อสร้าง การพัฒนาได้ตามเป้าหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมที่พึงปรารถนาได้จากนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุกฤษฏ์ ชาวแพรงน้อย (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินผล การดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การประเมินผล โครงการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ตามแนวทาง CIPP มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการ ประเมินผลผลิตมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกด้าน ผลการดำเนินงานโครงการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า จะทำให้หมู่บ้านมีอัตลักษณ์และ กิจกรรมที่น่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสนับสนุนให้หมู่บ้าน ท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม เป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีการนำนักท่องเที่ยว คณะศึกษาดูงาน และส่วน ราชการต่าง ๆ เข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านมากขึ้น และ เพ็ญศรี นิรินัง (2563) ที่ศึกษาเรื่ององค์ประกอบ ความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม พบว่า ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ มีองค์ประกอบความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านเป้าหมาย ตามหลักการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และด้านศักยภาพของชุมชน และแนวทางการพัฒนา ชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ประกอบด้วย 5 แนวทาง ได้แก่ การพัฒนา ตามหลักการชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว และการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน และสอดคล้องกับ ลานา (Rana, 2018) ที่พบว่าหลักการพัฒนาที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย การสร้างชื่อเสียงให้ชุมชน พัฒนา สินค้าพื้นเมือง เพิ่มผู้ประกอบการและสร้างวิสาหกิจชุมชนด้วยการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของ ทรัพยากรภายในชุมชน มีการพัฒนาทักษะและความสามารถของสมาชิกในชุมชนให้สามารถประดิษฐ์ ชิ้นงานให้มีคุณภาพ สามารถแข่งขันได้และเพิ่มผู้ประกอบการ จัดตั้งกลุ่มโอทอปให้สนับสนุนกิจการ ซึ่งทำให้เกิดแรงผลักดันให้กิจการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในลักษณะของการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นเจ้าของร่วมกันเพื่อประโยชน์ของชุมชน การจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับและก่อให้เกิด ผลประโยชน์สูงสุด ดังนั้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะช่วยส่งเสริมศักยภาพอย่างแท้จริง ให้กับ ผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งจะต้องหาแนวทางในการดำเนินการแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริม ให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการ

กำหนดนโยบายและเป้าหมาย สอดคล้องกับ เพ็ญศรี นิรินัง (2563) ที่พบว่า องค์ประกอบในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ประกอบด้วย การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ เป้าหมายตามหลักการและศักยภาพของชุมชน การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว บุคลากร การตลาดท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ประโยชน์ของแนวทางการจัดการ ทำให้การพัฒนาเกิดความยั่งยืนเพราะสามารถตอบสนองกับความต้องการของทุกฝ่ายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วัลย์ลดา พรหมเวียง (2561) ที่พบว่า ผู้ประกอบการต้องค้นพบและยอมรับได้ในจุดเด่นที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน สร้างอัตลักษณ์สู่การเชื่อมโยง เอกลักษณ์เฉพาะตัวให้มีคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรมการตลาดดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ แนวทางการจัดการทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น การตัดสินใจมีคุณภาพมากขึ้น และส่งเสริมให้มีการปรับปรุงงาน ตลอดจนผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ชุมชนมีวิถีการผลิตและวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเพื่อจัดการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ซึ่งในระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในชุมชน และนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

1. ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ในด้านการปกป้องรักษา ด้านแนวทางการจัดการ และการอนุรักษ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้การท่องเที่ยววิถีจะเป็นไปอย่างยั่งยืน

2. จากผลการวิจัยพบว่าควรมีการสื่อสารถึงการปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องสุขา สถานที่จอดรถ ทางเดินริมน้ำ ที่รองรับขยะ และสิ่งปฏิกูล ป้ายบอกทางหรือป้ายสื่อความหมายที่สวยงามและเหมาะสม ที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับปริมาณนักท่องเที่ยว เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

3. การพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง Social media เช่น การเป็น You tuber การไลฟ์สดใน face book โดยในส่วนนี้ครอบคลุมถึงการพัฒนาทักษะส่วนตัว เช่น ทักษะการพูด การขาย การปิดการขาย ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีด้าน social media กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเยาวชน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อช่วยให้คนเหล่านี้สามารถใช้ Social media ในการขาย

ผลิตภัณฑ์ แปรรูปของชุมชนและสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนได้ รวมถึงการพัฒนาข้อมูล เอกสาร ภาพ เรื่องเล่าของ ชุมชนเป็นหลายภาษา เช่น ภาษาไทย อังกฤษ จีน มลายู เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะสั้น และระยะกลางโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยการพัฒนาอัตลักษณ์จากชุมชนเพื่อสร้างสินค้าและบริการที่ดี ของเด่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัด ต้องเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวสู่มาตรฐาน ได้แก่ ป้ายบอกทาง ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ทันสมัย สถานที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านจำหน่ายของฝาก ของที่ระลึก กลอน
3. สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ททท.) ในเขตพื้นที่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบลส่งเสริมและพัฒนาการตลาดเชิงรุก เพื่อกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์และวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว โดยวางแผนการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารแบบออนไลน์และออฟไลน์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). **คู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- _____. (2563ก). **คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ : กระทรวงฯ
- _____. (2563ข). **แนวทางการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ:กรมฯ.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2563).**แผนแม่บทเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน**.กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์น การพิมพ์
- กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน .(2562).**แบบสรุปผลการดำเนินงาน: โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ: กรมฯ กระทรวงมหาดไทย.
- เกษียร วรศิริ และ อุษณีย์ เสวกวัชร. (2562).**นวัตวิถีเชิงประวัติศาสตร์อยุธยา โมเดล**. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษย ศาสตร์*. 9(3): 245-258.
- คณะกรรมการอำนวยการผลิตภัณฑ์ OTOP แห่งชาติ. (2563). **ความเป็นมาของโครงการ OTOP**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี

- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ]. (2553). **แนวทางในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: แสงรุ่งการพิมพ์
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และ พระถนัด วทฒโน. (2561). *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ 6ฉบับพิเศษ*.
- จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.(2566).**ข้อมูลทั่วไปจังหวัดประจวบคีรีขันธ์**.สืบค้นจาก https://www.prachuapkhirikhan.go.th/_2018/content/generalเฉลิมพล ศรีหงษ์, (2562). **เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติและการประเมินผลนโยบาย**. กรุงเทพฯ: โครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- _____.(2562ข). **เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติและการประเมินผลนโยบาย (เล่ม 2)**. กรุงเทพฯ: โครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2561). แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลสำหรับการเพิ่มขีดความสามารถของผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรม ทางอากาศ. *วารสารเกษมบัณฑิต. 20: 101-116*.
- ชุตินันต์ สะสอง. (2559). **ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียและแผนธุรกิจที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, นครพนม, มหาวิทยาลัยนครพนม.
- ฉิมมพร ทวีเดช. (2558). **รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโอท็อป นวัตกรรม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2556). การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการของลูกค้าอุตสาหกรรมด้านสุขภาพในเขตจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการการจัดการปริทรรศน์, 15(15)*
- _____.(2560). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ 13(2): 5-6*.
- ธัญ วรวัดน์. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ในจังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์, มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

- ธนาณัติ ชันทะสิทธิ์. (2559). **การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออก เลียงเหนือตอนบน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์. (2562). **เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการบริหารงานนโยบายไป ปฏิบัติและการประเมินผลนโยบาย**. กรุงเทพฯ: โครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปพน บุชยมาลัย ศรีรินทร์ญา จังจรัส สุวิมล แซ่ก่อง อีสัยส มะเร็ง มะพาริ กะมู๋นึ่ง สุวิมล อิศระธนา ชัยกุล และ มุปตี อุเต็น. (2562). **การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการ จัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา**. ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณบำรุงการศึกษา ประจำปี 2562. คณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ปติวงษ์ ผลสมบุญ. (2559). **การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรม OTOP เพื่อ ประสิทธิภาพการแข่งขันที่ยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าพระนครเหนือ
- ปิยงูร พวงแก้ว (2563). **การดำเนินงานของโครงการหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กรณีศึกษาบ้านท้ายดง หมู่ที่ 1 ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล. (2562). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัด นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการท่องเที่ยว พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา
- พรหมภัสสร ชุณหบุญญทิพย์. (2560). **การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน บ้านดอนแดง อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม**. *International Thai Tourism Journal*. 13(2): 47-62
- พัชรมน บุญยราศรี. (2560). **ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์โอท็อปไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- พิศาพิมพ์ จันทรพรหม. (2563). **การพัฒนาแบบการจัดการความรู้ภูมิเวศวัฒนธรรมเพื่อ การ จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา พัฒนา ทรัพยากรชนบท. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- เพ็ญศรี นิรินัง. (2563). **องค์ประกอบความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของ ชุมชน คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม**. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/>.

- มณฑล ศรีสุข. (2562). **กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการท่องเที่ยว, พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา
- มยุรี วรณสกุลเจริญ และ ชาญณรงค์ รัตนพนากุล. (2563). ประสิทธิภาพของ องค์การ. *วารสารศิลปการจัดการ*. 4(1): 193-204.
- รัฐพรรัตน์ งามวงศ์. (2558). **ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับ ผลิตภัณ์ท์ ชุมชน (OTOP) จังหวัดนครราชสีมา กรณีศึกษาศูนย์พัฒนาภูมิปัญญาอาชีพ ปักธงชัย วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วัลย์ลดา พรหมเวียง. (2561). **การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณ์ท์วิสาหกิจชุมชนของหมู่บ้านสารสนเทศ ตำบลบ้านคลองทรายใน ICT 418 KL YALA**. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- วารุณี เตชะคุณารักษ์. (2563). **การใช้ SWOT วิเคราะห์ตนเอง**. สืบค้นจาก <http://techno.rtu.ac.th/detailk11.php>.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก.(2563). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน. สืบค้น จาก <https://www.bangnomko.go.th/>.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). **โครงการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ** จาก http://www.ismed.or.th/knowledge/show_content.php?id=2061
- สสว. (2563). **โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563ก). **แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ
- _____.(2563ข). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 12 (2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สีอนัญ แซ่แต้ (2558). **โครงการโอทอปบริเวณใต้ทางด่วนในเขตกรุงเทพมหานครในมุมมอง ของผู้ประกอบการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.
- สุธาสินี โพธิ์พันธ์. (2558). **คุณลักษณะผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณ์ท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

- สุภัทรีภา ชันทจร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การสู่ความเป็นนเลิศของชุมชนท่องเที่ยววันวัต
วิถีในประเทศไทยตามแนวพระราชรัฐ : กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยววันวัตวิถี อำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*8(2): 74-84.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2561). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ คงสงค์, (2562). **ชุมชนเข้มแข็งบนฐานทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลาด
น้ำในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
การศึกษาและการพัฒนาสังคม. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อติพร เกิดเรือง. (2561). **หลักการประเมินผลนโยบายสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุรัตน์ อนันทนาธร. (2562). **การจัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน ตามแนวคิดปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง**. ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- อรทัย มูลคำ (2562). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัด
นครพนม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการท่องเที่ยว. พะเยา
มหาวิทยาลัยพะเยา
- อรัญญา ปฐมสกุล และคณะ. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน กรณีศึกษา ตำบล
ท่าชนะ อำเภوتاชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี* 1: 177.
- อรุณ รักธรรม. (2537). **การพัฒนาและการฝึกอบรมบุคคล: ศึกษาเชิงพฤติกรรม**. กรุงเทพฯ: คณะ
รัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- อังคณา โพธิ์เสดา. (2561). **แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์สำหรับชุมชนท่องเที่ยว
OTOP นวัตวิถี บ้านควนซีแรด-ทุ่งจั่ง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. สืบค้นจาก
http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-6_1565340897.pdf.
- อุกฤษฏ์ ชาวแพรงน้อย. (2562). การประเมินผลการดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา*. 16(75): 157-168.
- อุษา โบบานัน. (2560). **รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโอท็อปภายใต้หลัก ปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย. (2562). การประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็น ฐานเพื่อ
พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นอย่างยั่งยืน. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*. 9
(ฉบับพิเศษ): 253-262.