

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ข้อมูล บทความทางวิชาการ เอกสาร และงานวิจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นที่มีต่อโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 2.3 แนวคิดการตลาดธุรกิจโรงแรม
- 2.4 แนวคิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
- 2.5 แนวคิดการจัดการร่วมและการมีส่วนร่วม
- 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับสูตร
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริหาร และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน

รัฐบาลปัจจุบันมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญควาเข้มแข็งทางเศรษฐกิจโดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ คือ คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ

(กอ.นตผ.) เป็นผู้ขับเคลื่อน และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักที่ส่งเสริม การดำเนินงาน OTOP จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 16 ปี โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนส่งเสริม ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้ มุ่งปรับสู่การค้า แบบสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ ต่าง ๆ ไม่มีความสุข รายได้ตกไปอยู่แก่ผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็กไม่กระจายถึง ประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ฐานราก ไม่ประสบ ผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ส่วนใหญ่ตก ไปอยู่ในกลุ่มทุนเอกชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้างร้านใหญ่ๆ กรู๊ปทัวร์ ไม่ลงไปถึงฐานราก เช่นเดียวกัน

ดังนั้น จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิตสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียง ด้านเดียวสู่การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ได้ตามความต้องการโดยการขายสินค้าอยู่ในชุมชน ที่มาจาก การท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ ทั้งนี้ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกัน ไม่ต้องแข่งขันนำผลิตภัณฑ์ออกไปขายนอกชุมชน เป็น ชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชน ที่มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือน และใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งรายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน ทุกคนมีความสุข เป็น การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

2.1.1 การท่องเที่ยววิถี

การท่องเที่ยววิถีเป็นโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ถูกขับเคลื่อน พัฒนาประเทศตามโครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” จากการทำรัฐบาลปัจจุบัน มีนโยบายลดความเหลื่อม ล้าของสังคมที่มุ่งสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาค ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกันภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่ง สอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๔ ใน ภูมิภาคทั่วประเทศ และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมดำเนินงาน OTOP โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ขายสินค้าได้ อีกทั้งยังมุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล โดยต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิต สินค้า OTOP ออกจากชุมชน สู่รายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการจำหน่ายสินค้าที่อยู่ในชุมชนจากการท่องเที่ยว มีการใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ รวมทั้งทำให้มีคุณค่าเพียงพอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามา เยี่ยมเยือน และใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้อยู่กับคนในชุมชน โดยรอบ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

2.1.2 ความหมายการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

2.1.3 ประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) : หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดังกิจกรรมนั้น ๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่งตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ : แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ : แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้จะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น นั้น ๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ : แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปะ วัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่าน

บันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และ สนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) : หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลป วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัด สุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ : ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่าง ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใด ๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้ เป็น เครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) : หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก : สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ : แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท เกาะ : การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภท เกาะสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญของ คะแนน น้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท แก่ง : แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ

2.1.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกลไกสนับสนุนชุมชน ในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์ฟื้นฟูสืบทอด ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีส่วนร่วมกับการกำหนดแนวทาง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งแต่ละชุมชนมีการปรับตัวพัฒนาตนเอง ให้เข้าเกณฑ์มาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยว การนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น เรียนรู้และปรับตัวเข้ากับธรรมชาติได้อย่างกลมกลืน มาจัดกระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถสัมผัสได้

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งมีความหลากหลายตามศักยภาพของชุมชน และภูมิประเทศในแต่ละท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการ

พัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและบริหารจัดการในชุมชน นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจใน บทบาทของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาและการอนุรักษ์ธรรมชาติ ตลอดจนแลกเปลี่ยน ประสบการณ์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จับ ต้องได้ (ตัวผลิตภัณฑ์) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยมีเกณฑ์การจำแนกประเภทของ ผลิตภัณฑ์ (วรรณพรรณ รีมผลี, 2554) ประกอบด้วย 1. เกณฑ์อายุการใช้งาน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์คงทนและผลิตภัณฑ์ไม่คงทน 2. เกณฑ์ทางกายภาพ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 3. เกณฑ์ผู้ใช้ แบ่งได้ 3 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ เกษตรกรรมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุ ภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิ ปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (วรรณ พรรณ รีมผลี, 2554) ประกอบด้วย 1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 4. การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ 5. การพัฒนาภูมิปัญญา 6. การ พัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

2.2.1. ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของมนุษย์ ทั้ง ทางด้านของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค จึงได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์ ไว้ดังนี้ Philip Kotler ได้ให้ความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ ไว้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อะไรบางอย่างที่สามารถนำเสนอต่อตลาด เพื่อเรียกความสนใจ เรียกให้มีการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค

Jerome E. McCarthy ได้ให้ความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์ ไว้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ข้อเสนอของบริษัทที่เสนอออกไปเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ความต้องการ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2552 ได้จำกัดความหมายของ คำว่า ผลิตภัณฑ์ ไว้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้น

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มี ตัวตนก็ได้ ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการความคิด สถานที่ หรือบุคคล

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือที่ผ่านมาเรียกว่า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดจากชุมชน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้ประชาชน ประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้างศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ยกกระดับจากฐานะผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาเป็นบริษัทย่อย ๆ ครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการ ดูแลระบบเงิน และระบบบัญชี ควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีความคล่องตัวในการติดต่อตลาดได้ด้วยตนเอง

2.3 แนวคิดการตลาดธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจหลักที่อยู่ในตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนประกอบที่เหมือนกับตลาดสินค้าทั่วไปประกอบด้วยผู้ผลิตสินค้า สินค้า และผู้ซื้อ แต่รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบแตกต่างกันดังนี้ (ธนภฤต สังข์เฉย, 2550) การจัดแผนการตลาดทางธุรกิจโรงแรมนั้นมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการชุกงูนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการที่เป็นเป้าหมายหลักของการตลาดเบื้องต้นที่จะนำมาพิจารณาคือ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย สินค้าการบริการ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

2.4 แนวคิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

วารุณี สุนทรเจริญเงิน (2556) ระบุว่า มูลค่าเพิ่ม คือ คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสูงขึ้น ไม่ว่าจะสัมผัสจากทางกายภาพ หรือสัมผัสได้จากความรู้สึก การสร้างมูลค่าเพิ่ม มิใช่เพียงแค่การออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่โอกาสนั้นอยู่ในทั้งกระบวนการบางกรณีอาจจะเน้นในจุดเดียว แต่บางกรณีอาจจะต้องกระทำในหลายๆจุดไปพร้อมๆกัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้ายคือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี มูลค่าเพิ่ม สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณา ดังนี้ คือ 1. การเพิ่มคุณค่า 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ 3. การพิจารณาวัตถุประสงค์ การคัดเลือกวัตถุประสงค์ที่มีเรื่องราวจะสร้างคุณค่าเพิ่มได้ 4. การพิจารณาวิถีกระบวนการผลิต 5. การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรกหรือตั้งแต่มองเห็น 6. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ 7. การเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ

2.5 แนวคิดการจัดการร่วมและการมีส่วนร่วม

โคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1980) ได้กล่าวถึงลักษณะของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาโดยทั่วไปนั้นประชาชนอาจเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะ

ทำอะไรเข้าร่วมในการนำโครงการไปปฏิบัติโดยเสียสละทรัพยากรต่าง ๆ เช่น แรงงาน วัสดุ เงิน ร่วมมือในองค์การหรือกิจกรรมเฉพาะด้านที่เข้าร่วมในผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาและร่วมในการประเมินผลโครงการซึ่งสอดคล้องกับคติน รพีพัฒน์ (2527:100 – 101) และประชุม รอดประเสริฐ (2529:30) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนคือ การร่วมกันในการค้นหาปัญหาสาเหตุของปัญหาตลอดจนแนวทางการแก้ไขการร่วมกันตัดสินใจเลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหาคือการร่วมกันปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผนและการร่วมกันประเมินผลงานกิจกรรมพัฒนา

2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับสูตร

2.6.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยสถิติ t-test

ได้รวบรวมข้อความรู้เกี่ยวกับการใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่นิยมใช้ในการวิจัย ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของประชากร หรือกลุ่มตัวอย่าง ในตอนแรกจะเสนอเนื้อหาการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยสถิติ t-test ซึ่งมี 2 แบบ คือ t-test แบบ Independent และ t-test แบบ Dependent ซึ่งมีวิธีการเลือกใช้และข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้แตกต่างกัน ส่วนเนื้อหาตอนหลังมีสรุปเกี่ยวกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างที่ใช้กันบางตัว เช่น F-test ANOVA เป็นต้น มีสาระสำคัญ ดังนี้

การทดสอบที (t-test) เป็นเทคนิคการทดสอบสมมติฐานชนิดหนึ่งที่นักวิจัยนิยมใช้การทดสอบ โดยวิธีการนี้ใช้ในกรณีข้อมูลมีจำนวนน้อย ($n < 30$) ผู้ที่ค้นพบการแจกแจงของ t มีชื่อว่า W.S.Gosset เขียนผลงานชิ้นนี้ออกเผยแพร่โดยใช้นามปากกาว่า “student” ให้ความรู้ใหม่ว่า ถ้าข้อมูลมีจำนวนน้อย การแจกแจงจะไม่เป็นโค้งปกติตามทฤษฎี ต่อมาการแจกแจงใหม่นี้มีชื่อว่า Student t-distribution และเรียกกันเวลาใช้ทดสอบโดยคุณสมบัตินี้ว่า t-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540, หน้า 240) สถิติทดสอบ t ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใช้ได้กับกรณีที่มีประชากรหนึ่งกลุ่มและสองกลุ่ม (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551 หน้า 185)

การใช้ t-test แบบ Independent เป็นสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกันข้อมูลที่รวบรวมได้อยู่ในระดับ อันตรภาคหรืออัตราส่วน ใช้สถิติการทดสอบค่า t มีชื่อเฉพาะว่า t-test for Independent Samples สถิติตัวนี้ใช้มากทั้งในการวิจัยเชิงเปรียบเทียบและการวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งมี 2 กรณี (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549, หน้า 86)

ข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติทดสอบ กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Two Independent Samples)

1. กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่สัมพันธ์กัน (เป็นอิสระต่อกัน)
2. ค่าของตัวแปรตามในแต่ละหน่วยเป็นอิสระต่อกัน

3. กลุ่มตัวอย่างได้มาอย่างสุ่มจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

4. ไม่ทราบความแปรปรวนของแต่ละประชากร

(ศิริชัย กาญจนวาสี,ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข(2551, หน้า 58)

2.6.2 การใช้ t- test แบบ dependent

เป็นสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย(ระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียว ได้แก่ สถิติการทดสอบค่า t มีชื่อเฉพาะว่า t-test for dependent Samples ซึ่งมักพบในการวิจัยเชิงทดลองที่ต้องการเปรียบเทียบผลระหว่างก่อนทดลองกับหลังทดลองหรือเปรียบเทียบผลระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมที่ได้จากการจับคู่(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549, หน้า 87)

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2540, หน้า 240) กล่าวว่า ข้อมูลที่เรียกว่า คู่(pair observation) นั้นมีหลายประเภท แต่คุณสมบัติสำคัญจะต้องเกี่ยวข้องกัน (Dependent Sample)มีข้อมูลอยู่ 2 ประเภทใหญ่ๆ

2.6.2.1 ประเภทแรก คือ ข้อมูลที่สอบหรือวัดจากคนเดียวกัน 2 ครั้ง

ข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติทดสอบ t-test (Mean One Sample Test) กรณีมีกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample)

1. ข้อมูลอยู่ในมาตราอันดับภาค(Interval Scale) หรือมาตราอัตราส่วน(Ratio Scale)
2. กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มได้จากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ค่าของตัวแปรตามแต่ละหน่วยเป็นอิสระต่อกัน
4. ไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากร

(ศิริชัย กาญจนวาสี,ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข(2551, หน้า 55)

2.6.2.2 ประเภทที่สอง เป็นประเภทคุณลักษณะของตัวอย่างที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุดเลือกมาเป็นคู่ ๆ (math-pairs) เช่น เด็กฝาแฝด สามีภรรยา ชาวปัญญาเท่ากัน รสนิยมเดียวกัน เป็นต้น ตอนเลือกมาจะเป็นคู่ ๆ แต่ตอนทำการทดลอง หรือศึกษาจะต้องสุ่มอีกครั้ง การทดสอบความแตกต่างจะใช้ t- dependent

ข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน(Two Related-Samples)

t-test (Dependent or Matched Pair Sample)

1. ข้อมูล 2 ชุดได้มาจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน หรือมาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม สัมพันธ์กัน
2. ค่าของตัวแปรตามแต่ละหน่วยเป็นอิสระต่อกัน
3. กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มมาจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ
4. ไม่ทราบความแปรปรวนของประชากร

(ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข(2551, หน้า 56-57)

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์(2549 : 381) สรุปไว้ว่า สถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มเดียว มี 2 ตัว คือ Z-test กับ t-test

Z-test ใช้ในกรณีที่ ทราบความแปรปรวนของประชากร(μ) ถ้าไม่ทราบจะใช้ t-test แต่มีตำราหรือนักสถิติหลายท่าน เสนอว่า หากไม่ทราบความแปรปรวนของประชากรถ้ามีตัวอย่างขนาดเล็ก น้อยกว่า 30 ให้ใช้ t-test แต่ถ้ามีขนาดใหญ่ คือ มากกว่า 30 จะใช้ Z-test ก็ได้เป็นการใช้เพื่ออนุโลมกัน มิใช่ว่าจะใช้แทนกันได้เลย เพราะค่าวิกฤติของ t-test ขึ้นอยู่กับชั้นความเป็นอิสระ ส่วนของ Z-test ไม่ขึ้นอยู่กับชั้นความเป็นอิสระ จากตารางการแจกแจงแบบ t จะเห็นว่า เมื่อชั้นของความเป็นอิสระเพิ่มขึ้น ค่า t จะใกล้เคียงกับค่า Z และเกือบจะเท่ากัน เมื่อชั้นของความเป็นอิสระเท่ากับ 120 เป็นต้นไป ฉะนั้น ถ้าไม่ทราบความแปรปรวนของประชากร จะใช้ Z-test แทน t-test

สิทธิ์ อีธรรม(2552, หน้า 152-153) สรุปไว้ว่า ในกรณีที่เป็นการเปรียบเทียบคนสองกลุ่ม ก็ใช้ t-test ซึ่งแบ่งเป็น t-test for Independent Means สำหรับการเปรียบเทียบสองกลุ่ม ส่วนถ้าเป็นการเปรียบเทียบคนกลุ่มเดียวกัน ก็ใช้ t-test for Dependent Means ส่วนถ้าเป็นการเปรียบเทียบคนมากกว่าสองกลุ่ม ก็ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน(Analysis of Variance หรือ ANOVA)

2.6.3 การวิเคราะห์ความแตกต่าง(Analysis Of differences) กรณีประชากรสองกลุ่ม

นงลักษณ์ วิรัชชัย(2552, หน้า 5) สรุปไว้ว่า สถิติอนุมานเบื้องต้นใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยอาจเปรียบเทียบได้ทั้งค่าเฉลี่ย ความแปรปรวน สัดส่วน สหสัมพันธ์ สถิติที่ใช้แตกต่างกันตามลักษณะข้อมูล เช่น การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม เมื่อมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ รู้ความแปรปรวนของประชากรใช้ Z-test เมื่อมีกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กใช้ t-test ซึ่งมีสูตรการคำนวณแยกตามลักษณะความแปรปรวนของกลุ่มประชากรว่ามีขนาดเท่ากันหรือไม่เท่ากัน และลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระหรือไม่เป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนสองกลุ่มใช้ F-test การวิเคราะห์ความแตกต่างของสัดส่วนระหว่างกลุ่มใช้ Z-test และการวิเคราะห์ความแตกต่างของสหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มใช้ Z-test หรือ X^2 สถิติที่ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามจำนวนกลุ่มและระดับการวัดมาตราส่วน (ค่าเฉลี่ย, S^2)

2.6.4 ปัญหาการเลือกใช้สถิติ

1. ผู้วิจัยเน้นการวิเคราะห์เฉพาะส่วนย่อย ทำให้ขาดผลการวิเคราะห์ในลักษณะภาพรวม เช่น การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประชากรเป็นรายคู่ที่ละคู่โดยใช้ t-test แทนที่น่าจะใช้วิธีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประชากรหลายๆกลุ่มพร้อมกันไป โดย F-test

2. เลือกใช้สถิติที่ฝ่าฝืนข้อตกลงเบื้องต้น เช่น การใช้ Z-test โดยไม่ทราบความแปรปรวนของประชากร(Population variance) การใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน(ANOVA) ของข้อมูลที่วัดเป็นความถี่ เป็นต้น

(ศิริชัย กาญจนวาสี,ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุข(2551, หน้า 59,60)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนัฐ วรวัฒน์ (2562) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ปัจจัยด้านเครือข่ายองค์กรชุมชน ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านผู้นำชุมชนผู้นำควรรสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรสนับสนุนงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยว ประชาชนควรอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชนของตนเอง ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

รพีพรรณ พงศ์อินทร์วงศ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของหมู่บ้านท่องเที่ยว นวัตวิถี กรณีศึกษาบ้านใหม่ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าชุมชนหรือองค์กรที่มีผู้นำ ที่มีความรู้ความสามารถการบริหารจัดการความขัดแย้งทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดความรักใคร่สามัคคีผู้นำจะต้องสร้างเครือข่ายเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพราะองค์กรมีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากร บุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่หลากหลายจึงจะพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้าและดำเนินงาน ให้ประสบความสำเร็จได้ขณะเดียวกันผู้นำจะต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นสิ่งสนับสนุน เพื่อให้การบริหารงานมีความรวดเร็ว

ปิ่นปิ่นท์ แก้วสมบัติ (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน พบว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ระบุปัจจัยที่ส่งเสริมความพร้อมของนักศึกษาด้านความรู้และทักษะในงานสายการโรงแรม 2.) สสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาต่อความพร้อมสู่ตลาดแรงงานอุตสาหกรรมโรงแรม และ 3.) สสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรมต่อการออกสู่ตลาดแรงงานของนักศึกษา สสำรวจความพร้อมของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาหลักสูตรการจัดการโรงแรมต่อการสู่ตลาดแรงงาน ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษาสถาบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่ม 1 ได้แก่ โดยมีวิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย, วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานีและวิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวอุดรธานี จำนวน 167 คน เครื่องมือวิจัยที่ใช้คือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบกึ่ง

โครงสร้างเชิงลึกกับผู้ประกอบการ จำนวน 6 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า 1. การจัดการเรียนการสอน และ รายวิชาในหลักสูตรของ สถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความพร้อมของนักศึกษาด้านความรู้และทักษะวิชาชีพ โรงแรม 2. นักศึกษาส่วนใหญ่พึงพอใจต่อประสบการณ์การฝึกวิชาชีพเพราะการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพเป็นการต่อยอดความรู้และทักษะวิชาชีพส่งผลให้เกิดความมั่นใจที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน อุตสาหกรรมโรงแรมเมื่อจบการศึกษา 3. บุคลากรโรงแรมเห็นด้วยว่านักศึกษามีความรู้และทักษะ วิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมแต่นักศึกษาควรพัฒนาทักษะด้าน ภาษาต่างประเทศ และ ความกระตือรือร้นในการทำงานยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับแรงงาน ต่างชาติเมื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานอุตสาหกรรมโรงแรมในอนาคต คำสำคัญ : นักศึกษาสถาบัน อาชีวศึกษา ความพร้อมทางอาชีพ อุตสาหกรรมโรงแรม

พรรณิภา ชาวคำ. (2561,บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ ตลาดธุรกิจ พบว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการ พัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย และ 3) เพื่อประเมินผลการนำ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย โดยนำแนวคิดและทฤษฎีการ มีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดธุรกิจโรงแรม มาเป็นกรอบแนวความคิด เป็น การวิจัยแบบผสมทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและการสัมภาษณ์เพื่อ ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชนเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนและความ ต้องการของชุมชนที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม และ 2) แบบสอบถามเพื่อ สำรวจความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนา เข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย และเพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการ พัฒนาสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

กรรณิการ์ สายเทพ. (2560) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก ของกลุ่มวิสาหกิจ พบว่า ปัญหาที่สำคัญ คือปัจจุบันมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อประดิษฐ์ ดอกไม้ ส่วนมากเป็นดอกไม้ที่ทำมาจากกระดาษและมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อภายในหมู่บ้านเพื่อไป ขายต่อ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเน้นการที่ประดิษฐ์ดอกไม้เพื่อประดับพวงหรีด เชียงเทียน มีปริมาณ ผลผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า อีกทั้งยังไม่มีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็น รูปธรรม แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม 1) ต้องมีการรวมกันเป็นเครือข่ายและจัดพบปะกันเป็น ระยะเวลา อาทิ เป็นรายเดือนหรือไตรมาส 2) ต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าและการควบคุมระบบการ

ผลิตให้มีความสม่ำเสมอ และ 3) ต้องมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเพื่อ การส่งออก

วรรณิษา สัจจธรรม (2560) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยส่งเสริมศักยภาพการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ชาวบ้านมีส่วนร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระ ประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ลำดับแรกคือขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา ในส่วนของอบต. ได้จัดทำโครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวกับงานด้านโครงสร้างพื้นฐาน

วิทยากรณ์ จรัสดวง (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทและความสำคัญของระบบนิเวศใน พื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย ศึกษาข้อจำกัดและสมรรถนะในการรองรับการท่องเที่ยว ตลอดจน ศักยภาพในการพัฒนาของพื้นที่ ตรวจสอบและวิเคราะห์กระบวนการวางแผนและการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ในพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนปัญหาและ อุปสรรคของการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และเสนอแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน ใน การจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพ และสมรรถนะในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ ในอนาคตได้อย่างเหมาะสม วิธีการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสังเกตและการสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการสอบถามใน 6 ด้านคือ 1) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น 2) ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 3) ด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก 4) ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการท่องเที่ยว 5) ด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว 6) ด้านการส่งเสริมการลงทุน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นการสุ่มแบบง่าย ซึ่งได้แก่ ประชาชนในชุมชน จำนวน 140 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่าระบบนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ ป่าทะเลน้อย มีความอุดมสมบูรณ์ในระดับมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ มีเอกลักษณ์ความ สวยงามทางธรรมชาติดึงดูดใจ มีสมรรถนะในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านของพื้นที่ และ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นหลักใหญ่ รวมทั้งมีศักยภาพการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ระดับสูง เพราะมีความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ ส่วนกระบวนการวางแผนและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นการจัดทำแผนประจำปี โดยเริ่มจัดทำแผนอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2540 สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า ประชาชนในชุมชนและผู้นำชุมชนมีความต้องการที่จะ เข้าร่วมวางแผน ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเห็นด้วยกับกรอบแนวคิดการจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 6 ด้านในระดับมาก แต่ในทางปฏิบัติยังไม่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากนัก แนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสรุปได้ว่าเกิดขึ้นได้จาก ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 1) ศักยภาพความพร้อมของชุมชน 2) สิ่งจูงใจ 3) ด้านการจัดการ 4) นโยบายของ ภาครัฐ 5) อุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมและแนวทางการสร้างความร่วมมือ ซึ่งแนวทางการมีส่วนร่วม

อาจใช้รูปไตรภาคีคือ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและองค์กรชุมชน โดยกลุ่มที่เป็นตัวกลาง ได้แก่ องค์กรหรือเอกชนหรือนักวิชาการ ซึ่งในกรณีนี้ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการ ดำเนินการระดมความคิดและร่วมกันตัดสินใจ

ณรงค์ กุลทลบุตร.(2559) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ รวมทั้งระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวความคิดหลัก เศรษฐกิจพอเพียงและการสร้างขีดความสามารถด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชนเพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงและใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เครือข่ายวิจัยชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม ปทุมธานี และ กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เอกสาร แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกต แบบประเมินความพึงพอใจ การสนทนากลุ่มย่อย การจัดเวทีประชาคม และการถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงปฏิบัติการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนกลุ่มภาคกลาง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันเหลืองจากมะพร้าว สมุทรสงคราม กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำข้าวกล้องงอกผสมสมุนไพร ปทุมธานี กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปปลาทุสมุทราคร และกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันหม่องน้ำสมุนไพร กรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 อย่างพบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำมันหม่องสมุนไพร และผลิตภัณฑ์แปรรูปปลาทุสมุทราคร อยู่ในระดับมาก ส่วนผลิตภัณฑ์น้ำมันเหลืองจากมะพร้าว และผลิตภัณฑ์น้ำข้าวกล้องงอกสมุนไพรอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประชุมวิพากษ์แนวทางการพัฒนาชุมชนกลุ่มภาคกลาง พบว่า ผู้เข้าร่วมการประชุมลงมติถึงความเป็นไปได้ในการนำไปผลิตต่อยอดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์น้ำมันเหลืองจากมะพร้าว บรรจุภัณฑ์น้ำข้าวกล้องงอกสมุนไพร และบรรจุภัณฑ์น้ำมันหม่องน้ำสมุนไพร และสมาชิกชุมชนมีความต้องการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจเหลือใช้ในชุมชน เพื่อนำไปใช้ต่อยอดสู่ตลาดประชารัฐ เป็นการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มมูลค่า โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น อาทิ ผักตบชวา เป็นต้น และสามารถนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอีกทั้งยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นวิทยากรการศึกษาตลอดชีวิต ถ่ายทอดให้กับชุมชนอื่น ๆ ที่สนใจ เป็นการแบ่งปันระหว่างชุมชน และสร้างเครือข่ายนักวิจัยชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

ภาควณิ ภาควิภาส (2559) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องสำรวจศักยภาพ ความพร้อมและแนวทางในการพัฒนาชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา บ้านบวกเตย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มุ่งประเมินความต้องการและความพร้อมของชุมชนต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนำเอาการวิเคราะห์ทรัพย์สิน ทั้ง 5 ด้าน (Livelihoods assets) ประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนธรรมชาติ และทุนการเงิน มาประยุกต์ใช้เพื่อวัดความพร้อมและหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีคุณภาพได้

ประชากรในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 250 ตัวอย่าง ส่วนกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ได้แก่ ผู้นำและผู้รู้ในชุมชน ชาวบ้าน ผู้บริหารองค์การภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 ราย โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 22,500 บาท นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาบ้านบวกเตี้ยเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านบวกเตี้ยมาก่อน ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต และนักท่องเที่ยวที่มาส่วนใหญ่จะใช้บริการอาหารจากบ้านบวกเตี้ย โดยระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มรตอ บ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการชมวิธีการเก็บดอกกุหลาบ / การปลูกดอกกุหลาบ ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการชมทิวทัศน์ในไร่ดอกกุหลาบ รองลงมาคือ ชมกระบวนการปลูกดอกกุหลาบแต่ละขั้นตอน ชมการสาธิตวิธีการดูแลดอกกุหลาบและกระบวนการขนส่ง และชมวิธีการเก็บดอกกุหลาบ / การปลูกดอกกุหลาบ โดยการเพิ่มศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในลักษณะ 3As ที่มีต่อบ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ในลักษณะ 3As พบว่า ความต้องการต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบวกเตี้ย โดยส่วนใหญ่ต้องการให้มีการบริหารภาพรวมการจัดการด้านพื้นที่ การจัดการด้านการจัดการเชิงอนุรักษ์ การจัดการด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ

ณธายุ ตีบจันทร์. (2558) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องแนวทางการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าโอท็อปชุมชนด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา 2.เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าโอท็อปชุมชนด่านเกวียนจังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล และ 3.เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนด่านเกวียนจำนวน 375 คนและผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามและแนวการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์เปรียบเทียบพหุคูณ แบบ LSD ส่วนวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา

สุถิ เสริฐศรี. (2557). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ ในบริบทของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโคกนอ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ สู่ความยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนคลองโคกนอ จำนวน 361 ชุด มีการสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางส่วน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา และสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์และมีการอภิปรายผล ผลจากการศึกษาพบว่า 1) อัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ มีอัตลักษณ์ 3 ประการ ได้แก่ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ 2) กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคกนอเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ กิจกรรมพายเรือคายัค และกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กิจกรรมตีกระดานเก็บหอยแครง กิจกรรมล่องเรือให้อาหารสัตว์ท้องถิ่น 3) แนวทางการพัฒนาและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ ได้แก่ ให้มีความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชน

สุพิชชา สิ้นเลิศไพบูลย์ (2557) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการวิจัยและการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสถานีวิทย์ชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และศึกษาความพร้อมและความต้องการของชุมชนกับการมีส่วนร่วมในสถานีวิทย์ชุมชนฯ เพื่อวิเคราะห์ถึงความพร้อมของชุมชนกับการมีส่วนร่วมในสถานีวิทย์ชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยชุมชน ผลการวิจัยพบว่าสถานีวิทย์ชุมชนเครดิตยูเนียนใช้หลักการบริหารจัดการร่วม และการบริหารจัดการด้วยตนเองเป็นหลักทั้งในมิติการบริหารจัดการทั่วไป ด้านการบริหารจัดการคนที่มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ ที่เลือกตั้งมาจากอาสาสมัครที่เป็นชาวบ้านในพื้นที่ ที่สามารถรับฟังการกระจายเสียงสัญญาณของสถานีวิทย์ชุมชนเครดิตยูเนียนได้ ซึ่งสะท้อนการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมทุกคน ด้านการบริหารจัดการงานเนื่องด้วยคณะทำงานที่อาสาเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน ของสถานีวิทย์ชุมชนเครดิตยูเนียนนั้นทั้งหมดเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบของอาสาสมัคร เพราะฉะนั้นเรื่องเวลาเป็นสิ่งสำคัญ คณะกรรมการจึงใช้การประชุมเป็นเวทีในการหารือทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิทย์ชุมชน ทุกคนที่เข้ามาร่วมประชุมก็จะมีสิทธิ์ในการแสดงความคิดเห็นเท่าเทียมกัน ซึ่งสะท้อนการบริหารจัดการร่วม ส่วนด้านการบริหารจัดการงบประมาณ ก็ใช้หลักการบริหารจัดการร่วม และการ

บริหารจัดการด้วยตนเอง ด้วยการบริหารจัดการงบประมาณนั้นคณะทำงานทุกคนเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่ในการช่วยกันกำหนดระเบียบข้อบังคับในการจัดหาทุน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสถานีวิทยุชุมชน เครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยอยู่บนหลักของความหลากหลายของแหล่งงบประมาณ ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารจัดการด้วยตนเองที่ปราศจากอำนาจใด ๆ และในมิติของการบริหารจัดการ การกระจายเสียงนั้น ก็ใช้หลักการบริหารจัดการร่วมเป็นสำคัญ โดยคณะทำงานทุกคนร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดรูปแบบ เนื้อหารายการและผู้จัดรายการ โดยอยู่ภายใต้ความสอดคล้องกับ บริบทชุมชน นอกจากนี้มีหลักการบริหารจัดการตามแนวคิดวิद्यุชุมชนแล้ว สถานีวิทยุชุมชนเครดิตยูเนียนยังได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่ายทั้งเครือข่าย หน่วยงานภายในและภายนอกชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนจากชุมชนทั้งระดับชาวบ้าน และระดับผู้นำกลุ่ม ซึ่งสามารถสะท้อน ความยั่งยืนของสถานีได้ และจากการสนับสนุนของชุมชนยังสะท้อนถึง ความพร้อมของชุมชนกับการ มีส่วนร่วมในสถานีวิद्यุชุมชนเครดิตยูเนียน ซึ่งพบว่าชุมชนมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมในสถานีวิद्यุ ชุมชนเครดิตยูเนียน โดยแบ่งเป็น 2 ระดับคือ ระดับผู้นำกลุ่ม ซึ่งมีความพร้อมเรื่องความกระตือรือร้น ความพร้อมด้านเวลา ความพร้อมด้านความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ส่วนระดับชาวบ้านมีความ พร้อมด้านเงิน ด้านเวลา และการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อสถานี ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจความ พร้อมของชุมชนกับการมีส่วนร่วมในสถานีวิद्यุชุมชนเครดิตยูเนียน ที่พบว่าชุมชนมีความพร้อมด้าน จิตใจในเรื่องความกระตือรือร้น มากที่สุด รองลงมาคือความพร้อมด้านฐานะทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ตามผู้ที่มีบทบาทในสถานีวิद्यุชุมชนเป็นเพียงกลุ่มผู้นำ เพราะฉะนั้นควรวางแผนในการเสริมความ พร้อมของชุมชนระดับชาวบ้าน ในการมีส่วนร่วมจากความพร้อมในการมีส่วนร่วมฐานะผู้รับสาร ให้ ขยับฐานะเป็นผู้ผลิตและผู้วางแผนต่อไป โดยให้ผู้นำกลุ่มเป็นผู้แสดงศักยภาพในการเป็นผู้สืบทอด เพื่อถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ เพื่อการใช้สื่อวิทยุชุมชนเพื่อเป็นสื่อในการระดมการมี ส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

มาโนช พรหมปัญญา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิง พุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิง คุณภาพและเชิงปริมาณ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการ ปัญหา และอุปสรรคการ ท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี 3) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธของ จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และ 4) เพื่อกำหนดแนวทางการเตรียม ความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดย ใช้วิธีการศึกษาการสนทนากลุ่มการสัมภาษณ์เชิงพุทธ และการสังเกตการณ์ในการรวบรวมข้อมูลเชิง คุณภาพ กลุ่มตัวอย่างของการสนทนากลุ่มแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ของ ภาครัฐ และหน่วยงานของภาคเอกชนภาคประชาชน การสัมภาษณ์เชิงลึกได้รับความร่วมมือจาก

ปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญา ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถาม จำนวน 60 ชุดผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธถูกดำเนินตามภายใต้นโยบาย ระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับองค์กร โดยได้ระบุปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความ ยั่งยืนนั้นยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน แหล่ง ท่องเที่ยวขาดเสน่ห์ทั้งยังขาดการถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาโดยมีคฤหัสถ์ การสนองความต้องการใน การส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนาระบบการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สินซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงแต่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวถูก เรียกร้องอยู่ในระดับกลางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของ จังหวัดอุบลราชธานีนั้นไม่ว่าจะเป็นด้านอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่น และภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่พัก และอื่น ๆ ส่วนหน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนนั้น ควรส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนด นโยบายต่าง ๆ โดยเน้นถึงสาระสำคัญของพุทธศาสนามากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพียงอย่าง เดียว ส่วนการดำเนินนโยบายนั้นควรดำเนินตามตัวชี้วัดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่สำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงพุทธ แนวทางการจัดการ จังหวัดอุบลราชธานี

ณรงค์ชัย นวลจันทร์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี พบว่า ความพึงพอใจของ ชาวบ้านที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสินค้าโอท็อป จะมีความพึงพอใจต่างกัน

จรัสสินี สุวีรานนท์ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเพื่อการ ท่องเที่ยวชุมชนด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ดำเนิน โครงการท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าโอท็อปที่บ้าน ไม่ต่างกัน