

การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม Development of Community Tourism with OTOP Products In Amphoe Sam Phran, Nakhon Pathom

อาทิมา วงษ์สีมานันต์¹ และชมนุช หุ่นาค²

Arthima Wongsimaanan¹ and Chompoonuch Hunnak²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: Arthima.w@gmail.com, chompoonuch7229@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม วิธีการดำเนินงานวิจัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบกรณีศึกษา โดยศึกษาจากเอกสารหลักฐานการสังเกตแบบไม่มี ส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่น ผู้ประกอบการและสมาชิกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP และนักท่องเที่ยว ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม รวมทั้ง 12 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพทั่วไปและปัญหาของการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ได้แก่ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ออกแบบไว้ยังไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บรรลุภัณฑ์สินค้าไม่มีเอกลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐาน และ (2) แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ได้แก่ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จัดกิจกรรมที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชนเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเรื่องบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์ รวมถึงมีการขอการรับรองคุณภาพสินค้า

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the problems of community tourism and OTOP products (2) to develop the guidelines for community tourism with OTOP products. This research was a qualitative study. A case study was a research methodology. The researcher collected data by document research, non-participation observation and in-depth interview. The informants were the members of the community enterprise of Koh Lad E-tan, the entrepreneurs of OTOP products and the tourists. The total of the informants were 12. The researcher analyzed the data by analytic induction.

The researcher found that (1) the general conditions and problems of managing community tourism and OTOP products are not continuing in public relations. The planned of travel activities don't attract attention from the tourists and product's packaging haven't unique. Also, the products haven't been certified to the standard. (2) The method to encourage community tourism with OTOP products are continuing in public

relations with various sources both online sources and offline sources. Moreover, the community tourism have to the identity, products should be improved to modern packaging and have certified standard.

Keywords: Community Tourism Development, Product Development OTOP, Sampran District, Nakhon Pathom

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นฟันเฟืองหลักที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย ได้สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ารวมถึง 2.75 ล้านล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็น 20% ของ GDP ประเทศไทย และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 35 ล้านคน โดยได้มีการตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นเป็น 37 ล้านคน ในปี 2561 และตั้งเป้าเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นเป็น 3 ล้านล้านบาท (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ความสำคัญกับบริบทความเปลี่ยนแปลง มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีผลสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีหลายประการ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการยกระดับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยในสายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก ในช่วงปี 2540 เป็นเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือปัญหาความยากจน เป็นระยะเวลาต่อเนื่องยาวนานจนกระทั่งเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 รัฐบาล ในขณะนั้นจึงได้มีการแถลงนโยบายต่อรัฐสภา เป็นนโยบายเร่งด่วนจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย ระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต ซึ่งปรัชญาของ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ (คณะอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2562)

"สามพราน" ความสมบูรณ์ของแผ่นดินและความอุดมของผืนน้ำ ทำให้ “สามพราน” เป็นอำเภอหนึ่งใน 2 ของจังหวัดนครปฐม มีชุมชนอาศัยอยู่อย่างมีความสุข มีวัฒนธรรม ประเพณีเก่าแก่ และยังคงรักษาวิถีชีวิตชาวสวน ช่วยสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น นำความเจริญมาสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน ประชากรในอำเภอสามพรานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำนาข้าว การทำสวนไม้ดอก การทำสวนไม้ผลและไม้ยืนต้น การปลูกพืชผักสวนครัวปลอดสารพิษ การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรและการจักสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการทำนาข้าว การทำสวนไม้ดอก การทำสวนไม้ผลและไม้ยืนต้น และการปลูกพืชผักสวนครัวปลอดสารพิษ พบว่าเกษตรกรสามารถปลูก พืชหมุนเวียนได้ตลอดปี ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการเลี้ยงสัตว์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร มีการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP และสามารถนำไปจำหน่ายได้ ถ้าพูดถึงอำเภอสามพรานไม่มีใครที่ไม่รู้จัก “วัดไร่จิง” เพราะเป็นวัดที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงมานาน ไม่ว่าใครจะมาสามพรานต้องแวะไปนมัสการหลวงพ่อดำไร่จิง และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ตลาดน้ำดอนหวาย เทียวสุขใจที่สวนสามพราน หรือสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เปลี่ยนบรรยากาศไปท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวเกษตรกรรม สัมผัสวัฒนธรรม วิถีชุมชน มีสถานที่สุดอันซีนอีกแห่งหนึ่งในย่านเดียวกัน นั่นคือ “เกาะลัดอีแท่น” ซึ่งเป็นชุมชนวิถีเกษตรที่ผสมผสานกับวัฒนธรรม และวิถีพุทธ ที่ตั้งอยู่ในตำบลวัดไร่จิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เสน่ห์และอัตลักษณ์โดดเด่นของชุมชนเกาะลัดอีแท่น คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรผสมผสานกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งด้วยเหตุนี้สถานที่ท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ และอำเภอ

สามพรานมีบริเวณพื้นที่ที่ริมถนนใกล้ กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไป - กลับภายในวันเดียว ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการพักในโรงแรมนอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวชาดความต่อเนื่องและขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง รวมทั้งพัฒนาสินค้า OTOP ซึ่งสถานการณ์ปัจจุบันได้มีการรวมกลุ่ม เพื่อขยายความร่วมมือและการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น ต่อมาประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวคิดร่วมกันในการวางนโยบาย ร่วมกันเพื่อไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี.ศ. 2558 หันมาเน้นความร่วมมือในการสร้างมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า กำหนดเงื่อนไขการเคลื่อนย้ายเสรีของประชากรในอาเซียนและการเคลื่อนย้ายระหว่างกันอย่างเสรีมากขึ้นในด้านธุรกิจบริการและการลงทุน และโดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพต่ำต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ง่ายจะรุกเข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสินค้า OTOP เนื่องจากเป็นธุรกิจชุมชน ขนาดเล็กที่ยังขาดความเข้มแข็งในการต่อสู้กับธุรกิจ ขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและธุรกิจจากต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าว ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในพื้นที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีการดำเนินงานส่วนใหญ่ยังคงเป็นรูปแบบในลักษณะของร้านค้าดั้งเดิม (traditional store) และมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจอยู่มาก เช่น ไม่มีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดปัจจุบัน ไม่สร้างความแตกต่างในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน รวมทั้งขาดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการและยังรอการช่วยเหลือจากภาครัฐ (วิทยาและคณะ, 2553) รวมไปถึงปัญหาอุปสรรคที่ประสบอยู่ คือ ขาดการบริการด้านขนส่งสาธารณะที่เพียงพอ ขาดการดูแลรักษาความสะอาดสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ร้านอาหาร ภาชนะรองรับขยะ ตู้ ATM เป็นต้น นอกจากนี้ยังขาดสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและขาดการแปลเป็นภาษาอังกฤษ รวมทั้งขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจให้เป็นมาตรฐาน โดยเฉพาะมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับธุรกิจ และความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนตาม “โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
- 2) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน ได้แก่

1. ผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่น จำนวน 7 คน เนื่องจากผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่นส่วนใหญ่เป็นประชากรในพื้นที่ เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงและมีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนเกาะลัดอีแท่น สามารถแสดงความคิดเห็นและทัศนคติต่อประเด็นคำถามได้ถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุด
2. ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP จำนวน 2 คน เนื่องจากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP มีความรู้ในเรื่องของจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สามารถให้ข้อคิดเห็นหรือแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้มีมาตรฐาน มีความทันสมัย และสามารถเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ได้เป็นอย่างดี

3. นักท่องเที่ยว จำนวน 3 คน เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน สามารถทราบถึงทัศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อชุมชนเกาะลัดอีแท่น ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรคในด้านต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth - Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่น จำนวน 7 คน ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP จำนวน 2 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน ซึ่งประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล อายุ และอาชีพ ของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไปและปัญหาของการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการท่องเที่ยววิถีชุมชนเกาะลัดอีแท่น ในด้านของการวางแผน การดำเนินงาน และการจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่น รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของเกาะลัดอีแท่น ส่วนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนเกาะลัดอีแท่นควบคู่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการและสมาชิกร้านค้าผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล อายุ และอาชีพ ของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล อายุ และอาชีพ ของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และความถูกต้องของภาษาผู้วิจัยได้ออกแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถามให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตการวิจัยและกรอบแนวคิด ในการวิจัยครั้งนี้ โดยข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสัมภาษณ์ มีลักษณะตามความเหมาะสม ในส่วนของผู้วิจัยได้ทำการตรวจแบบสัมภาษณ์ ตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแนะนำในรายละเอียด โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความครอบคลุมของแบบสอบถามในด้านเนื้อหา (Content Validity) ด้านโครงสร้างรูปแบบ (Structure and format) และด้านการใช้ภาษา (Wording)

2. นำแบบสัมภาษณ์ไปปรับปรุงแก้ไขนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง นอกจากการสัมภาษณ์แล้วยังใช้เครื่องมือการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลหรือลักษณะการดำเนินกิจกรรมโดยทั่วไปในชุมชนเกาะลัดอีแท่น เช่น พฤติกรรมการกระทำของแต่ละบุคคลและอื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ผู้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ดังนั้น จะพิจารณาข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการหาข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์จะมุ่งเน้นเนื้อหา ตามกลุ่มประชากรตามที่กำหนด นำข้อมูลเหล่านั้นมาดำเนินการวิเคราะห์เนื้อเรื่อง เพื่อหาข้อสรุปอย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การ นำเสนอข้อมูลในลักษณะของเอกสารเชิงพรรณนาจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก มาบรรยายตามกรอบที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยใช้วิธีการพรรณนา โดยใช้ข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้มาประมวลผลในรูปของการพรรณนา และความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปและปัญหาของการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม

ผลจากการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของเกาะลัดอีแท่น พบว่า การบริหารจัดการพื้นที่ที่ค่อนข้างใหญ่ ทำให้การดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างยาก เพราะเกาะลัดอีแท่นมีเนื้อที่ทั้งหมด 6,000 ไร่ 14 ชุมชน อยู่ในการดูแลของ 4 อบต. ซึ่งนโยบายในการทำงานแตกต่างกัน งบประมาณไม่เท่ากัน และในปัจจุบันเริ่มมีทุนนิยมเข้ามาในพื้นที่ชุมชนเกาะลัดอีแท่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ระบบนิเวศพังลงได้

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นที่ยังขาดการบริหารงานอย่างต่อเนื่อง ขาดทักษะ ในการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้า OTOP ให้มีคุณภาพและดึงดูดใจผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังเกาะลัดอีแท่น

สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า

สภาพปัญหาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม “เกาะลัดอีแท่น” ประกอบไปด้วย 4 ตำบลได้แก่ ตำบลไร่ขิง ตำบลทรงคนอง ตำบลบางเตย และตำบลท่าตลาด สภาพพื้นที่ที่เป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ไปด้วยแร่ธาตุต่างๆ มีการทำสวนผลไม้ หรือพืชไร่ต่างๆ มีการทำการเกษตร มีน้ำที่อุดมสมบูรณ์ และจะมีคลองขนาดใหญ่และเล็กตลอดเส้นทาง การเพาะปลูกวิถีชีวิตของชุมชนนี้ จะมีการปลูกพืชหลายชนิด ปนอยู่ในสวน และส่วนใหญ่จะยกร่องสำหรับเก็บน้ำไว้ใช้เวลาที่ฝนไม่ตก เพื่อที่จะไม่ให้สวนขาดน้ำ เพราะพืชที่ปลูกจะเกิดความแห้งแล้ง มองเห็นได้ชัดเจนและมีอยู่ทุกสวนที่แล่นผ่าน พื้นที่ทั้งหมด 2 ใน 3 ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน เป็นส่วนใหญ่ ประชาชนนับถือ ศาสนาพุทธ จึงยึดถือปฏิบัติและสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีของไทย มีการทำบุญตักบาตรในเทศกาลวันสำคัญต่างๆเป็นประจำทุกปี บริเวณเกาะลัดอีแท่นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เช่น วัดไร่ขิงอามรามหลวง วัดท่าพูด พิพิธภัณฑ์ชีวิตชุมชนคลองผีเสื้อ สวนส้มโอคุณรัตน บานสวนบางเตยโฮมสเตย์ วัดทรงคนอง นาข้าวอินทรีย์ ด้วยขนาดพื้นที่ของเกาะลัดอีแท่นมีขนาดใหญ่และอยู่ภายใต้การดูแลของ 4 อบต. ทำให้การบริหารงานยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาอื่นๆ ของชุมชน รวมถึงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จะมีแต่ผู้สูงอายุ ทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ยังไม่ได้มาตรฐาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์มีความล้าสมัย ไม่เป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภค ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ยังไม่มีความหลากหลายหรือแตกต่างจากสินค้าตามท้องตลาดทั่วไป และการเข้าถึงของผู้บริโภคยังขาดการประชาสัมพันธ์ การสร้างการรับรู้ เพื่อที่จะทำให้อำเภอสามพราณ

ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของเกาะลัดอีแท่นกลายเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในใจของผู้บริโภค ที่จะทำให้ผู้บริโภครับรู้และนึกถึงสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นอยู่เสมอ นอกจากการทำให้แบรนด์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นเป็นที่รู้จักแล้ว ก็จะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและคำนึงถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้น่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จึงควรมีบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นทั้งในด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชน และผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้เชื่อมโยงถึงกัน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานต่างๆของรัฐให้เพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการยื่นรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือมาตรฐานสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ เพิ่มทักษะในการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้เข้าถึงผู้บริโภคและประสบความสำเร็จให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสืบไป

1. การจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP

โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎี POCCC ของ Henri Fayol ระดมความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชนเกาะลัดอีแท่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชน เพื่อให้ข้อมูลบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ตามกระบวนการ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านที่ 1. P (Plan) ขั้นตอนการวางแผน ความสำคัญของการวางแผนนับได้ว่าเป็นหัวใจของการบริหารจัดการ ขั้นตอนแรก ของกลุ่มซึ่งตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งกลุ่ม ล้วนต้องอาศัยกลไกการวางแผนเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มมาอย่างต่อเนื่องโดยประเด็นการวางแผนของกลุ่มจะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดและจัดการภายในกลุ่ม มีการจัดตั้งผู้นำชุมชนและสมาชิกภายในชุมชนเกาะลัดอีแท่นขึ้นมา เพื่อเป็นแกนกลางในการพัฒนาชุมชน แก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความสำนึกและร่วมใจกันพัฒนาชุมชนของตนเอง ส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามและสร้างความสามัคคีในชุมชนรวมถึงการดำเนินการอื่นๆ ตามที่สมควร ผู้นำและสมาชิกชุมชนจึงต้องมีการวางแผนในด้านต่างๆ เพื่อให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการดำเนินการจนเกิดการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชนเกาะลัดอีแท่น การวางแผนถือเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความอยู่ดีมีสุข ตลอดจนรักษาอัตลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเกาะลัดอีแท่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกชุมชนเกาะลัดอีแท่น เน้นการบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนเกาะลัดอีแท่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.2 ด้านที่ 2. O (Organizing) ขั้นตอนการจัดองค์การ สำหรับการจัดการองค์การของสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่นถือได้ว่าเป็นประเด็นการจัดการที่สำคัญอีกขั้นหนึ่ง เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อการจัดการคนและงานภายในกลุ่มการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกจะสามารถสร้างความคล่องตัวในการดำเนินกิจกรรมให้กับกลุ่ม จนสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งกลุ่มมีวิธีการออกแบบโครงสร้างการทำงาน 4 ขั้นตอน 1. ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดวาระการประชุม ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดฝ่ายงาน ขั้นตอนที่ 3 การคัดเลือกสมาชิกให้ดำเนินการ ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ

โดยต้องมีการระบุถึงบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการทำงาน โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ จะเริ่มต้นเกิดขึ้นจากการลงความเห็นของหัวหน้าฝ่ายและให้สมาชิกกลุ่มช่วยกันลงความเห็นอีกครั้ง เพื่อสร้างรูปแบบการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในทิศทางเดียวกัน

1.3 ด้านที่ 3 C (Commanding) ในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นเป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาจากการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชนมีการปฏิบัติงานในรูปแบบการกระจายอำนาจ มีการบังคับบัญชาสั่งการจากบนลงล่างหรือจากผู้บริหารสู่ผู้ปฏิบัติงาน โดยมีการประชุมสั่งการหรือทำในรูปแบบของการจัดทำเป็นหนังสือ คำสั่งตามแผนดำเนินงานที่วางไว้ มีการสั่งการภายในกลุ่ม และมอบหมายให้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในแผนการดำเนินงาน หรือมีการเสนอโครงการต่างๆ ในกรณีการดำเนินการเร่งด่วนอาจมีการดำเนินการสั่งการด้วยวาจา เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที ซึ่งในการปฏิบัติงานมีการสั่งการตามกรอบการดำเนินงานที่ได้วางแผนกันไว้ มีกฎเกณฑ์ ระเบียบหรือข้อตกลง ที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด คณะกรรมการสามารถตรวจสอบแผนการดำเนินงานได้โดยผู้ปฏิบัติงานทำสรุปผลการดำเนินงานทุกขั้นตอน

เพื่อให้ทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรค และทำการปรับปรุงแก้ไขต่อไปซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นมีการดำเนินงานตามสายบังคับบัญชาตามลำดับและตามขั้นตอน

1.4 ด้านที่ 4 C (Coordination) การประสานงาน ในการบริหารงานของสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่น มีการดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่ต้องประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง มีการจัดระเบียบการทำงานให้งานและผู้ปฏิบัติงานสอดคล้องกัน เป็นหนึ่งใจเดียวกัน การทำงานไม่ซ้ำซ้อน โดยก่อนการประสานงานควรกำหนดความต้องการที่แน่ชัดว่าจะประสานงานเรื่องอะไร เพราะหากประสานไปแล้ววัตถุประสงค์ที่จะสื่อสารไม่ตรงกัน ก็เกิดปัญหา ทำให้การทำงานไม่เป็นไปตามที่กำหนด ซึ่งการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่นมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก 2 รูปแบบ 1. การใช้ Social media ต่างๆ เช่น Facebook, Line 2.การติดต่อโดยการโทรศัพท์ประสานงาน ซึ่งมีช่องทางในการประสานงานน้อยมาก และไม่มีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

1.5 ด้านที่ 5 C (Controlling) การควบคุมการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่น มีการกำกับการทำงานตลอดจนบริหารจัดการทุกอย่างให้สำเร็จลุล่วงไปตามแผนที่กำหนดไว้ ประคับประคองการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบที่กำหนด ทั้งเรื่องของกรอบเวลา มาตรฐานการปฏิบัติการ ขั้นตอนการทำงาน จนไปถึงการประสานงานทุกฝ่ายให้เกิดความราบรื่น การควบคุมนี้ยังรวมไปถึงทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบ เครื่องจักร ผลผลิตที่ได้ ตลอดจนงบประมาณในการดำเนินงานทั้งหมดด้วย เกาะลัดอีแท่นเป็นชุมชนวิสาหกิจชุมชน สภาพอากาศจึงเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือบางครั้งผลผลิตดีจนล้นตลาดทำให้สินค้าขายไม่ทันจนทำให้เกิดความเสียหาย ปัญหาเรื่องเครื่องจักรในการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ยังขาดความทันสมัย ไม่ได้มาตรฐาน ก็ถือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานตามที่เป้าหมายกำหนดไว้

2. แนวทางการพัฒนาจัดการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนควบคู่กับพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกาะลัดอีแท่นมีความหลากหลาย เช่น สบู่จากถ่าน ส้มโทองดี ขาวน้ำผึ้ง ข้าวหมาก ชิงคอง เมี่ยงคำ ทองม้วน เปลือกส้มโอแช่อิ่ม หมูแดดเดียวนมสด ผลไม้แช่อิ่ม เป็ดพะโล้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ยังมีการใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกหุ้มธรรมดา ไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย ไม่มีฉลากสินค้าที่ระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิต และไม่มีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพสินค้า จึงทำให้รู้สึกว่าคุณภาพสินค้าก็เหมือนสินค้าที่วางขายตามตลาดทั่วไป

2.2 ด้านราคา การตั้งราคาสินค้าผู้ประกอบการต้องรู้จักสินค้าของตัวเองก่อน ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนสินค้าต่อหน่วยรวมไปถึงรู้ราคาสินค้านั้นเป็นสินค้าประเภทไหน เช่น สินค้าทั่วไป ซื้อง่ายขายคล่อง สินค้าเฉพาะเน้นกลุ่มเป้าหมาย ในการตั้งราคาสามารถบวกกำไรมากน้อยไม่เท่ากัน ซึ่งจำเป็นต้องมีการประเมินจากต้นทุน จำนวนคู่แข่ง รวมไปถึงความต้องการของผู้บริโภคการสำรวจตลาดเพื่อตรวจสอบราคากลางว่า สินค้าที่ใกล้เคียงหรือสินค้าประเภทเดียวกันมีราคากลางอยู่ที่เท่าไร แล้วมาคำนวณต้นทุนว่าควรที่จะตั้งราคาที่เหมาะสมกับตลาด

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค การจัดจำหน่ายต้องทำให้สินค้าของตนเองไปสู่ผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเขาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก สะอาดและปลอดภัย หนักร้านมีสินค้าวางขายพร้อมให้ผู้บริโภคอยู่เสมอ ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภค หากเลือกช่องทางการจำหน่ายไม่ตรงกับผู้บริโภค ก็จะไม่ต่างกับการเลือกทำเลเปิดร้านที่ไม่มีกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ นอกจากการขายสินค้าแบบออฟไลน์แล้วควรที่จะเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อตอบสนองให้กับลูกค้าที่อยู่ไกลจากร้านค้า

2.4 การส่งเสริมการตลาด เป็นการสร้างการรับรู้ โดยใช้การใช้พนักงานขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด จุดใจที่เสนอความพิเศษของสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเลือกซื้อหรือการเข้ามาใช้บริการหรือตกย้ำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ถึงความรู้สึกและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจะมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้า หรือบริการมากขึ้น

อภิปรายผล

1. การระบุสภาพทั่วไปและปัญหาของการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม เกษะลาดอี่แท่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คุณธรรมและวิถีชุมชน (วิถีชีวิตเชิงเกษตร) ซึ่งควรวมพื้นที่ 4 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลไร่จึง ตำบลบางเตย ตำบลทรงคนอง และตำบลท่าตลาด มีแม่น้ำท่าจีนหรือเรียกอีกชื่อว่า แม่น้ำนครชัยศรี เป็นแม่น้ำสายหลักที่ไหลผ่านพื้นที่ที่เป็นแหล่งน้ำที่ใช้ในการหล่อเลี้ยงการทำเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ซึ่งอยู่ในเขตปริมณฑลใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทำให้การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว เพราะติดกับถนนสายหลัก คือ ถนนเพชรเกษม และถนนปิ่นเกล้า จึงง่ายต่อการสัญจรไป - มา ลักษณะของเกษะลาดอี่แท่นโดยทั่วไป เป็นแบบ สังคมกึ่งเมือง ปัจจุบันพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจทั้งในภาคอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ สังคมชนบทเริ่มเปลี่ยนแปลงไป เป็นสังคมเมือง แต่ส่วนหนึ่งก็ยังคงเป็นสังคมภาคการเกษตรที่แยกส่วนไว้อย่างชัดเจน ประชาชนยังมีการประกอบอาชีพด้านการเกษตร และยังเป็นความธรรมชาติเดิมมีเรือสวน คูคลอง

1.1 ด้านการวางแผน

เกษะลาดอี่แท่น มีการวางแผนในการจัดการภายในกลุ่มชุมชนเกษะลาดอี่แท่นเป็นชุมชนขนาดใหญ่ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลไร่จึง ตำบลทรงคนอง ตำบลบางเตย ตำบลท่าตลาด มีเนื้อที่ 6,000 กว่าไร่ จึงต้องมีการจัดตั้งผู้นำชุมชนและสมาชิกภายในชุมชนเกษะลาดอี่แท่นขึ้นมา เพื่อเป็นแกนกลางในการพัฒนาชุมชน แก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน เสนอผลงานหรือโครงการ เพื่อขอความช่วยเหลือจากเทศบาล ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความสำนึกและร่วมใจกันพัฒนาชุมชนของตนเอง ส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามและสร้างความสามัคคีในชุมชนรวมไปถึงการดำเนินการอื่นๆ ตามที่สมควร ผู้นำและสมาชิกชุมชนจึงต้องมีการวางแผนในด้านต่างๆ จากการสังเกตปัญหาของเกษะลาดอี่แท่นมาสู่ระยะหนึ่งจึงมีการจัดการประชุมของทุกฝ่ายและลงความเห็นกันว่าจะประสานงานไปยังโรงเรียนในพื้นที่อำเภอสามพราณ และอำเภอใกล้เคียงที่สนใจในเรื่องวิถีชีวิตชุมชน ให้นักเรียนนั่งรถรางทำกิจกรรมในแต่ละฐาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และลงมือทำอย่างแท้จริง ดังนั้นชาวบ้านต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการดำเนินการจนเกิดการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชนเกษะลาดอี่แท่น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของฟายอล (Fayol, 1949 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2560) ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดองค์กร (Organization) 3) การบังคับบัญชา (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordinating) 5) การควบคุม (Control) และยังมีผลสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิไลลักษณ์ กิตติบุตร (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาชุมชนไทลื้อ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อ มีศักยภาพสูงมีสิ่งดึงดูดใจ ทั้งธรรมชาติ ภูมิอากาศ สถานที่ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงได้สะดวก 2) ศักยภาพของชุมชนไทลื้อในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ผู้นำชุมชนตัวแทนชุมชนและสมาชิกชุมชนต่างมีจิตสำนึกร่วมกันมีการเรียนรู้ร่วมกัน มีการร่วมมือกันในกิจกรรมต่างๆ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีการวางแผนปฏิบัติงาน มีการวิเคราะห์ควบคุม แก้ไขปัญหา แต่ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และขาดงบประมาณสนับสนุน 3) ด้านการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลดอยสะเก็ดและสถานที่ท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลลวงเหนือ โดยการประชาสัมพันธ์ทั้งทางเอกสารการลงใน Website ของเทศบาลตำบลดอยสะเก็ดงานประเพณีสงกรานต์ และงานประเพณียี่เป็ง 4) หลังการพัฒนา โดยการจัดศึกษาดูงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่บ้าน เมืองปอน อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน เมืองหลวงน้ำทา ประเทศลาว และที่สิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีนทุกฝ่ายได้เรียนรู้สองบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองและนำความรู้ที่ได้รับมาปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อให้ทุกฝ่ายในชุมชนได้มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์โดยทั่วถึง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิสารัตน์ จุลวงศ์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์มีกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 กระบวนการ คือ การวางแผน การจัดสายงาน การดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ประการ ได้แก่ ทุนทางบุคคล ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนภายนอกจากการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งนั้นมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนการมีผู้นำที่เข้มแข็งเสียสละและมีวิสัยทัศน์ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต่อไป

1.2 ด้านการจัดการองค์การ

สำหรับการจัดการองค์การของสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่น ถือได้ว่าเป็นประเด็นการจัดการที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อการจัดการคนและงานภายในกลุ่ม การกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกจะสามารถสร้างความคล่องตัวในการดำเนินกิจกรรมให้กับกลุ่ม จนสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งกลุ่มมีวิธีการออกแบบโครงสร้างการทำงาน 4 ขั้นตอน 1. ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดวาระการประชุม 2. ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดฝ่ายงาน 3. ขั้นตอนที่ 3 การคัดเลือกสมาชิกให้ดำเนินการ 4. การกำหนดบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ คือ การกำหนดความรับผิดชอบสำหรับงานต่างๆ พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ที่ต้องใช้ในการทำงานดังกล่าวให้กับบุคคลที่รับผิดชอบ เพื่อสร้างรูปแบบการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กุสุมาลย์ รัตนแสง (2542) ได้ศึกษากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจหัตถกรรมเสื้อทอบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีอาชีพหลักในการทำการเกษตร ส่วนงานหัตถกรรมเสื้อทอเป็นอาชีพเสริม ทำให้มีรายได้เพื่อใช้จ่ายในครอบครัวมากขึ้นการประกอบธุรกิจหัตถกรรม เสื้อทอบ้านแพงไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า เป็นแต่เพียงการวางแผนเฉพาะหน้า ในระยะสั้นๆ เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น สำหรับการจัดการองค์การนั้นได้มีการจัดโครงสร้างตามความรู้ความชำนาญในการผลิตเป็นแผนงาน แต่ไม่มีการกระจายอำนาจ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ตัดสินใจมอบหมายให้สมาชิกดำเนินการตามรูปแบบจำนวนสินค้า และเวลาในการผลิตที่ผู้สั่งซื้อ ต้องการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องการทำการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิกและคุณภาพของสินค้าที่ผลิตขึ้นด้วยตนเองการบริหารการผลิต ผู้ประกอบการใช้เงินส่วนตัวร้อยละ 80 ในการลงทุนการกู้ยืมจากธนาคารขยายกิจการให้สามารถผลิตได้ทันความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการแต่ละรายจัดทำบัญชีรายจ่ายด้วยตนเองมีลักษณะเป็นบัญชีอย่างง่าย ๆ ธุรกิจหัตถกรรม สิ่งทอจึงเป็นธุรกิจส่วนตัว ไม่มีแผนการโฆษณาเพื่อจำหน่าย ดังนั้นการกระจาย สินค้า และการแข่งขันราคาจึงอยู่กับคุณภาพของสินค้าและการบริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิณฑิต นอชนท (2556) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยด้านส่วนงานที่ปฏิบัติ ความรู้ความเข้าใจในการวางแผนงาน และภาวะความเป็นผู้นำมีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการวางแผน บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ วิธีปฏิบัติงาน ประเมินผล และภาวะผู้นำ ส่วนในปัจจัยอื่นๆ ไม่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่อย่างใด

1.3 การบังคับบัญชาหรือการสั่งการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นเป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาจากการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชนมีการปฏิบัติงานในรูปแบบการกระจายอำนาจ มีการบังคับบัญชาสั่งการจากบนลงล่างหรือจากผู้บริหารสู่ผู้ปฏิบัติงาน โดยมีการประชุมสั่งการหรือทำในรูปแบบของการจัดทำเป็นหนังสือ คำสั่ง ตามแผนดำเนินงานที่วางไว้ มีการสั่งการภายในกลุ่ม และมอบหมายให้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในแผนการดำเนินงาน หรือมีการเสนอโครงการต่างๆ ในกรณีการดำเนินการเร่งด่วนอาจมีการดำเนินการสั่งการด้วยวาจา เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันที่ ซึ่งในการปฏิบัติงานมีการสั่งการตามกรอบการดำเนินงานที่ได้วางแผนกันไว้ มีกฎเกณฑ์ ระเบียบหรือข้อตกลง ที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด คณะกรรมการสามารถตรวจสอบแผนการดำเนินงานได้ โดยผู้ปฏิบัติงานทำสรุปผลการดำเนินงานทุกขั้นตอน เพื่อให้ทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรค และทำการปรับปรุงแก้ไขต่อไป ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแท่นมีการดำเนินงานตามสายบังคับบัญชาตามลำดับ และตามขั้นตอนสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรรถพร ลิลาเกียรติวณิช, (2560) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนโดยปัจจัยการบริหารที่มีผลต่อองค์ประกอบการบริหารความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่

การวางแผน นอกจากนี้ผู้บริหารที่ดูแลเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงควรใส่ใจ มีวินัย และมีการกระจายอำนาจในการสั่งการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ปัจจัยการบริหารให้ครอบคลุมการบริหารความเสี่ยงในด้านกลยุทธ์ ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ทำให้พบว่า ในการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพควรคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะปัจจัยด้านการบริหารที่มีส่วนช่วยให้ องค์ประกอบการบริหารความเสี่ยงประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มยุรี รังสีสมบัติศิริ (2530) ได้ ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้นำกับความพอใจในงาน : ศึกษากรณีการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยนำเอาทฤษฎีการบริหารระบบ 4 ของ Likert มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในวิจัย ผลการศึกษาพบว่า แบบพฤติกรรมผู้นำของผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยผู้ใต้บังคับบัญชา มีความพึงพอใจต่อพฤติกรรมผู้นำแบบปรึกษาหารือและแบบมีส่วนร่วมสูงกว่าแบบเผด็จการ

1.4 การประสานงาน

ในการบริหารงานของสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอี่แท่น มีการดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่ต้องประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง มีการจัดระเบียบการทำงานให้งานและผู้ปฏิบัติงานสอดคล้องกัน เป็นหนึ่งใจเดียวกัน การทำงานไม่ซ้ำซ้อนโดยก่อนการประสานงานควรกำหนดความต้องการที่แน่ชัดว่าจะประสานงานเรื่องอะไร เพราะหาก ประสานไปแล้ววัตถุประสงค์ที่จะสื่อสารไม่ตรงกัน ก็เกิดปัญหา ทำให้การทำงานไม่เป็นไปตามที่กำหนด ซึ่งการดำเนินงานของ สมาชิกกลุ่มเกาะลัดอี่แท่นมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก 2 รูปแบบ 1. การใช้ Social media ต่างๆ เช่น Facebook, Line 2.การติดต่อโดยการโทรศัพท์ประสานงาน ซึ่งมีช่องทางในการประสานงานน้อยมาก และไม่มีการอัปเดต ข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สายชล พุกขพันธ์ (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาร้านป่าข้าวหลาม ตำบลกุดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า จุด แข็งของการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน คือ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ กลุ่มชาติพันธุ์กระเหรี่ยง ความสวยงาม ของลำน้ำแม่แตงและการล่องแพตามแก่งหินต่างๆ ที่มีความตื่นเต้นและสนุกสนานและเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ เป็นอย่างดี ประกอบกับความเรียบง่ายของหมู่บ้านการคงอยู่ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและความมีไมตรีจิตของชาวบ้าน จุดอ่อน คือ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ประเพณีบางอย่าง เช่น การแต่งกาย การสร้างบ้านเรือนที่ทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวก บางอย่าง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการนับถือศาสนาจากความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ประกอบกับการขาดความสามัคคีของชาวบ้าน ความไม่กระตือรือร้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการขาดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โอกาส คือ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ศึกษาวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมของชนเผ่า รวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และภายในประเทศ รวมถึงรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย อุปสรรค คือ ผู้ประกอบการ ท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม ของคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวรวมทั้งขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

1.5 การควบคุม

การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอี่แท่น มีการกำกับการทำงานตลอดจนบริหารจัดการทุกอย่างให้สำเร็จ ลุล่วงไปตามแผนที่กำหนดไว้ ประคับประครองการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบที่กำหนด ทั้งเรื่องของกรอบเวลา มาตรฐานการ ปฏิบัติการ ขั้นตอนการทำงาน จนไปถึงการประสานงานทุกฝ่ายให้เกิดความราบรื่น การควบคุมนี้ยังรวมไปถึงทรัพยากรที่เป็น วัตถุดิบ เครื่องจักร ผลผลิตที่ได้ ตลอดจนงบประมาณในการดำเนินงานทั้งหมดด้วย เกาะลัดอี่แท่นเป็นชุมชนวิถีเกษตรกรรม สภาพอากาศจึงเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือบางครั้งผลผลิตดีจนล้น ตลาดทำให้สินค้าขายไม่ทันจนทำให้เกิดความเสียหาย ปัญหาเรื่องเครื่องจักรในการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ยังขาดความ ทันสมัย ไม่ได้มาตรฐาน ก็ถือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานตามที่เป้าหมายกำหนดไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณรินทร์ ชำนาญดูได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารการควบคุมภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในอำเภอด่านมะกอก จำนวน 48 แห่ง ผลการศึกษา พบว่า 1. การบริหารการควบคุมภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีแต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมของการควบคุม และการประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง 2. แนวปฏิบัติในการบริหารการควบคุมภายใน

สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ควรดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการมีการแต่งตั้งคณะกรรมการอย่างชัดเจน เปิดโอกาสให้ทุกส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินการควบคุมภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานทุกชั้นตอน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ควรพัฒนาตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต คือ ควรที่จะผลิตสินค้าให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ มีโรงเรือนในการผลิตที่สะอาด นำสินค้าชุมชนไปออกใบรับรอง หรือมาตรฐานต่างๆ เพื่อรับรองความปลอดภัย สร้างความมั่นใจให้กับตัวผู้บริโภค พัฒนาระบบบัญชีให้มีความทันสมัย สีสันสะดุดตา มีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากสินค้าดั้งเดิม เรื่องราคาอาจจะต้องปรับขึ้นมาน้อยตามความเหมาะสม ต้องจัดสถานที่จัดจำหน่ายให้เป็นของเกะลัดดีئةแทนเอง หรือไม่เป็นของเกะลัดดีئةแทน ก็ควรที่จะมีการเชื่อมโยงจากการท่องเที่ยวเกะลัดดีئةแทน มายังร้านนครบุรีรัมย์จำหน่ายสินค้า OTOP สร้างจุดเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน และควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างต่อเนื่อง จัดทำสื่อโฆษณาต่างๆ เผยแพร่ให้มากขึ้น ถ้าการท่องเที่ยวมีการตอบรับที่ดี ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ก็จะดีตามไปด้วย

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกะลัดดีئةแทนมีความหลากหลาย เช่น สบู่ จากถ่าน ส้มโทองดี ชาวน้ำผึ้ง ข้าวหมาก ขิงทอง เมี่ยงคำ ทองม้วน เปลือกส้มโอเชื่อม หมูแดดเดียวนมสด ผลไม้เชื่อม เป็ดพะโล้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ยังมีการใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกหุ้มธรรมดา ไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย ไม่มีฉลากสินค้าที่ระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิต และไม่มีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพสินค้า จึงทำให้รู้สึกว่าการผลิตก็เหมือนสินค้าที่วางขายตามตลาดทั่วไป สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมบูรณ์ ชันธิโชติ และ ชัชสรีย์ รอดเยี่ยม (2557) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี: กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี: กรณีศึกษา กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบสังเกตผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จังหวัดนนทบุรี จำนวน 8 คน ข้อมูลเชิงคุณภาพจาก การสัมภาษณ์วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็น ประเภทขนมพุดริมน้ำ เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรในพื้นที่มีเพียงพอ ปัญหาที่พบ คือผู้ประกอบการ OTOP ขาดความรู้ความเข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์-บรรจุภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ขาดความรู้ความเข้าใจ ด้านการตลาด เครือข่าย OTOP ไม่เข้มแข็งขาดความร่วมมือของบุคคลในเครือข่าย ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนจากส่วนกลางและภายในจังหวัดยังไม่ต่อเนื่อง การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการกลุ่ม OTOP ประเภท สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายและหน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP สินค้าของกลุ่มมีลักษณะคล้ายกัน ต้องมีการคัดเลือกสินค้าเด่นของกลุ่ม เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของกลุ่มหรือเครือข่าย โดยสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันต้องเลือกสินค้าที่เด่นที่สุดในการนำเสนอจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารของจังหวัด นนทบุรีเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการปรึกษาหารือ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งในการจำหน่ายสินค้า ต้องสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภค และยังคงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของปรารถนา รุกขชาติ (2559) ได้ทำการศึกษา ภาพลักษณ์ตราสินค้า OTOP และการสร้างตราสินค้าน้ำพริกกุ้งกรอบที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยทางการตลาดของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้า OTOP และการสร้างตราสินค้าน้ำพริกกุ้งกรอบ ส่งผลต่อปัจจัยทางการตลาดน้ำพริกกุ้งกรอบของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อน้ำพริกกุ้งกรอบ OTOP ในจังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้โดยแจกแจงจำนวนความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Multiple linear regression analysis: MRA กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษา พบว่า 1. ภาพลักษณ์ตราสินค้า OTOP เกี่ยวกับภาพลักษณ์ตัวสินค้าเรื่องกลิ่น ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลทางบวกกับปัจจัยทางการตลาดน้ำพริกกุ้งกรอบของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี 2. การสร้างตราสินค้าน้ำพริกกุ้งกรอบในด้านการทำให้ตราชื่อเป็นที่รู้จัก ไม่ส่งผลต่อ

ปัจจัยทางการตลาดน้ำพริกกุ้งกรอบของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี ส่วนการสร้างตราสินค้าน้ำพริกกุ้งกรอบในด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้า ด้านการเชื่อมโยงและรับรู้ตราสินค้า ด้านความภักดีต่อตราสินค้าและด้านสินทรัพย์อื่นๆ ของตราสินค้า ส่งผลทางบวกต่อปัจจัยทางการตลาดน้ำพริกกุ้งกรอบของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี

2.2 ด้านราคา

มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยผู้ประกอบการต้องรู้จักสินค้าของตัวเองก่อน ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนสินค้าต่อหน่วย รวมไปถึงรู้ว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าประเภทไหน เช่น สินค้าทั่วไป ซื้อง่ายขายคล่อง สินค้าเฉพาะเน้นกลุ่มเป้าหมาย ในการตั้งราคาสามารถที่จะบวกกำไรมากน้อยไม่เท่ากันซึ่งจำเป็นต้องมีการประเมินจากต้นทุน จำนวนคู่แข่ง รวมไปถึงความต้องการของผู้บริโภค การสำรวจตลาดเพื่อตรวจสอบราคากลางว่า สินค้าที่ใกล้เคียงหรือสินค้าประเภทเดียวกันมีราคากลางอยู่ที่เท่าไร แล้วมาคำนวณต้นทุนว่าควรที่จะตั้งราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตลาด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักษณ จีวจุ และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษา การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม ผลการวิจัยการพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จัดอยู่กลุ่มในวัยทำงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 25-40 ปี ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในด้านประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือความพึงพอใจด้านรูปแบบและความสวยงามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และด้านอัตลักษณ์และการเพิ่มมูลค่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ ผลการตอบรับการผลิตภัณฑ์ทดลองจำหน่าย มีจำนวน 2 ร้าน ได้แก่ ร้าน OTOP และร้านขายของฝากของที่ระลึกได้ให้ความสนใจและตอบรับการวางสินค้าจำหน่าย การติดตามผลสำเร็จหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทางหนึ่งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ซึ่งมีร้านจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น จากการวิจัย พบว่า ร้านขายของฝากจะมีความน่าสนใจมากกว่าเพราะจะมีกลุ่มลูกค้าซื้อกลับไปฝากญาติผู้ใหญ่ที่บ้าน ในช่วงเทศกาลสำคัญ การบริหารจัดการของกลุ่ม โอท็อป (OTOP) วิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมกลุ่มไม้กวาดเป็ดญวน บ้านบ่อแก้ว ตำบลพานทอง อำเภอยะรัง จังหวัดกำแพงเพชร มีการพัฒนาเรื่องการบริหารในเรื่องของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวก สามารถถือพกพาได้ง่าย การวางแผนทางด้านการเงินในการคำนวณหาต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวางแผนกำไรที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

2.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

มีการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP หรือเส้นทางในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค การจัดการจำหน่ายต้องทำให้สินค้าไปสู่ผู้บริโภคหรือ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก สะอาดและปลอดภัย โดยมีสินค้าวางขายหน้าร้านพร้อมที่จะให้ผู้บริโภคอยู่เสมอ ช่องทางในการจัดจำหน่ายต้องเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภค แต่หากเลือกช่องทางการจำหน่ายไม่ตรงกับผู้บริโภค ก็จะไม่ต่างกับการเลือกทำเลเปิดร้านที่ไม่ใช่กลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ นอกจากการขายสินค้าแบบออฟไลน์แล้ว ควรจะเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อตอบสนองให้กับลูกค้าที่อยู่ไกลจากร้านค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ ชมพูนทุ โมราชาติ และกัญญา (2560) จึงวิมุติพันธ์ ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มโอท็อปที่ควรได้รับการพัฒนามี 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการองค์กร ด้านการบริหารการผลิตด้านการบริหารการตลาด และด้านการบริหารการเงิน ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ กลุ่มโอท็อปขาดองค์ความรู้ในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และพึงพิงหน่วยงานภาครัฐ เงินช่วยเหลือความสำเร็จคือกลุ่มโอท็อปมีความรู้การบริหาร จัดการกลุ่มการผลิตสินค้าโอท็อปให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP – Good Manufacturing Practice) และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผู้ผลิตชุมชน ด้านกระบวนการผลิต ด้านความเชื่อ และด้านเทคโนโลยีในการผลิต และการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพด้วยการสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพโดยใช้คู่มือฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีเนื้อหาประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บทนำและการขับเคลื่อนโครงการโอท็อป ส่วนที่ 2 ความรู้เรื่องสมุนไพรและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารมาตรฐานสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์โอท็อป ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนที่ 3 การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มโอท็อป 4 ด้าน คือ ด้านการ

บริหารจัดการองค์กร ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด และด้านการบริหารการเงิน การประเมินศักยภาพของกลุ่มโอท็อปที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพโดยใช้คู่มือการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและผ่านการตรวจคุณภาพเครื่องมือและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจก่อนและหลังการอบรมของผู้เข้ารับการอบรมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยคะแนน ด้านความรู้หลังการเข้ารับการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการเข้ารับการฝึกอบรม นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่เข้ารับการอบรมมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มโอท็อปที่เข้ารับการอบรมสามารถขอเอกสารรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้ครบทุกกลุ่มและลงทะเบียนเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยประจำปี 2559 ครบทุกกลุ่ม สำหรับผลการประเมินคู่มือ พบว่า คู่มือที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสมความเป็นไปได้และการนำไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านและความพึงพอใจต่อรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นการสร้างการรับรู้ โดยใช้การใช้พนักงานขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด จูงใจที่เสนอความพิเศษของสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเลือกซื้อหรือการเข้ามาใช้บริการ หรือต่อยอดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติ ถึงความรู้สึกและพฤติกรรม การซื้อ โดยจะมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้า หรือบริการมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก พินชัย (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหของ OTOP ในจังหวัดเชียงใหม่ : ศึกษาเปรียบเทียบกับ OVOP จังหวัดไอโธระ ประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่าทั้ง OTOP และ OVOP ต่างก็มีเป้าหมายเหมือนกัน คือการฟื้นฟูเศรษฐกิจในท้องถิ่น แต่ OTOP ในจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีปัญหาด้านการดำเนินงานอยู่มาก ทั้งด้านลักษณะของการบริหารงาน การขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องของหลักการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพึ่งตนเองขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขาดการประชาสัมพันธ์ และปัญหาช่องทางการตลาดไม่เพียงพอ ในส่วนของปัญหาที่เกิดขึ้นนี้จะสามารถแก้ไขได้ หากเรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหามาจากที่ OVOP ได้ทำไว้และอาศัยความร่วมมือจากประชาชนในชุมชนช่วยกันทำให้โครงการนี้พัฒนาได้ โดยแนวทางการแก้ไขปัญหามาจากที่ OVOP ได้ทำไว้ก็คือ การประชาสัมพันธ์แนวคิดและหลักการพื้นฐานให้แก่บุคลากรและสมาชิกโครงการอย่างละเอียดเพื่อความเข้าใจและปฏิบัติตามได้ การเน้นให้สินค้าผลิตจากวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นเท่านั้นเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ การตั้งสถาบันให้ความรู้และสถาบันวิจัย เพื่อพัฒนาการผลิต การเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้า และเพิ่มช่องทางการตลาดให้เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอีแต่น ในการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อระบุสภาพทั่วไปและปัญหาของการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พร้อมหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการการท่องเที่ยวควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอสามพรานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ด้านสถานที่

1. ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ จุดบริการนักท่องเที่ยวทันสมัยและสามารถติดต่อได้ในช่วงเวลาปกติ ควรมีห้องน้ำสะอาดถูกสุขลักษณะ และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุและผู้พิการอย่างเหมาะสม เช่น การขึ้นรถราง รวมถึงควรมีการดูแลในด้านความปลอดภัยภายในชุมชนเพื่อป้องกันอันตรายจากผู้ไม่หวังดี รวมไปถึงอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ภายในสถานที่ท่องเที่ยว

2. ควรพัฒนาการให้บริการจัดหาตู้เอทีเอ็ม ตามแหล่งจุดท่องเที่ยวของเกาะลัดอีแท่น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยอาศัยการร่วมมือจากภาครัฐและประชาชน

ด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ

1. รัฐบาลควรส่งเสริม สนับสนุนให้ทวิชัยแก่นักวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร เพื่อการคิดค้นวิจัยเกี่ยวกับการแปรรูปวัตถุดิบหรือทรัพยากรพืชผลการเกษตรของประเทศไทยในแต่ละภาค แต่ละจังหวัด แต่ละอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และชุมชน ให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหาร เครื่องดื่มที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อยถูกปาก หน้าตาน่ารับประทาน บรรจุกฎเกณฑ์สวยงาม เก็บถนอมอาหารได้ดีและต้นทุนไม่สูง

2. รัฐบาลควรกำหนดแผนการสร้างแบรนด์ OTOP ไทยให้ประสบความสำเร็จอย่างจริงจัง รวมถึงการสร้างภูมิใจเชื่อมั่นให้กับคนไทยในการเลือกซื้อสินค้าใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่ใช่ที่ซื้อหรือใช้นั้นมาจากความสงสาร หรือความต้องการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

3. ควรแต่งตั้งหน่วยงานของภาครัฐที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว เข้ามาดูแลแหล่งท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่นอย่างจริงจัง รวมถึงทำหน้าที่สื่อสารและประสานงานกับผู้รับผิดชอบการท่องเที่ยวในระดับชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนยังขาดความรู้และบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวได้หน่วยงานของภาครัฐจึงถอนตัวออกมา

4. ควรมีหน่วยงานภาครัฐให้ความรู้แก่ชุมชน โดยเฉพาะเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวระดับชุมชน เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมากขึ้น องค์กรส่วนท้องถิ่นต้องรับหน้าที่ในการบริหารจัดการชุมชนในด้านต่างๆ มากขึ้น โดยไม่มีความรู้โดยตรงในงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ ดังนั้น ควรจะให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ข้อมูลทางด้านวิชาการ การนำเสนอข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่น่าสนใจ รวมถึงการผลิตสินค้า และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. สมาชิกกลุ่มควรเพิ่มการเสนอไปยังมหาวิทยาลัยพื้นถิ่นและมหาวิทยาลัยที่สนใจในการศึกษาดูงานวิถีชุมชนหรือหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ที่ต้องการจะเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมการทำสวน ทำไร่ มาร่วมกันทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกภายในชุมชน เพราะกลุ่มคนส่วนนี้มีกำลังซื้อมากกว่าเด็กนักเรียน หากเรามีการขายสินค้า OTOP ของชุมชนเกาะลัดอีแท่น นักศึกษาหรือบุคคลในหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน จะได้อุดหนุนผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP

2. หน่วยงานภาครัฐควรหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่นที่ขาดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎเกณฑ์ และการสร้างแบรนด์ ด้วยการส่งเสริมอย่างจริงจัง เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน การนำสมาชิกกลุ่มเกาะลัดอีแท่นไปหาประสบการณ์จากสถานการณ์จริง

3. ควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดให้มีการประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชน และการผลิตสินค้า OTOP ให้สมาชิกกลุ่มหรือประชาชนในพื้นที่เกาะลัดอีแท่น ประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องขยายเสียง หรืออาจจะสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ตอบต. เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ

4. ควรมีการส่งเสริมสมาชิกกลุ่มที่มีขวัญกำลังใจและสร้างแรงจูงใจที่ดีในการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ โดยให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาศึกษาดูงานทำการประเมินให้กับสมาชิกนำเที่ยวในแต่ละฐาน เช่น การประกาศชมเชย รางวัลตอบแทน

5. ควรพัฒนากิจกรรม การเข้าเข้าร่วมทำกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร หรือชาวบ้านในชุมชนเกาะลัดอีแท่นให้มากขึ้น เช่น การปลูกข้าว การเก็บผลผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมปฏิบัติกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวจะซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นเป็นสินค้าที่ระลึก และควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในอำเภอสามพราน

6. ควรพัฒนาความน่าสนใจ ความสวยงามและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงทัศนียภาพของแต่ละจุดของแหล่งท่องเที่ยวเกาะลัดอื้นแทนให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม สร้างความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความประทับใจ ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากกลับมาอีกครั้ง

7. ผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าใหม่ผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐม ที่ควรมีการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเกาะลัดอื้นแทน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม อยู่เคียงคู่จังหวัดนครปฐมสืบต่อไป

8. มีการจัดอบรม ให้ความรู้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะลัดอื้นแทน ในเรื่องการดำเนินธุรกิจ เช่น ด้านบัญชี การตั้งราคา ผลกำไร การบริหารต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำหน่วยงานภาครัฐกับความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP อาทิเช่น สถาบันการศึกษา, องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น ว่าที่ผ่านมามีหน่วยงานดังกล่าวมีศักยภาพทั้งด้านศาสตร์ต่างๆ องค์ความรู้วิชาการ อาทิเช่น หลักการบริหารจัดการ การบริหารการตลาด การจัดการด้านต้นทุน การออกแบบ การบริหารการผลิต และด้านงบประมาณในการสนับสนุนมากเพียงพอที่จะช่วยพัฒนา OTOP ไปในทิศทางใด เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP โดยควรศึกษาวิเคราะห์ SWOT Analysis โดยศึกษาปัจจัยภายใน ที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชนของเกาะลัดอื้นแทน ความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชีวิต และสภาพความพร้อมของผู้ประกอบการ ความสามารถในการผลิต ความพร้อมของบุคลากร เครื่องจักร และการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ที่เป็นอุปสรรค และโอกาส เกี่ยวกับวัตถุดิบ คู่แข่งขัน เทคโนโลยี การเมือง นโยบายรัฐบาล

3. ควรการศึกษา เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP อื่นๆ โดยศึกษาจากสถานที่ที่มีความใกล้เคียงกันที่อยู่ในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเปรียบเทียบกับผลการศึกษารั้วนี้ และเห็นภาพโดยรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับผลิตภัณฑ์ OTOP ในแต่ละเทศบาลด้วยกัน

4. ควรมีการศึกษาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย. (2558). *การดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ประจำปี 2558*.

กรุงเทพฯ.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา*. เข้าถึงจาก <https://www.mots.go.th>.

(9 กรกฎาคม 2562).

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม. (2560). *ยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดนครปฐม*.

เข้าถึงจาก <https://www.nakhonpathom.go.th/Files>. (9 กรกฎาคม 2562).

ชูชาติ เฝ้าหนอง. (2548). *กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ :กรณีศึกษาสินค้าเสื้อผ้า*.

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ชมภูษณ หุ่นาค. (2559). *เอกสารประกอบการสอนวิชา IPA 6101 แนวคิดและทฤษฎีด้านรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต และรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต*. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2538). องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นงค์เยาว์ สุวรรณภาคศักดิ์. (2546). ส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารแปรรูปจากผลไม้.

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นพมาศ สุชาติ. (2549). การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2543). ความหมายของการโฆษณา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปราณี เอี่ยมล่อ. (2551). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: ธนาเพลส จำกัด

พิบูล ทัพะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค

เพ็ญศรี เจริญวานิช. (ม.ป.ป.). วิธีการตั้งราคา.เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการการตลาด.

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศรีสุภา สหชัยเสรี (2538). ระดับของผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติ๊กเกอร์แอปพลิเคชัน.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ. (2551). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออก

ของชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 1(1), 46-55.

ศิริณา จิตต์จรัส, สุพร พูลสุข, เรียมจันทร์โกมลวานิช, และ จงกล เสงสุวรรณ. (2549). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน

เพื่อก้าวสู่ระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้ของ

ตกแต่งและของที่ระลึก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). แนวคิดการจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จี พี ไซ.

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2562). ข้อมูลจังหวัดนครปฐม.

เข้าถึงจาก <https://www.nakhonpathom.go.th/content/history>. (5 พฤศจิกายน 2562)

สุวิทย์ ภามมัตย์. (2544). ความหมายกลยุทธ์ทางการตลาด : กรณีศึกษา สหกรณ์บริการหัตถกรรมเครื่องประดับเงินเขวาสินรินทร์