

การมีส่วนร่วมของประชาชนและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของ
หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

People's participation and marketing mix affecting the operations
of ceramic tourism villages, Kohkha district, Lampang province.

พัฒน์นรี อุดทาคำ (Padnaree Udthakham)^{*1} ธนกร สิริสุคันธา (Thanakorn Sirisugandha)²

^{1,2} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อีเมลผู้แต่งหลัก : padnaree2517@gmail.com เบอร์โทร: 0928926155

วันที่รับบทความ 10 พฤษภาคม 2561

วันที่แก้ไขบทความ 17 กรกฎาคม 2561

วันที่ตอบรับบทความ 25 กรกฎาคม 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ส่วนประสมทางการตลาดและการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะคา รวมทั้งผู้นำชุมชน กำนันผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาเทศบาลตำบลท่าผา หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง กรรมการและผู้ประกอบการเซรามิกในเขตหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา จำนวน 390 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์สถิติอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ระดับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมพบว่ามีอยู่ในระดับมาก ระดับการดำเนินงานในภาพรวมพบว่ามีอยู่ในระดับน้อย ส่วนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การมีส่วนร่วมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.702 รองลงมาคือ ด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.344 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม; ส่วนประสมทางการตลาด; การดำเนินงาน; หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก

Abstract

This research had the objectives to study (1) the levels of participation, marketing mix and operations of ceramic tourism villages, Kohkha district, Lampang province and (2) how participation and marketing mix affected operations of ceramic tourism villages, Kohkha district, Lampang province. The sample group consisted of people living in Kohkha district including community leaders, heads of sub-district,

village heads, members of Thapha sub-district municipality council, concerned governmental agencies, committee members and ceramic business operators in ceramic tourism villages, Kohkha district totaled 390 persons. It was a survey research using a questionnaire as a tool and data were analyzed for descriptive statistics such as Percentage, Means and Standard Deviations and analyzed for inferential statistics by Multiple Linear Regression Analysis using Enter Method.

The research findings revealed the overall participation was at a low level. The overall level of marketing mix found that it was at a high level. The level of operations was at a low level. The multiple linear regression analysis found participation positively affected operations the most with the regression coefficient value of 0.702 followed by marketing mix positively affecting operations with the regression coefficient value of 0.344 at the statistical significance level of 0.05

Keywords : participation; marketing mix; operations; ceramic tourism villages

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องมาจากเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สามารถสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชากรและประเทศชาติได้เป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเกษตร โดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ อาทิ เช่น การปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมีระบบการจัดการที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมมากยิ่งขึ้น (ศุภลักษณ์ ชูสุวรรณ, 2556)

การท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิต แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการเสริมคุณภาพชีวิตเพราะการท่องเที่ยวถือเป็นการผ่อนคลายความเครียด พร้อมกับได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ได้ความสวยงาม ได้สัมผัสกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยได้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นและได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย สำหรับประเทศไทยนั้นถือได้ว่ามีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูงเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัสซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม ที่มีคุณค่าทางโบราณคดี และศิลปะ ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

จากที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2550)

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของคนไทยในปี พ.ศ. 2560 มีแนวโน้มที่ดี การจัดโปรโมชั่นกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับแรงกระตุ้นจากการทำตลาดประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวอันดับ 1 ตลอดจนการได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ การจัดงานมหกรรมท่องเที่ยวเป็นต้นซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยสนับสนุนให้เกิดการเติบโตของการท่องเที่ยวภายในประเทศ รายได้จากคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศน่าจะมียอดค่าประมาณ 9.30-9.38 แสนล้านบาท หรือขยายตัวประมาณร้อยละ 7.0-8.0 เมื่อเทียบกับที่เคยเติบโตในปี พ.ศ. 2559 และคาดว่าจะมีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 158.2-159.7 ล้านคนต่อครั้งขยายตัวร้อยละ 6.0-7.2 จากที่เคยเติบโตประมาณร้อยละ 7.3 ในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก และยังมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือเซรามิกที่สามารถซื้อเป็นของฝาก หรือเข้าไปท่องเที่ยวยังโรงงานที่เปิดให้ชมได้ นับว่าจังหวัดลำปางเป็นฐานการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมเซรามิกที่สำคัญของประเทศ ตั้งแต่โรงงานเล็ก ๆ แบบครอบครัวที่ผลิตสินค้าราคาถูกไปจนถึงโรงงานที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อผลิตสินค้าเกรดเอ ผู้ประกอบการเซรามิกหน้าใหม่โดยเฉพาะรายเล็ก ๆ เกิดขึ้นในลำปาง เพราะยังมีความได้เปรียบจากการเป็นแหล่งของวัตถุดิบชั้นดี และเป็นศูนย์กลางของเซรามิกที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าจากทั่วประเทศเข้ามาชมและซื้อสินค้า (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, 2558)

หนึ่งในการสร้างความได้เปรียบของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง คือ การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องและการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการรวมตัวกันเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวซึ่งทางภาครัฐและผู้ประกอบการเซรามิกในจังหวัดลำปางได้ผลักดันอำเภอเกาะคา ให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก จัดตั้งศูนย์อยู่ที่ตำบลท่าผา เพื่อเพิ่มศักยภาพที่มีอยู่ให้มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นโดยหมู่บ้านศาลาเม้งหมู่ที่ 9 และ หมู่บ้านศาลาบัวบกหมู่ที่ 8 ได้เข้าร่วมก่อตั้งหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก และมีการดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน มีการต่อยอดจากหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกเป็นหมู่บ้านเชิงสุขภาพที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าชมเกี่ยวกับด้านสุขภาพ อาหาร การเกษตร สมุนไพร การเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่มีกิจกรรมพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่งเสริมด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเป็นหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมที่เสริมสร้างความเข้าใจอันดีการให้กลุ่มมัคคุเทศก์น้อย และสร้างกลุ่มมัคคุเทศก์ทุกระดับในการนำเที่ยวในหมู่บ้าน

ท่องเที่ยว (เทศบาลตำบลท่าผา, 2560) ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านอุตสาหกรรมชุมชนโดยโรงงานเซรามิกที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ถือเป็นแหล่งดึงดูดอุตสาหกรรม ที่สร้างงานและรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องเป็นการเพิ่มศักยภาพในการตลาดของผู้ประกอบการเซรามิกในการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เหมาะสม เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้หมู่บ้านท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงและประสบความสำเร็จซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชน ตลอดจนผู้นำกลุ่มที่มีส่วนร่วมและเครือข่ายที่สนับสนุนการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, 2558) แต่จากการทบทวนวรรณกรรมและจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ทำให้พบข้อมูลสภาพการดำเนินงานและปัญหาโดยรวม ดังนี้

ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาดูงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกเป็นจำนวนมาก แต่ความร่วมมือของประชาชนและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเซรามิกยังไม่เข้มแข็ง เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่มีบทบาทในการบริหารงานขาดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อกัน เช่น ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกลุ่ม ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะภาครัฐมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มน้อย เนื่องจากไม่มีหน่วยงานหลักในเข้ามาช่วยเหลือการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา (วรรณนงอร วรรณรัตนกุล, 2554) ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้ขาดความเข้มแข็งและไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี อีกทั้งยังขาดความเข้มแข็งในการต่อสู้กับอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (เสริมศรี สุทธิสงค์, 2557)

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง หรือมีการดำเนินงานเป็นช่วงๆ ขาดการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหากมีการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนแล้ว อาจทำให้หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรืออาจเกิดการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิกอำเภอเกาะคา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าจดจำรู้จักแก่คนทั่วไป เกิดการประสานงานการดำเนินการระหว่างองค์กรต่าง ๆ เกิดเครือข่ายหมู่บ้านท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนา (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2555)

ด้านผลการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก พบว่าสินค้าบางอย่างดึงดูดความสนใจและความต้องการของลูกค้า ทำให้สินค้าขาดตลาด ส่งผลให้การผลิตสินค้าไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า อาจส่งผลให้สูญเสียรายได้ แต่สินค้าบางอย่างกลับไม่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว (ธัญมัย เจียรกุล, 2557) ทั้งนี้คณะกรรมการแต่ละท่านส่วนมากเป็นเจ้าของโรงงานเซรามิกที่มี

ประสบการณ์ในการทำงานที่ยาวนาน มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ หากมีการจัดตั้งคณะกรรมการที่เป็นรูปธรรม โดยมีผู้เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนให้การสนับสนุน มีส่วนร่วมจะทำให้เกิดกระบวนการคิดร่วมกันด้านส่วนประสมทางการตลาด และทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ เพราะสามารถบริหารจัดการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างชัดเจนทำให้เกิดการเรียนรู้และสร้างการร่วมมือที่ดี (วรัญญา แสันทอน, 2560)

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา การมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพให้กับหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน อันเป็นจุดเริ่มต้นของการเพิ่มโอกาสทางการค้า ตลอดจนการเติบโตของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ส่วนประสมทางการตลาดและการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วม และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ขอบเขต

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในด้านพื้นที่ ด้านเวลา ด้านเนื้อหา และด้านประชากร ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาในด้านการมีส่วนร่วม ส่วนประสมทางการตลาด และการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยคือ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

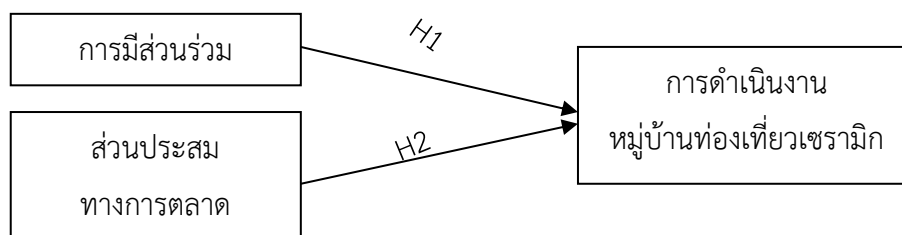
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการ 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2560-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่อาศัยในอำเภอเกาะคา

กรอบความคิด/สมมติฐานการวิจัย



H1 การมีส่วนร่วมมีผลต่อการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก

H2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยได้ศึกษาและดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลการมีส่วนร่วมและความสามารถทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) รวม 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางมี 3 ด้าน ด้านที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับการมีส่วนร่วม ด้านที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับการดำเนินงานโดยลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ประยุกต์ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert, 1970) ซึ่งกำหนดระดับความสำคัญไว้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ 5
ระดับความสำคัญมาก	มีคะแนนเท่ากับ 4
ระดับความสำคัญปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ 3
ระดับความสำคัญน้อย	มีคะแนนเท่ากับ 2
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ 1

โดยคะแนนที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามระดับการรับรู้ ความคิดเห็นและพฤติกรรม การซื้อ โดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (Best and Kahn, 1993)

$$\begin{aligned} \text{Maximum} - \text{Minimum} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{ต่ำสุด} \\ \text{Interval} &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้รับมาวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญซึ่งมีค่าคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับน้อยที่สุด

วิธีการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยมีวิธีการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

2. นำข้อมูลที่ได้มากำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการวิจัย

3. ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1970)

4. สร้างข้อคำถามตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

5. จัดทำแบบสอบถามฉบับร่างไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำในเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบว่าแบบสอบถามนั้นมีความถูกต้องในรายละเอียดต่าง ๆ ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่ารวมเท่ากับ 0.948

7.นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค มีค่ารวมทั้งหมด 0.978 หลังจากนั้นมาทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability analysis) โดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องด้านภายใน (Internal consistency) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามที่นันทอลลีได้เสนอแนะไว้คือมีค่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978, pp. 245-246) และได้หาค่าดัชนีความสอดคล้องด้านเนื้อหา (Item objective congruence : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน คือ รศ.ดร. สุรัชย์ กังวล มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อาจารย์ ดร. ปานแพรว เชาวนันประยูร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และอาจารย์ ดร. นิตยา วงศ์ยศ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก พบว่าโดยรวมทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.948 รวมถึงหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant power) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-total correlation) ตามเกณฑ์ของเบรนนัน (Brennan, 1972, pp. 289-303) ซึ่งมีควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป ซึ่งผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน สรุปได้ดังนี้ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามที่นันทอลลีได้เสนอแนะไว้คือมีค่า 0.70 ขึ้นไป และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant power) โดยใช้การวิเคราะห์ ค่าสหสัมพันธ์คะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-total correlation) ตามเกณฑ์ของเบรนนัน ซึ่งควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชากรที่อาศัยในอำเภอเกาะคา จำนวน 390 คน เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามประชากรที่อาศัยในอำเภอเกาะคา เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีจำนวน 286 คน ร้อยละ 73.3 อายุระหว่าง 50-59 ปีมากที่สุด มีจำนวน 190 คน ร้อยละ 48.7 รองลงมา คือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 112 คน ร้อยละ 28.7 สถานภาพ สมรสมากที่สุด จำนวน 303 คน ร้อยละ 77.7 รองลงมา คือ โสด ร้อยละ 14.4 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษามากที่สุด จำนวน 91 คน ร้อยละ 23.3 รองลงมา คือ ระดับ อนุปริญญา/ปวส/ปวช จำนวน 88 คน ร้อยละ 22.6 อาชีพ รับจ้างทั่วไปมากที่สุด จำนวน 145 คน ร้อยละ 37.2 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 97 คน ร้อยละ 24.9 รายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาทมากที่สุดจำนวน 133 คน ร้อยละ 34.1 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท จำนวน 95 คน ร้อยละ 24.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางโดยแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับด้านมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในด้านต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกในระดับปานกลาง รองลงมามีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก,การมีส่วนร่วมในการตั้งกฎกติกาในการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก,การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและหาแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก,การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก, การมีส่วนร่วมในการติดตามการดำเนินธุรกิจของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกและการมีส่วนร่วมในการพิจารณาผลประโยชน์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก ให้ระดับความสำคัญคือน้อย

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านต่างๆเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการที่แต่งกายเรียบร้อย สะอาด พุดจาไพเราะ ให้บริการรวดเร็วทันใจมากที่สุด รองลงมาคือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีผลิตภัณฑ์ที่สวยงามหรือการบริการที่ตรงตามความต้องการ,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกได้,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชรามิกที่ทำให้เกิดความประทับใจ,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่า

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการดำเนินงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญด้านการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านต่างๆเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการเชื่อมโยงเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากที่สุดรองลงมาคือ มีการดำเนินงานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทำลายสิ่งแวดล้อม,มีการปรับแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน,มีการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ,มีการทบทวนผลการดำเนินงานตามรอบระยะเวลาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง,

มีการบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์, มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ชัดเจน ได้ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter โดยตัวแปรอิสระ คือการมีส่วนร่วม ด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยที่ตัวแปรอิสระ คือการดำเนินงาน จำนวน 2 ด้าน ด้านการมีส่วนร่วม ด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบการถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter พบว่า การมีส่วนร่วม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก มากที่สุด เพราะการมีส่วนร่วม ในการดำเนินกิจกรรมได้ร่วมคิดตัดสินใจจะส่งผลให้บุคคลมีความรู้สึกต้องการเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากขึ้น ทำให้ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาได้ส่งเสริมให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (0.702) คือ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก เพราะ เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพ รูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วย่อมส่งผลให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (0.344)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอำเภอเกาะคาจังหวัดลำปางอภิปรายได้ดังนี้

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่าประชาชนอำเภอเกาะคาจังหวัดลำปางส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ในระดับน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน มากที่สุด รองลงมาการมีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการหมู่บ้าน, การมีส่วนร่วมในการตั้งกฎกติกาในการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก, การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและหาแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก, การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก, การมีส่วนร่วมในการติดตามการดำเนินธุรกิจของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก และลำดับสุดท้ายการมีส่วนร่วมในการพิจารณาผลประโยชน์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิก ผลการวิจัยมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของ เจมส์ คีตส์ ปิ่นทอง (2527) ได้ระบุขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนแบ่งออกเป็น (1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา (2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม (3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน (4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

ด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการที่แต่งกายเรียบร้อย สะอาด พุดจาไพเราะ ให้บริการรวดเร็วทันใจ มากที่สุด รองลงมาคือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีผลิตภัณฑ์ที่สวยงามหรือการบริการที่ตรงตามความต้องการ, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกได้, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชรามิกที่ทำให้เกิดความประทับใจหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และลำดับสุดท้าย คือหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าดังแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่าแนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจที่ให้บริการซ้ำจะได้ส่วนประสมทางการตลาด ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ด้านการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ในระดับ น้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการเชื่อมโยงเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มากที่สุด รองลงมาคือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการดำเนินงานที่ไม่ส่งผลต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการปรับแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการทบทวนผลการดำเนินงานตามรอบระยะเวลาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง, หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์, และลำดับสุดท้าย คือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกมีการกำหนดกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ชัดเจน ระดับน้อยที่สุด สอดคล้องกับชฎาพร ไชยศรี (2552) กล่าวว่า การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านผาฮ้องคือ ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ความเป็นองค์กรประชาชน การบริหารเงินทุนของกลุ่ม การประสานงานด้านต่างๆ และความยั่งยืนในการดำเนินงานซึ่งสามารถประเมินศักยภาพได้ดังนี้ ทิศทางหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกได้แก่ การบริหารองค์กรและความรับผิดชอบ ต่อสังคม การวางแผนดำเนินงาน ได้แก่ กระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผนและการจัดแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ การบริหารตลาดได้แก่ การกำหนดแหล่งจำหน่าย แหล่งบริการ/ลูกค้าเป้าหมายและการติดตามข้อมูลตามความต้องการของลูกค้าและตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การจัดการความรู้และความพร้อมการใช้งานของข้อมูล การบริหารสมาชิกได้แก่การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ ได้แก่ การบริการให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรม การจัดการสินค้าและบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยเทคนิคการถดถอย พหุคูณ โดยวิธี Enter สรุปสารสนเทศได้ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงาน ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง มากที่สุด เพราะ การมีส่วนร่วม ทำให้การดำเนินงานตามกิจกรรมสำเร็จผลตามวัตถุประสงค์มีบทบาทในการบริหารงาน สร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อกัน มีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถเกิดความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ระดับประเทศได้ดังแนวคิดของ Juliette and Jeff (2005) ได้กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่มสามารถมองเห็นได้ จากการปฏิบัติงานที่ประสบผลสำเร็จหรือบรรลุผลการดำเนินงานที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

นอกจากนี้การมีส่วนร่วม ยังรวมถึงการการเข้าใจในการดำเนินงาน มีการเข้าร่วมกิจกรรม ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน การส่งเสริมให้รู้จักหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอย่างกว้างขวางมากขึ้น งานวิจัยของอานิสงค์ โอทะตะวงศ์ (2557) ที่สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ระยะทางไปยังทะเลบัวแดง สถานภาพในชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน การใช้ประโยชน์จากทะเลบัวแดง ความรู้เกี่ยวกับกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และความตระหนักเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งน้ำสาธารณะบัวแดง โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระยะเวลาคอาศัยในชุมชนและการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รองลงมา คือ ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางเนื่องจาก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดถ้ามีการพัฒนา สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าจดจำรู้จักแก่คนทั่วไป เกิดการประสานงานการดำเนินการระหว่างองค์กรต่างๆ เกิดเครือข่ายหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนา ไชยบุตติ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการขยายธุรกิจที่สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ด้านการมีส่วนร่วม ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหมู่บ้านท่องเที่ยวเชรามิกเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ในการร่วมกันวางแผนบริหารจัดการ การตั้งกฎกติกา การดำเนินงาน การปรับปรุงและหาแนวทางในการพัฒนา การพิจารณาผลประโยชน์ การติดตามการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยว

เซรามิก ด้านส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และมีแบบใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ คำนึงถึงการให้คุณค่าสามารถแข่งขันได้ ปัจจัยด้านราคา ควรจะมีการปรึกษาหารือกัน เพื่อที่จะทำราคากลางของสินค้า ติดป้ายราคาชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จอดรถสะดวก มีบริการส่งถึงบ้าน กรณีที่ซื้อตามเงื่อนไขของหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก โดยคำนึงถึงวิธีการหีบห่อที่เหมาะสมและปลอดภัยด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความชำนาญในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เซรามิกอย่างถูกต้อง มีการประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัดลำปางในการจัดงานประจำจังหวัด เข้ารับการอบรมและเข้าไปดูงานกระบวนการผลิต เพื่อที่จะเข้าใจและสามารถอธิบายได้อย่างถูกต้อง ให้ความรู้ความเชี่ยวชาญในการขายแก่พนักงาน ประกอบกับการอบรมศิลปะการขาย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในด้านมารยาทและการบริการของพนักงานตลอดจนการแต่งกายเรียบร้อย พุดจาไพเราะ และการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นการส่งเสริมในด้านกระบวนการที่จะทำให้มีการบริการที่รวดเร็ว เป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เทศบาลตำบลท่าผาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดเจ้าหน้าที่หรือวิทยากรให้ความรู้แก่หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก โดยจัด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด จัดสรรงบประมาณหรือโครงการที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ผลการดำเนินงาน ของหมู่บ้านเป็นไปอย่างต่อเนื่องและตอบสนองวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บวิจัยจากประชาชน ในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ส่งผลให้การมีส่วนร่วมในด้านต่างๆมีน้อย ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นกลุ่มตัวอย่างในหมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิก และผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ควรมีการศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และการเติบโตของการท่องเที่ยวในภาคเหนือ เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดและขยายตลาดได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2550). **การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2558). **แนวทางในการพัฒนาการให้บริการ M-Commerce ในประเทศ**

ไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: สาขาการจัดการสำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ บัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2527). **การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบทในการบริหารงานพัฒนาชนบท**.

กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ชฎาพร ไชยศรี. (2552). **กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาผึ้ง**

ตำบลห้วยส้ม อำเภอกู่กระดิง จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. เลย: สาขาวิชาการจัดการและ

การประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

เทศบาลตำบลท่าผา. (2560). **รายงานประจำปี พ.ศ.2559**. ลำปาง: เทศบาลตำบลท่าผา.

ธนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2555). **เอกสารคำสอนการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน**. เชียงใหม่: คณะ

เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557). **ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC**.

วารสารนักบริหาร, 34(1), 177-191.

นันทนา ไชยบุตดี. (2553). **ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการ**

ดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกายในอำเภอเมือง จังหวัด

มหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

วรรณนงอร วรรณรัตนกุล. (2554). **การบริหารจัดการสินค้า OTOP กลุ่มผ้าทอพื้นเมือง ระดับ 5**

ดาว โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดอุดรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. อุดรดิตถ์:

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

วรัญญา แสนทอน. (2560). **สัมภาษณ์การมีส่วนร่วมและบทบาทของเทศบาลต่อหมู่บ้านท่องเที่ยว**

เขราหมิก. ลำปาง: เทศบาลตำบลท่าผา.

เสริมศรี สุทธิสงค์. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการวิสาหกิจชุมชนกับหลักปรัชญาของ**

เศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 9(25), 95-106.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศุภลักษณ์ ชูสุวรรณ. (2556). **กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการเชิงรุกในการ**

ยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง.

วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ**. ปีที่ 27 ฉบับที่ 2828, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36180.aspx> สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560.
- อานิสงค์ โอทาตะวงศ์. (2557). **การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทะเลบัวแดง ในส่วนเขตเทศบาลตำบลเชียงแหว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ สค.ม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Brennan, R. L.(1972). **“A Generalized Upper - Lower Discrimination Index,” Educational and Psychological Measurement**. Summer. New York: SAGE.
- Juliette and Jeff. (2005). **Employee Participation and Company Performance: A Review of The Literature**. New York: Joseph Rowntree.
- Likert, R. (1970). **A Technique for The Measurement of Attitude**. In G.F. Summer (Ed). **Attitudes Measurement**. NewYork: RandMcnally.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric : Theory** (2nd ed). New York: McGraw - Hill.
- organizations. **Journal of Marketing Research**, 29 (3), 314-328.