

กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19

Strategies for the Development of Routes and Resource-Based Innovative Tourist Attractions Existing in the Lower Northern Region 2 after the COVID-19 Situation

ธนิดา จอมยิ้ม*

Thanida Jomyim

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Faculty of Management Science,

Nakhon Sawan Rajabhat University

*thanida2206@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสร้างกลยุทธ์รวมทั้งนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณที่เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักวิชาการและภาคประชาสังคมจำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ จำนวนรวม 15 คน

ผลการวิจัยในการตอบวัตถุประสงค์พบว่า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 ในการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่เกิดผลสัมฤทธิ์มีประสิทธิภาพในการพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพโดดเด่น มีอัตลักษณ์ที่แท้จริง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 ให้มีการดำเนินการบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน ตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

คำสำคัญ : กลยุทธ์การพัฒนา เส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถี ภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19

Abstract

The purpose of this research is to study and create strategies and present route development strategies and an innovative tourist attraction based on existing resource bases in the lower northern region 2 after the situation of COVID-19, using mixed-method research, including quantitative research that collects data from entrepreneurs and government officials, 400 academics, and civil society, and qualitative research using in-depth interviews with entrepreneurs and government officials, totaling 15 people.

The research results in responding to the objectives were found that:

Objective 1: To study strategies for developing routes and innovative tourist attractions based on existing resources in the lower northern region of Thailand 2 after the COVID-19 situation. It was found that all aspects were high.

Objective 2: Strategies for the development of routes and innovative tourist attractions based on existing resources in the lower northern region 2 after the COVID-19 situation. The operation is heading in the direction of achievement. It is effective in developing communities and raising their outstanding potential. It has a real identity.

Objective 3: To present strategies for developing routes and innovative tourist attractions based on existing resource bases in the lower northern region 2 after the COVID-19 situation. To achieve sustainable goals according to the needs of all stakeholders.

Keywords : strategies for development, routes and resource-based innovative tourist, lower northern region 2, after the COVID-19 situation

บทนำ

วิกฤติของโรคระบาดร้ายแรงโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีเป็นอย่างมาก ทำให้มียอดในรายได้ลดลงกว่า 30-50% แม้สถานการณ์โควิดเริ่มคลี่คลาย แต่คาดว่าความตกต่ำจะยังคงต่อเนื่องไปอีกหลายปี พร้อมระบุว่ารายได้ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจะลดลงจากกำลังซื้อภายในประเทศถดถอย และนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเดินทางได้ ขณะที่ผู้ประกอบการทำได้เพียงการปรับตัวพัฒนาสินค้าประกอบธุรกิจให้อยู่รอดได้เท่านั้น (OTOP, 2020) ทำให้ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยสนับสนุนด้วยการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศช่วยให้ดีขึ้นโดยเฉพาะรายเล็ก จะได้รับผลกระทบและมีจำนวนกลุ่มนี้มากที่สุด แต่เนื่องจากตลาดหลักค่อนข้างเงียบโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาไม่ได้เลยและสถานการณ์จะซบเซายาวไปถึงปี พ.ศ. 2566 รวมทั้งสถานการณ์จากสงครามการค้าสหรัฐและจีนหรือสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครน การจัดระเบียบโลกใหม่จากกลุ่มที่อยู่ตรงข้ามกับประเทศสหรัฐอเมริกาและประชาคมยุโรป ดังนั้นจะไม่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาจากผลของการระบาดและสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดีขึ้น (Gerdruang, 2018) ที่สำคัญผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ส่วนใหญ่ไม่มีแผนรองรับกับเหตุวิกฤติครั้งนี้ ส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้องหยุดกิจการชั่วคราวไม่สามารถประกอบกิจการได้เกือบทั้งหมด (Siriboriruk, 2020; Kunpluem, 2021)

นอกจากนี้ยังมีข้อเท็จจริงและข้อจำกัดสำคัญในการพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีตามฐานทรัพยากร ที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 ที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์และไม่มีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมใน 5 กระบวนงานหลักไม่สามารถเป็นกลไกในการส่งเสริมให้เกิดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีได้อย่างแท้จริงเพราะมีสภาพปัญหา ประกอบด้วย 1) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการบริการด้านการท่องเที่ยว เพราะไม่มีพื้นฐานความรู้ที่จำเป็นมาก่อน 2) แผนธุรกิจชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ส่วนใหญ่ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ ชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่มี ความชัดเจนในการนำแผนธุรกิจที่จัดทำไปดำเนินการต่อ อย่างเป็นรูปธรรม

2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกเน้นการตกแต่งและปรับปรุงภูมิทัศน์ เพื่อสร้างแลนด์มาร์คและจุดเช็คอิน โดยไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนด้านการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีอยู่ให้เกิดความสนใจได้ วัสดุและอุปกรณ์ในการปรับปรุงภูมิทัศน์มีรูปแบบไม่แตกต่างกัน ไม่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และแตกต่างอย่างชัดเจน ไม่เกิดความสวยงาม โดดเด่นไม่สะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างแท้จริง ภูมิทัศน์ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่คงทน ชำรุดเสียหายได้ง่ายวัสดุและครุภัณฑ์ ที่จัดสรรให้ไม่ตรงกับความต้องการของแต่ละชุมชน

3. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทำได้ไม่ถึง 10 ผลิตภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินการ ทำให้ยังไม่มี ความโดดเด่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของชุมชนที่เป็นจุดขาย ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ อย่างยั่งยืน การไม่ให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐาน ทั้งยังไม่สามารถให้ข้อมูลได้ว่าผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีเรื่องราวหรืออัตลักษณ์ที่จะสร้างความสนใจหรือดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างไร

4. การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่นที่มีปัญหาว่าชุมชนบางแห่งที่ได้รับการคัดเลือก โดยไม่มีศักยภาพชุมชนไม่มีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยในแอปพลิเคชันหรือเป็นจุดเช็คอินทางสื่อออนไลน์ในช่องทางหลัก (MIND, 2020)

5. การส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว มีปัญหาในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบงานอีเวนท์ และมักดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม บางชุมชนไม่มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ออนไลน์มีข้อจำกัดในการดำเนินงานในด้านฐานข้อมูล ในระดับจังหวัดและการเชื่อมต่อกับส่วนกลางน้อยมาก แอปพลิเคชันยังไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะขาดการบันทึกให้เป็นปัจจุบัน (CDD, 2018)

จากที่กล่าวมาแล้วนั้นจากสถานการณ์โรคระบาดร้ายแรงโควิด-19 ที่ทำให้เกิด New Normal วิถีชีวิตแบบใหม่ สร้างจุดขายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างจากเดิม รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเข้าสู่การตลาดออนไลน์ที่เป็นเทรนด์ธุรกิจของทศวรรษใหม่ที่เกิดขึ้นทั่วโลก (Chalermdan, 2020) ซึ่งจากบริบททางเศรษฐกิจ สังคมและโรคระบาดระดับ Pandemic ที่รุนแรงอย่างที่แทบไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทำให้ประชาชนไม่สามารถปรับตัวและรับมือกับปัญหาที่รุนแรงในระดับนี้ได้ ก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำทั่วทั้งประเทศ กำลังซื้อลดต่ำลงอย่างมากมาย อัตราการตกงานสูงขึ้น รายได้ครัวเรือนหายไป ระบบเศรษฐกิจแทบทั้งหมดเป็นอัมพาต กลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบไม่มากนักคือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมถึงกลุ่มธุรกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัล และสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นยังพอจะดำเนินการต่อไปได้

แต่ภาคส่วนอื่น ๆ ที่ไม่จำเป็นกับการดำรงชีวิตจะถูกตัดออกไปเกือบหมด เมื่อเศรษฐกิจไทยพึ่งพาการส่งออก และการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก วิกฤติโควิด-19 ได้ทำลายภาคส่วนนี้ไปแทบหมดสิ้น ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา การเดินทางระหว่างประเทศยังคงไม่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งนำพาเงินตรา เข้าสู่ประเทศแทบกลายเป็นศูนย์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรวมถึงการขายสินค้าที่ระลึก สินค้าโอท็อปต่าง ๆ ไม่มีรายได้ติดต่อกันยาวนานแรมปี นักท่องเที่ยวไทยก็ลดน้อยลงเพราะประสบปัญหา ทางด้านรายได้เช่นเดียวกัน นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแทบทั้งหมด ไม่สามารถ ใช้การได้และยังไม่มีแนวทางแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม เนื่องจากปัญหาโควิด-19 ยังไม่ได้รับการ แก้ไข ยังมีการระบอบอย่างต่อเนื่องและยังไม่มีวัคซีนที่พิสูจน์ว่าได้ผลอย่างแท้จริง และมีปริมาณมาก เพียงพอสำหรับประชากรทั้งโลก การที่สถานการณ์ทางด้านสุขภาพยังคงเป็นปัญหาที่ไม่ได้รับการแก้ไข ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและโอท็อป จำเป็นต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง จึงมีความจำเป็นที่ต้องใช้การมีส่วนร่วมอย่างจริงจังของประชาชนและทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก ที่จะมาช่วยกันระดมสมองในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ และมีความเหมาะสม กับบริบทในพื้นที่อย่างแท้จริง การบริหารแบบรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางไม่สามารถแก้ปัญหาในประชาชนได้ เนื่องจากบริบทในแต่ละสถานที่แตกต่างกันมาก การวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสำคัญมากเป็นพิเศษเพื่อแสวงหา แนวทางในการแก้ปัญหาทั้งด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจโอท็อปนวัตกรรมในประเทศไทย

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19” เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการนำมาประยุกต์ใช้ชุมชนมีความเข้มแข็งในทุกด้าน มีแนวทางในการดำเนินการ ที่มีประสิทธิภาพ และมีการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานในระดับสากลสามารถเชื่อมโยงธุรกิจให้นำมา จำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนได้ทำให้เกิด ประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง สร้างความสามารถในการแข่งขันและเข้มแข็งให้กับ ชุมชน สังคม เศรษฐกิจและประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

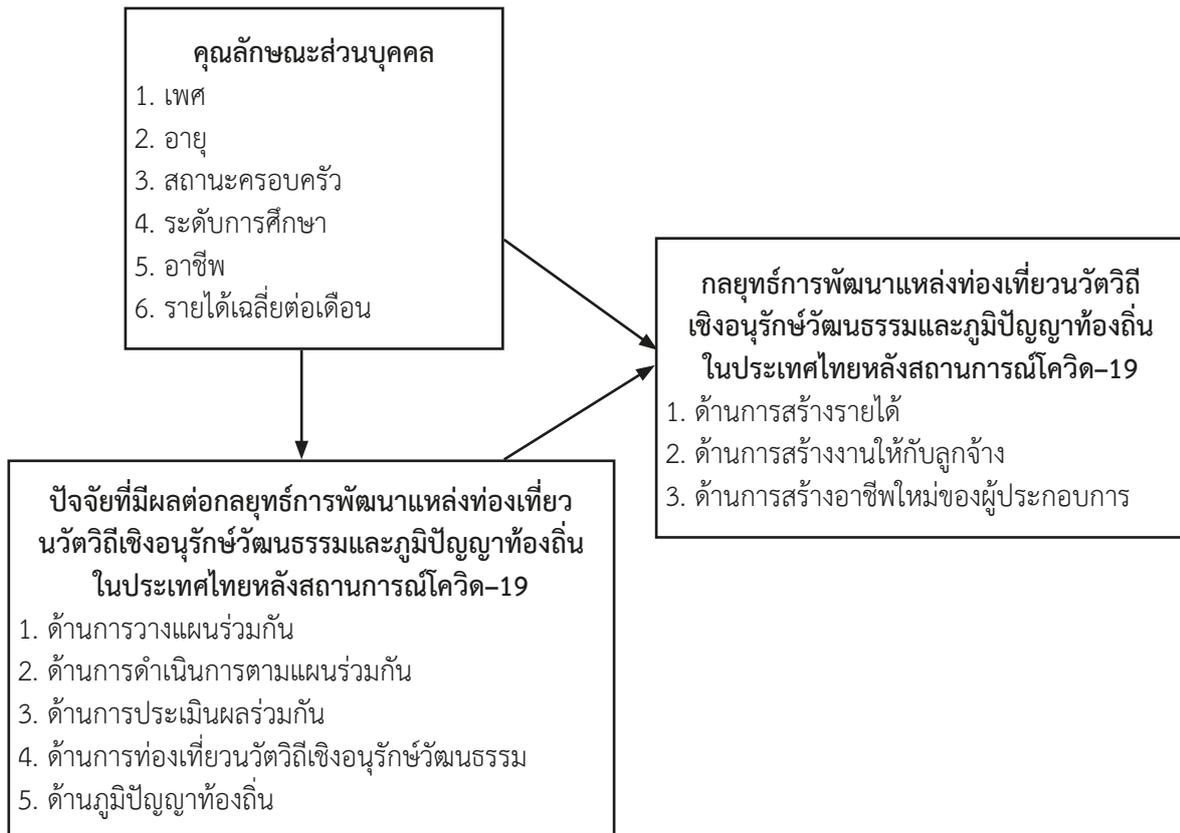
1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขต ภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในขั้นตอนการวางแผน การดำเนินการ ตามแผน และการประเมินผลแผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถี และภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทย หลังสถานการณ์โควิด-19
3. เพื่อนำเสนอกกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขต ภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม สำหรับปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ OTOP ให้สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวจะเป็นการกระจายสินค้าและเพิ่มยอดขายให้กับท้องถิ่น เน้นการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้าในรูปแบบคลัสเตอร์ในพื้นที่และกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การประกอบธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีการส่งต่อเทคโนโลยี และกลุ่มลูกค้าระหว่างกันเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้น สร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้นด้วยการเจรจาจับคู่ธุรกิจ และการจัดงานแสดงสินค้าเรียนรู้ การเข้าสู่ช่องทางตลาด ทั้งการเจรจาและการออกร้าน ขณะเดียวกันมีการผลักดันให้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า รวมถึงนำการตลาดดิจิทัลและการตลาดออนไลน์ เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพราะถือเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจ และทำให้ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีประสบความสำเร็จตามเป้าหมายเพราะการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีจะเป็นช่องทางการสร้างรายได้ด้วยการขายสินค้าที่มีอยู่ในชุมชนผสมผสานกับการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์แปลงเป็นรายได้จากการใช้เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีคุณค่าเพียงพอกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งและเป็นการพัฒนาฐานรากของชุมชนได้อย่างแท้จริง (Polsombun, 2016; Warasiri & Sawagvudcharee, 2020)

กลยุทธ์การพัฒนาแนวทางการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมวิสาหกิจชุมชนประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและมีคุณค่าของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ประกอบด้วย (1) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (3) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ (4) การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า และ (5) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สุดยอด เพื่อเพิ่มศักยภาพบริหารจัดการและการตลาดวิสาหกิจชุมชนประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มช่องทางการตลาดขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน และการเจรจาทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เชื่อมโยงกับกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลก (OSMEP, 2020) เป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มมากขึ้น เพิ่มศักยภาพการแข่งขันเชิงรุกในการสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่า เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และการสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาแนวทางการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมวิสาหกิจชุมชนประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ซึ่งจะช่วยให้การวางกรอบทิศทาง การพัฒนาอย่างมีระบบระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดไปสู่การปฏิบัติให้เกิดบรรลุผลสัมฤทธิ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัดและนโยบายสำคัญของรัฐบาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงไปสู่ประสิทธิภาพการแข่งขันที่ยั่งยืน และตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างสูงสุด (Dokboonnak & Thongkamnuch, 2013; NESDC, 2020)

ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาบูรณาการสังเคราะห์ ประกอบด้วย Polsombun (2016); Warasiri & Sawagvudcharee (2020); OSMEP, (2020); Dokboonnak & Thongkamnuch (2013); NESDC (2020) สร้างเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สอดคล้องเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยดังแสดงด้วยภาพที่ 1 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย
ที่มา : Researcher (2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นจะมาทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยและตั้งสมมติฐานการวิจัย แล้วก็จะใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการคิดสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) โดยใช้ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจากการเทียบจากตารางแล้วนั้นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 379 คน แต่เพื่อให้เกิดความถูกต้องและเป็นมาตรฐานมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนเป็นทั้งสิ้น 400 คน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าสถิติการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.2 หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้สูตร Pearson Correlation Coefficient และการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ในการวิจัยนี้ เพื่อให้ได้ Math Model ที่สามารถพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยตัวแปรต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องตรงโดยใช้วิธีการ Multiple Regression

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการแก้ปัญหาของรัฐบาล ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ประเมินความต้องการของผู้ประกอบการเป็นการเปิดโอกาสในการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนา และมองไปถึงอนาคตระยะกลางและระยะยาว

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วยผู้ประกอบการ ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี หรือด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ผู้บริหารระดับจังหวัด ผู้บริหารระดับอำเภอ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการระดับจังหวัด นักวิชาการ ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง หรือนายกสมาคมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องนี้โดยตรง จำนวน 15 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวทางที่มีการกำหนดกรอบคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ที่ได้มาจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้การวิเคราะห์ให้ความและเสริมด้วยการวิเคราะห์บริบท รวมทั้งจะใช้วิธีการวิเคราะห์สาระเพื่อทำให้เข้าใจมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์มากยิ่งขึ้น ด้วยการตีความข้อมูลประเภทประเด็น การตรวจสอบข้อมูลเพื่อให้เกิดความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า และการตรวจสอบโดยการรายงานสรุปผลจากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งสรุปขยายผล ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของความคิดเห็นของตัวแปรต่าง ๆ

ลำดับ	ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
1	ด้านการวางแผนร่วมกัน	3.96	.688	มาก	4
2	ด้านการดำเนินการตามแผนร่วมกัน	3.89	.660	มาก	8
3	ด้านการประเมินผลร่วมกัน	3.95	.701	มาก	5
4	ด้านการท่องเที่ยว นวัตวิถี	3.97	.648	มาก	3
5	ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.99	.603	มาก	2
6	ด้านการสร้างรายได้	3.93	.638	มาก	6
7	ด้านการสร้างงานให้กับลูกจ้าง	3.91	.723	มาก	7
8	ด้านการสร้างอาชีพใหม่ของผู้ประกอบการ	4.00	.665	มาก	1

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของตัวแปรต่าง ๆ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านการสร้างอาชีพใหม่ของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ย 4.00

ลำดับที่ 2 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.99

ลำดับที่ 3 ด้านการท่องเที่ยววิถี มีค่าเฉลี่ย 3.97

ลำดับที่ 4 ด้านการวางแผนร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.96

ลำดับที่ 5 ด้านการประเมินผลร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.95

ลำดับที่ 6 ด้านการสร้างรายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.93

ลำดับที่ 7 ด้านการสร้างงานให้กับลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ย 3.91

ลำดับที่ 8 ด้านการดำเนินการตามแผนร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.89

ในการประมวลผลของข้อมูลเพื่อสร้างแบบจำลองโดยใช้ วิธีการ Multiple Regression ตามการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสมการความถดถอยของข้อมูลด้วยสมการเชิงเส้นตรง ซึ่งการวิเคราะห์ผลข้อมูลและสร้างสมการ มีดังต่อไปนี้

1. แสดงค่าสหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรตามกับปัจจัยตัวแปรต้นทั้ง 4 พบว่า สามารถพยากรณ์ได้ทั้ง 5 ตัว สำหรับการแปรผลดังกล่าวตามตารางนี้ สามารถเขียนสมการอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

$$Z = 0.361 X_1 + 0.398 X_2 + 0.291 X_3 + 0.425 X_4 + 0.342 X_5$$

และสามารถเขียนในรูปของคะแนนดิบ ได้ดังต่อไปนี้

$$Y = 0.27 + 0.356 X_1 + 0.391 X_2 + 0.285 X_3 + 0.413 X_4 + 0.317 X_5$$

จากการวิเคราะห์ผลพบว่า ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถสรุปออกมาเรียงลำดับค่าอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ลำดับที่ 1 ด้านการท่องเที่ยววิถีส่งผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.413

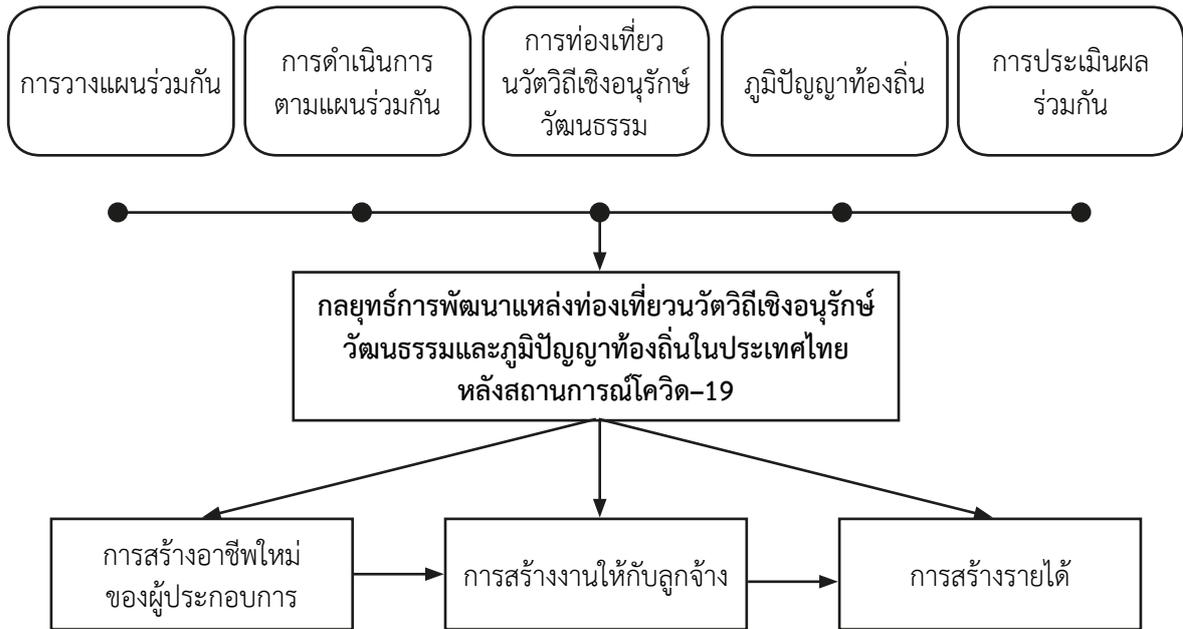
ลำดับที่ 2 ด้านการดำเนินการตามแผนร่วมกันส่งผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.391

ลำดับที่ 3 ด้านการวางแผนร่วมกัน ส่งผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.356

ลำดับที่ 4 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นส่งผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.317

ลำดับที่ 5 ด้านการประเมินผลร่วมกันส่งผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยววิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.285

สำหรับอำนาจในการพยากรณ์ระหว่างตัวแปรตามและปัจจัยที่ส่งผลทั้ง 5 ตัว (Predictor) สามารถพยากรณ์ได้ประมาณ 72.5% จากการใช้วิเคราะห์ผลข้อมูลดังที่แสดงผลมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 และผ่านการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติ ที่ใช้วัดความสอดคล้องระหว่างรูปแบบที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองการพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19
ที่มา : Researcher (2024)

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปปฏิบัติร่วมกับผู้ประกอบการ โดยการส่งเสริมการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมจึงเป็นการปฏิรูปสถาบันด้านการส่งเสริมผลิตภาพ การมาตรฐาน และนวัตกรรมในภาคการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งในการแข่งขันด้านธุรกิจนั้น หัวใจหลักอยู่ปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ คุณภาพ (Quality) ต้นทุน (Cost) และการส่งมอบสินค้า (Delivery) โดยในเรื่องคุณภาพจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออันประกอบด้วยมาตรฐาน การกำหนดมาตรฐาน การทดสอบ การบริหารคุณภาพ หรือ MSTQ หรือ “การมาตรฐาน” สำหรับปัจจัยด้านต้นทุนและการส่งมอบสินค้านั้น เป็นการมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตหรือผลิตภาพและส่งผลต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ “ประสิทธิภาพ” ยังมีปัจจัยที่สำคัญต่อการเพิ่มผลิตภาพคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งสิ่งที่จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้นั้นคือสิ่งสำคัญที่เรียกว่านวัตกรรมและเป็นเสมือนเป้าหมายของการพัฒนา ส่วนการมาตรฐาน

และนวัตกรรมเปรียบเสมือนเป็นวิธีการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การยกระดับผลผลิตภาพคือ การบริหารจัดการทั้งระบบ ครอบคลุมทั้งการมาตรฐาน การพัฒนาผลผลิตภาพ และระบบนวัตกรรมให้มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเป็นความพยายามและความร่วมมือระหว่างภาคสังคมที่มุ่งเสริมพลังความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้เป็นธุรกิจใหม่ที่เป็นหุ้นส่วนระหว่างชุมชน และภาครัฐ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่เน้นการรวมพลังทุกฝ่ายในดำเนินการจากพลังภาครัฐ พลังหน่วยงานราชการ พลังชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และพลังเอกชนไปสู่การปฏิบัติเป็นรูปธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและลดความเหลื่อมล้ำของสังคม การเพิ่มความสนใจด้านนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันและการอยู่รอดในวิกฤติโควิด-19 นี้ ในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยอาศัยความร่วมมือระดับภูมิภาคและพันธมิตร เพื่อคุณภาพชีวิตของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการกระจายอำนาจ เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและเอาชนะวิกฤตการณ์ที่ต้องเข้าสู่ช่วงสำคัญในการเปลี่ยนผ่านของสังคมโลกหลังยุคโควิด-19 ที่มีปัญหาเศรษฐกิจไว้ ที่สังคมไทยได้พลิกฟื้นตนเองจากวิกฤติที่จะต้องนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญต่อการนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีความสำคัญในการอภิปรายผล จากสถานการณ์โรคระบาดร้ายแรงโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อจัดการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จากการทำจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมาก การจัดการกิจกรรมและรายได้ ผู้ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวและสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวและบริการใหม่ ๆ ให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมแนวทางการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวของนวัตวิถี ด้วยการปรับปรุงสาธารณูปโภคและสาธารณูปการหลัก สภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์ ปรับปรุงชุมชน ดำรงคุณค่าและเอกลักษณ์อันโดดเด่น เพื่อให้บริการทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถี เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ความมีชื่อเสียงในเชิงประวัติศาสตร์มาทำแบรนด์ดีดิง (Branding) และการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่องในระยะยาว การยกระดับสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานและสร้างความโดดเด่นเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้เป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Saebi et al. (2016) ที่อธิบายว่าชุมชนมีวิถีการผลิต และวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน โดยรวมให้มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวควรมีมาตรการอนุรักษ์พื้นที่และวิถีชีวิตของชาวบ้านควบคู่กันไป เพราะหากมีการบุกรุกทำลายสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ทำให้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเปลี่ยนไป อาจส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องมีการวางแผนทำความเข้าใจต่อชาวบ้าน รวมถึงนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับ Decyk (2019) ที่อธิบายว่าการบริหารพัฒนาที่ดีต้องมีแผนการอนุรักษ์ จัดการสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงต่อไป จะส่งผลให้การท่องเที่ยว นวัตวิถีเป็นไปอย่างยั่งยืน คุณค่าของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่ มีความโดดเด่นทางด้านศาสนา มีวัดวาอารามต่าง ๆ มีพระวิหารและพระเจดีย์ที่สวยงาม มีองค์พระพุทธรูปที่ได้รับความนิยมปฏิสังขรณ์ใหม่ เป็นเมืองโบราณสถาน โบราณวัตถุที่เก่าแก่ มีสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ที่สวยงาม สร้างความมีชื่อเสียงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่ควรมีการจัดการอย่างถูกต้องตามหลักของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กิจกรรมตามเทศกาล มหกรรมงานประเพณีในแหล่งท่องเที่ยววันวิถี เป็นกิจกรรมเทศกาลงานประเพณี หลักส่วนทรัพยากรท่องเที่ยว เทศกาลงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีลอยกระทง และงานประเพณีสงกรานต์ ซึ่งจะพัฒนาการประชาสัมพันธ์ โฆษณาและเผยแพร่ในด้านการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญโดยภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน สอดคล้องกับ Photisoda (2020) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้านแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และด้านส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยวที่สำคัญ ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง และความพึงพอใจระหว่างและหลังการเดินทางท่องเที่ยวและเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนนวัตวิถีเป็นจำนวนมาก อุบัติเหตุในการท่องเที่ยวย่อมมีโอกาสเกิดขึ้นได้สูง จึงควรมีมาตรการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่ดี มีการบริหารจัดการภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด รวมทั้งบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุง และพัฒนามาตรการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวให้ทันต่อสถานการณ์อยู่เสมอ และรองรับการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของธุรกิจที่หลากหลาย

ชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยววันวิถี ควรเร่งบูรณาการในการค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่นของเมืองและชุมชน เพื่อคัดเลือกเมืองเป้าหมายมาพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดทำแนวทางการพัฒนาเครือข่าย เพื่อใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในพื้นที่ และขยายผลสู่เมืองใกล้เคียง ทั้งนี้กิจกรรมควรสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อรองรับวิถีใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นความพยายามและความร่วมมือระหว่างภาคสังคม ที่มุ่งเสริมพลังความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้เป็นธุรกิจใหม่ที่เป็นหุ้นส่วนระหว่างชุมชนและภาครัฐ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่เน้นการรวมพลังทุกฝ่ายในการดำเนินการจากพลังภาครัฐ พลังหน่วยงานราชการ พลังชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และพลังเอกชนไปสู่การปฏิบัติเป็นรูปธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก และลดความเหลื่อมล้ำของสังคมบริการเพิ่มความสนใจด้านนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน และการอยู่รอดในวิกฤติโควิด-19 นี้ ในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยอาศัยความร่วมมือระดับภูมิภาคและพันธมิตร เพื่อคุณภาพชีวิตของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการกระจายอำนาจ เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและเอาชนะวิกฤตการณ์ที่ต้องเข้าสู่ช่วงสำคัญในการเปลี่ยนผ่านของสังคมโลกหลังยุคโควิด-19 ที่มีปัญหาเศรษฐกิจไว้ที่สังคมไทยได้พลิกฟื้นตนเองจากวิกฤติที่จะต้องนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญต่อการนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการพบเห็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนมากที่สุด โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องควรใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวผู้ตอบแบบสอบถามสามารถพบเห็นและเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่น ๆ

2. จากผลการวิจัยพบว่า ควรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่มีความแตกต่างกัน ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐมีความกังวลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวกลับมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันก็ตระหนักถึงการมีมาตรการอนุรักษ์พื้นที่และวิถีชีวิตของชาวบ้านควบคู่กันไป เนื่องจากหากชาวบ้านไม่มีการอนุรักษ์หรือหวงแหน พื้นที่ที่มีการบุกรุกทำลายสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ เช่น การทิ้งขยะในแม่น้ำลำคลองหรือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เปลี่ยนไปอาจส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องมีการวางแผนเพื่อการอนุรักษ์และทำความเข้าใจต่อชาวบ้านในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย

3. จากผลการวิจัยพบว่า ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจในสภาพพื้นที่ และลักษณะการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถีและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ขณะเดียวกันก็เป็นผู้ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะทุกประเภทกับสิ่งแวดล้อม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น กำลังเป็นตัวทำลายการท่องเที่ยว การที่ประชาชนหรือชุมชนมีส่วนร่วมก็เพื่อให้เกิดการสร้างเสริมความเข้มแข็งแก่ชุมชนในการอนุรักษ์ต่อไปได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาครัฐและประชาคมท้องถิ่นควรมีการจัดการร่วมกัน

4. จากผลการวิจัยพบว่า ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ทุกฝ่ายทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานหลักที่สอดคล้องกับความต้องการด้านบริการ ความพร้อมทางด้านการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรทางการท่องเที่ยว และการบริการให้กับคนท้องถิ่น เนื้อหาของข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีแจกให้กับนักท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเป็นการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่จะนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้าใจที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยว และคนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างขึ้น เพื่อที่จะได้ข้อสรุปที่แตกต่าง มีความหลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น เกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่อื่น ๆ โดยศึกษากลุ่มประชากรอื่นเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่คาดหวังว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยนี้อย่างไร

2. การศึกษาต่อยอดในการแก้ไข ปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว นวัตวิถีตามฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง 2 หลังสถานการณ์โควิด-19 ให้เป็นไปตามความต้องการในปัจจุบันให้มากที่สุด

References

- Chalermdan, N. (2020). Consumers' Behavior on Buying Delivery Food via Mobile Application during New Species of Corona Virus 2019 (COVID-19) in Bangkok. *Journal of Industrial Business Administration*, 2(1), 92–106.
- Community Development Department (CDD). (2018). **Manual for Driving the Operation of OTOP Nawatwithi Tourism Community Project**. CDD.
- Decyk, K. (2019). **Competitiveness Factors in the Innovative Enterprises**. Proceedings of 6th International Scientific Conference on Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering 2019.
- Dokboonnak, N. & Thongkamnuch, T. (2013). **Community Participation in Tourism Management: A Case Study of 100–Years–Old Samchuk Market Community, Suphanburi Province**. Thailand Research Fund.
- Gerdruang, A. (2018). **Principle of Public Policy Evaluation**. Chulalongkorn University Press.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Kunpluem, P. (2021). Business Adaptation after the COVID-19 Era. *Journal of Politics, Administration and Law*, 12(2), 99–110.
- Ministry of Industry (MIND). (2020). **Local Product Technology Master Plan**. Rung Ruang Sam Press.
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2020). **The Concept of Sustainable Development**. NESDC.
- One Tambon One Product (OTOP). (2020). **Guidelines for Product Development One Tambon One Product**. Saeng Rung Printing.
- Polsombun, P. (2016). **Development of OTOP Industrial Business Management Model to Enhance Efficiency of Sustainable Competitiveness**. King Mongkut's University of Technology North Bangkok.
- Photisoda, A. (2020). **Development Guidelines for Logistics Management for OTOP Nawatwithi Tourism Community, Ban Khuan Kee Rad–Thung Chang, Hat Yai District, Songkhla Province**. Yala Rajabhat University
- Siriboriruk, J. (2020). COVID-19. *Burapha Journal of Medicine*, 7(1), 89–95.
- Saebi, T., Lien, L., & Foss, N. J. (2016). What Drives Business Model Adaptation? The Impact of Opportunities, Threats and Strategic Orientation. *Long Range Planning*, 50, 567–581.
- The Office of SMEs Promotion (OSMEP). (2020). **Problems and the Adaptation of OTOP to AEC**. OSMEP.
- Warasiri, K. & Sawagvudcharee, O. (2020). Historical Innovative Ayutthaya Model. *EAU Heritage Journal Social Sciences and Humanities*, 9(3), 245–258.