

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การดำเนินงานรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 23 คน โดยแบ่งเป็นตัวแทนผู้นำ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 5 คน สมาชิก ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 5 คน ตัวแทนจากผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 5 คน และหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน นอกจากนี้ยังทำการศึกษาเอกสารและสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา นำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อหารูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยจะนำเสนอข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

4.1.1 ข้อมูลประชากร ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

4.1.2 ข้อมูลบริบท ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

4.1.2.1 ประวัติความเป็นมา

4.1.2.2 วัฒนธรรม

4.1.2.3 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

4.2 ข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ

4.2.1 ด้านการบริหารจัดการ

4.2.2 ด้านการตลาด

4.2.3 ด้านการบริการ

4.2.4 ด้านเข้าถึงแหล่งเงิน

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก SWOT Analysis ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

4.3.1 ด้านการบริหารจัดการ

4.3.2 ด้านการตลาด

4.3.3 ด้านการบริการ

4.3.4 ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน

4.4 การกำหนดกลยุทธ์จาก TOWS Matrix ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

4.4.1 ด้านการบริหารจัดการ

4.4.2 ด้านการตลาด

4.4.3 ด้านการบริการ

4.4.4 ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ

4.1.1 ข้อมูลประชากร ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ตารางที่ 4.1 จำนวนสมาชิกใน ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ลำดับ ที่	ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ	หน่วยงาน/เขต รับผิดชอบ	ประเภทแหล่ง ท่องเที่ยว	จำนวนครัวเรือนทั้งหมด/ครัวเรือน	จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่จริง/คน	ประชากรชายที่อาศัยอยู่จริง/คน	ประชากรหญิงที่อาศัยอยู่จริง/คน
1	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน	องค์การบริหาร ส่วนตำบลพราน	แหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตร	146	409	187	225
2	บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย	องค์การบริหาร ส่วนตำบลภูฝ้าย	แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม	203	660	335	325
3	บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง	องค์การบริหาร ส่วนตำบลบักดอง	แหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	161	438	220	218
4	บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง	องค์การบริหาร ส่วน ตำบลบักดอง	แหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	214	761	384	377
5	บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	องค์การบริหาร ส่วนตำบลพราน	แหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตร	187	687	331	356

ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน (2566: เว็บไซต์)

จากตารางที่ 4.1 สรุปได้ว่า บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 146 ครัวเรือน ประชากรอาศัยอยู่จริง 409 คน แบ่งเป็นชาย 184 คน เป็นหญิง 225 คน บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 203 ครัวเรือน ประชากรอาศัยอยู่จริง 660 คน แบ่งเป็นชาย 335 คน เป็นหญิง 325 คน บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 161 ครัวเรือน ประชากรอาศัยอยู่จริง 438 คน แบ่งเป็นชาย 220 คน เป็นหญิง 218 คน บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 214 ครัวเรือน ประชากรอาศัยอยู่จริง 761 คน แบ่งเป็นชาย 384 คน เป็นหญิง 377 คน บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 187 ครัวเรือน ประชากรอาศัยอยู่จริง 687 คน แบ่งเป็นชาย 331 คน เป็นหญิง 356 คน

4.1.2 ข้อมูลบริบท ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน

(1) ประวัติความเป็นมา บ้านดอนข่า เดิมชื่อ “บ้านโคกสำโรง” ซึ่งอยู่ทางทิศเหนือของบ้านดอนข่า เมื่อโคกสำโรงได้เกิด โรคระบาดอย่างร้ายแรง ทำให้ประชาชนล้มตายโดยไม่ทราบสาเหตุเป็นจำนวนมาก จึงได้พากันย้ายมาอยู่ ณ ที่ตั้งปัจจุบันประมาณปี 2475 คือบ้านดอนข่า มีการเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้านคนแรก คือ นายเจียม คุณชัย จนถึงคนที่ 12 คือ นายประยุทธ์ ทรงศิริ ดำรงตำแหน่ง

ผู้ใหญ่บ้านคนปัจจุบัน บ้านดอนข่า มีจำนวนประชากร 409 คน ประกอบอาชีพทำนา และมีอาชีพเสริมคือการทอผ้าและเลี้ยงสัตว์ บ้านดอนข่าได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง (อพป.) เมื่อปี 2350 เป็นหมู่บ้านเข้มแข็ง ชาวบ้านมีความรักและสามัคคีจนได้รับรางวัลหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง ชนะเลิศระดับจังหวัด ประจำปี 2560 และรางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่งหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง ระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปี 2560 (ตัวแทนผู้นำชุมชน ก., 2563: สัมภาษณ์)

(2) วัฒนธรรม สมาชิกในชุมชนส่วนมากประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ผัก ทอผ้า มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาอาชีพ หลากหลายกลุ่ม โดยคนในหมู่บ้านมีการร่วมกันเป็นสมาชิกกลุ่มกองทุนต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มออมเงินสัจจะออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มอาชีพแม่บ้าน กลุ่มเกษตรกร สมาชิกในชุมชน มีความสนิทสนมกับโรงเรียนบ้านดอนข่า ทำกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนมาโดยตลอด (สมาชิกในชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(3) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์เรียนรู้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ตัวแทนผู้นำ ก., 2563: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.1 กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพวาน

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผา

(1) ประวัติความเป็นมา เมื่อปี 2488 ณ บ้านหิน ตำบลสระเยาว อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ปัจจุบันขึ้นต่อตรงตำบลภูเงินอำเภอกันทรลักษ์ ได้เกิดโรคระบาดในสัตว์ (โรคห่า) ทำให้ผู้คนและสัตว์ล้มตายลงเป็นจำนวนมาก ด้วยความกลัวโรค จึงทำให้มีราษฎรจำนวน 2 กลุ่มได้อพยพครอบครัวและสัตว์เลี้ยงหนีภัย ดังกล่าว โดยกลุ่มที่ 1 ได้อพยพไปอยู่ทางทิศตะวันออก ปัจจุบันคือบ้านโนนสูง กลุ่มที่ 2 นำโดยนายน้อม สุระชาติ นายน้อม เบญจมาตร นายแมต นายชิต สุระชาติ ได้อพยพมาทางทิศใต้โดยปักหลักอยู่ ณ หุ่งศรีแก้ว (หรือหุ่งนาแก้ว) จนเวลาผ่านไปโรคระบาดได้จางหายไป การตั้งชื่อหมู่บ้านได้ตั้งตามลักษณะที่มีร่องน้ำธรรมชาติไหลมาบรรจบกันที่หุ่งศรีแก้ว ซึ่งตรงที่น้ำไหลมาสุดตรงนี้เรียกว่ากุด (หรือกุด) จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่าบ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 3 ตำบลภูผาและต่อมามีจำนวนครัวเรือนและประชากรมากขึ้นในปี 2536 จึงได้แบ่งแยกออกเป็น 2 หมู่บ้านโดยบ้านที่

แยกใหม่ชื่อว่าบ้านกุดนาแก้วใต้หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษในปัจจุบัน (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(2) วัฒนธรรม เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมขะแมร์ (กัมพูชา) กลุ่มชาติพันธุ์ขะแมร์ มีการใช้ชีวิตประจำวันจะเป็นไปแบบเรียบง่าย สมาชิกในชุมชนจะใช้ภาษาท้องถิ่น (ขะแมร์) สนทนา อาชีพหลักส่วนใหญ่ คือ ทำนา ทำไร่มันสาปะหลัง ไร่อ้อย อาชีพเสริม ปลุกพืชผักสวนครัว เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย งานช่าง เช่น ช่างเสริมสวย ช่างก่อสร้าง และซ่อมรถมอเตอร์ไซด์ ศาสนา ชาวบ้านส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ วัดประจำหมู่บ้านคือ วัดบ้านกุดนาแก้วใต้ เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน ทุกคนในหมู่บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 3 และหมู่บ้านกุดนาแก้วใต้หมู่ที่ 7 ภายในวัดกุดนาแก้วใต้มีตัวอย่างบ้านเผ่าเขมร (จำลอง) ประเพณีที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ (2.1) ประเพณีเซ่นไหว้ปู่ตา ทำเมื่อวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 6 เพื่อเซ่นไหว้ปู่ตาก่อนลงมือทำนาและสืบทอด ประเพณีที่ดีและเป็นมงคลต่อไป (2.2) ประเพณีแซนโฌนตา (บนเบ็ญ) ช้างขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 เพื่อเซ่นไหว้บรรพบุรุษเจ้ากรรมนายเวรตลอดจนสรรพสัตว์ และเป็นการทำบุญอุทิศให้ญาติผู้ล่วงลับไปแล้ว (2.3) ประเพณีสะเดาะเคราะห์ ทำขึ้นเมื่อเจ็บป่วย หรือมีคนทักว่ามีเคราะห์ หรือต้องการปิดเป่าเคราะห์เสนียดจัญไร ให้พ้นไปจากชีวิต (2.4) ประเพณีเล่นแม่มด ทำขึ้นเมื่อเจ็บป่วย หรือเคยบนบานไว้ นิยมทำตั้งแต่เดือน 3-5 เพื่อรักษาอาการป่วย หรือเมื่อหายจากอาการป่วยที่บนบานไว้ (2.5) การเล่นรำเจรียง เป็นการรำต้อนรับผู้มาศึกษาดูงาน เป็นการเกี้ยวเชิงขู้สาว เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมขะแมร์ให้คงอยู่สืบไป (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(3) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีบ้านขะแมร์จำลอง และวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เป็นจุดเด่นของชุมชน (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.2 กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง

(1) ประวัติความเป็นมา บ้านตาเล็ด ตั้งตามชื่อของวัชพืชชนิดหนึ่ง ภาษาเขมร เรียกว่า ตาเล็ด ภาษาไทยเรียกว่า หญ้าคมนางที่ชอบขึ้นตามลำห้วย ต้นเป็นสามเหลี่ยมสูงใบเรียวยาวจะเกิดเป็นกอ แหลมคม หากว่าจับไม่ดีไม่ระวังอาจทำให้บาดเจ็บได้ ซึ่งชาวบ้าน เรียกตามภาษาท้องถิ่นว่า

ชะมวตระเส็ด (ภาษาเขมร) หรือว่า หล้าตาเส็ด นั้นเอง สมัยก่อนมีหลวงอภิรักษ์ วัฒนา ได้มาตั้งหลักปักฐานรวมกันเป็นชุมชน โดยมีหลวงอภิรักษ์ วัฒนา เป็นหัวหน้าชุมชนในสมัยนั้น ต่อมาได้มีนายแพทย์สังข์ ดาบด้วน สมรสกับ นางสมบุญญ์ นายแพทย์สังข์ ดาบด้วน ได้รับการแต่งตั้งเป็นหัวหน้าชุมชน มีบุตรสาว 2 คน คือ นางสาวนิล และนางสาวผิวดาบด้วน ต่อมาลูกสาวคนโตนางสาวนิล ดาบด้วน ได้สมรสกับนายกลั่น บุญเฟื่อง เดิมเป็นคนบ้านลาว ปัจจุบันคือบ้านหลักหิน หมู่ที่ 2 ตำบลบักดอง อำเภอบุณฑล จังหวัดศรีสะเกษ นายกลั่น บุญเฟื่อง จึงได้รับการแต่งตั้งจากนายแพทย์สังข์ ดาบด้วน ซึ่งเป็นพ่อตาให้ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าชุมชน เมื่อปี 2501-2502 ได้เกิดโรคระบาดในชุมชนอย่างหนัก คนในชุมชนจึงได้ย้ายถิ่นฐานไปอยู่บ้านบักดอง ทำให้คนในชุมชนเหลือประมาณ 10-14 หลังคาเรือน หลังจากนั้นการปกครองขึ้นอยู่กับบ้านบักดอง หมู่ที่ 10 ตำบลโนนสูง อำเภอบุณฑล นายบิน ไชยทองไม่ได้ย้ายถิ่นหนีไปไหนจากการเกิดโรคระบาด จึงได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านบักดอง ต่อมาเมื่อปี 2505 ได้ตั้งอำเภอบุณฑลขึ้นมาใหม่ บ้านบักดองจึงตั้งอยู่ในหมู่ที่ 4 ตำบลบักดอง อำเภอบุณฑล จากนั้น นายบิน ไชยทอง ได้ขอแยกจากบ้านบักดอง มาตั้งเป็นหมู่บ้านตระเส็ด หรือตาเส็ด และนายบิน ไชยทอง จึงได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรกของหมู่บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง อำเภอบุณฑล ปัจจุบันผู้ใหญ่บ้าน คือ นายทรงศักดิ์ รุ่งคำ (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(2) วัฒนธรรม ภาษาถิ่นที่ใช้เป็นภาษาเขมร สมาชิกในชุมชนส่วนมากทำอาชีพเกษตรกรรม และค้าขาย มีประเพณีการรำแม่มด บุญชาวสารทศุณย์รวมจิตใจของหมู่บ้านคือ วัดสิขิมณีนพรัตน์ (สมาชิก ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง., 2563: สัมภาษณ์)

(3) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ป่าชุมชนบ้านตาเส็ด แหล่งท่องเที่ยวเชิงระบบนิเวศ เป็นป่าระบบนิเวศที่ชุมชนบ้านตาเส็ด ได้อนุรักษ์ไว้ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ป่าชุมชนแห่งนี้ มีความอุดมสมบูรณ์ และมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ตลอดทั้งปี ซึ่งปัจจุบันคนในชุมชนได้ร่วมกันสร้างเป็นป่าชุมชนท่องเที่ยวเชิงระบบนิเวศให้กับคนในชุมชน ในอำเภอ พื้นที่ใกล้เคียง ได้ศึกษาความอุดมสมบูรณ์ของพันธุ์ไม้ ชนิดต่าง ๆ และสัตว์ป่า เช่น อีกาน้ำ เห็ดป่าในช่วงฤดูฝน เป็นต้น (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.3 กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง

(1) ประวัติความเป็นมา บ้านสำโรงเกียรติ จัดตั้งเป็นหมู่บ้านเมื่อปี 2378 คือราว 155 ปีมาแล้ว จากหลักฐานคือศาลหลักเมืองอยู่กลางหมู่บ้าน เดิมเป็นตำบลหนึ่งของ อำเภอกันทรลักษ์ ประชาชนส่วนใหญ่ อพยพมาจากบ้านสำโรงเก่า คำว่า “สำโรงเกียรติ” เกิดจากคำพื้นบ้าน 2 คำรวมกัน เมื่อก่อนนี้ในหมู่บ้านมีต้นสำโรงใหญ่อยู่ต้นหนึ่ง และมีหนองน้ำอยู่กลางหมู่บ้าน ชื่อหนองเกียรติ ในหนองนี้เต็มไปด้วยผักตบชวา ภาษาพื้นบ้านเรียกว่า “ตราวเกียรติ” คนทั่วไปจึงเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านสำโรงเกียรติ” ต่อมาปี 2498 ทางราชการได้จัดตั้ง กิ่งอำเภอขุนหาญขึ้นโดยมี นายรักษาสัตย์ เป็นหัวหน้ากิ่งคนแรก ตำบลสำโรงเกียรติจึงถูกยุบมาเป็นบ้านสำโรงเกียรติ ทางราชการประกาศจัดตั้งเป็นหมู่บ้าน ป.ป.ต. เมื่อปี 2521 เป็นหมู่บ้าน อ.พ.ป. เมื่อปี 2522 (ตัวแทนผู้นำ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(2) วัฒนธรรม ภาษาเขมรเป็นภาษาถิ่นโดยชนเผ่าเขมร ได้รับอิทธิพลทางการเมืองและวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ของเขมรได้ขยายเข้าสู่ดินแดนจังหวัดศรีสะเกษ ในสมัยเขมรพระนคร (พุทธศตวรรษที่ 16-18) การแต่งกาย ลักษณะการแต่งกายของคนพื้นเมืองเขมร ชายแต่งกายด้วยเสื้อคอกลม ผ้าหน้า นุ่งโสร่งสีสันทันต่าง ๆ ผ้าขาวม้าคาดเอวหรือคล้องไหล่ ผ้าขาวม้าที่ใช้ลายขาวดำเล็กกว่าที่คนพื้นเมืองลาวใช้ ส่วนผู้หญิงจะแต่งกายด้วยการนุ่งผ้าถุงลายตั้ง มีเชิงตามขวางสองชั้น ชั้นบนกว้าง ชั้นล่างแคบ ระหว่างรอยต่อคาดด้วยสีแดง เสื้อดำย้อมด้วยมะเกลือ แขนกระบอกรัดรูป ตามรอยตะเข็บปักด้วยสีต่าง ๆ ชายเสื้อผ้าทั้งสองด้าน ยาวประมาณ 6 นิ้ว กระดุมทำด้วยเงิน ผ้าคล้องไหล่มีสีสันทันต่าง ๆ ผ้าคล้องคอนิยมหย่อนชายผ้าขาวมาข้างหน้า ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ที่สำคัญของชุมชน ประเพณีวันสารทไทย (บุญเดือน 10) ประเพณีป้อนข้าวพระจันทร์ ประเพณีวันออกพรรษา ประเพณีทำบุญเจดีย์ข้าวเปลือก ประเพณีเล่นแม่มด/รำแม่มด ประเพณีเซ่นปู่ตา /ประเพณีแซนโดนตาหรือสารทเขมรอชิพของชาวบ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ปลูกพืชหลายชนิด เช่น ทำนา ทำสวนผลไม้ ยางพารา ปลูกปาล์มน้ำมัน ทำสวนผลไม้หลากหลายชนิด สถานที่รวมจิตใจของหมู่บ้านคือ วัดสำโรงเกียรติ (หลวงพ่อดาต่น) เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์มีพื้นที่ 11 ไร่ 3 งาน 60 ตารางวา (ตัวแทนผู้นำ ค., 2563: สัมภาษณ์)

(3) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว บ้านสำโรงเกียรติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัดสำโรงเกียรติ เป็นศูนย์รวมจิตใจของสมาชิกในชุมชน บุชาสักการะ หลวงพ่อดาต่น เป็นพระประจำหมู่บ้าน บริเวณใกล้เคียง มีน้ำตกสำโรงเกียรติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ตัวแทนผู้นำ ค., 2563: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.4 กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

(1) ประวัติความเป็นมา บ้านช้างเหล็ก เริ่มมีการก่อตั้งหมู่บ้านขึ้นเมื่อปี 2511 โดยเริ่มแรกทีเดียว ได้มีครอบครัวของ นายวัง กุดาโส ได้พากันอพยพมาจากจังหวัดอุบลราชธานี แล้วได้ทำการตั้งรกรากบ้านเรือนและได้ทำอาชีพเกษตรกรรมเพื่อเลี้ยงครอบครัว เนื่องจากเห็นว่าพื้นที่ทำการเกษตรนั้นมีลักษณะมีน้ำซับหรือ น้ำขำ ตามภาษาของคนอีสาน ประกอบกับมีต้นขี้เหล็กขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้พากันตั้งชื่อหมู่บ้านตามลักษณะภูมิประเทศว่า บ้านช้างเหล็ก ซึ่งมีความหมายว่า ถิ่นที่มีน้ำซึมและต้นขี้เหล็กเป็นจำนวนมาก สมาชิกในชุมชนส่วนมากได้ทำการอพยพหรือย้ายถิ่นฐานมาจากจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดยโสธร จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น เพื่อมาทำอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากเห็นว่าดินมีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก เหมาะกับการทำไร่ ทำสวน เป็นอย่างยิ่ง โดยในระยะเริ่มแรกที่ได้พากันอพยพมาตั้งถิ่นฐานนั้นอาชีพเกษตรกรรมที่ทำได้แก่ ทำไร่ข้าวโพด ทำไร่มันสำปะหลัง เป็นต้น เมื่อปี 2528 นายแสวง ศรียา ได้เริ่มนำทุเรียนพันธุ์หมอนทอง มาทดลองปลูกจำนวน 100 ต้น แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากการขาดองค์ความรู้เรื่องการปลูกทุเรียน จึงได้ศึกษาและทำการปลูกใหม่ ปรากฏว่าประสบความสำเร็จ จึงได้มีชาวบ้านจำนวนหนึ่งลงขันมาปลูกผลไม้อย่างอื่นลองดู เช่น เงาะ มังคุด ลองกอง สะตอ ฝรั่ง พารา ฯลฯ และได้ผลผลิตเป็นที่น่าพอใจ โดยมี นายขำ บัวดก ผู้ใหญ่บ้านคนแรก ได้ผลักดันโครงการต่าง ๆ จากรัฐ เพื่อช่วยเหลือชาวสวน จนมาถึงปัจจุบันที่มี นายธนภุต พรหมจันทร์ ผู้ใหญ่บ้านช้างเหล็กและกำนันตำบลพราน ยังได้มีการผลักดันโครงการต่าง ๆ จากทางราชการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเจริญและเข้มแข็งให้กับชุมชน (ตัวแทนผู้นำ ต., 2563: สัมภาษณ์)

(2) วัฒนธรรม ภาษาพื้นถิ่นที่ใช้ เป็นภาษาลาว การแต่งกายชนเผ่าลาว เสื้อผ้าฝ้ายสีขาว สไบสีฟ้า ผ้าถุงสีฟ้า มีวัดบ้านช้างเหล็กเป็นศูนย์รวมจิตใจของสมาชิกในหมู่บ้าน มีประเพณีสู่ขวัญทุเรียน บายศรีทุเรียน ก่อนเริ่มฤดูกาลผลไม้ เพื่อเป็นสิริมงคลในการค้าขายของสมาชิกในหมู่บ้าน มีการรำด้อนเริ่มก่อนเปิดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้สมาชิกในชุมชนแต่งกายใส่ชุดชนเผ่าลาว (ตัวแทนผู้นำ ต., 2563: สัมภาษณ์)

(3) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว บ้านช้างเหล็ก เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีพื้นที่ประมาณ 2,500 ไร่ สมาชิกในชุมชนร้อยละ 90 เป็นชาวสวน ขยายผลผลิตในสวนของตนเอง ผลไม้ที่ขึ้นชื่อของชุมชนคือ ทุเรียน เงาะ มังคุด สตอ หรือที่เรียกว่า ทุเรียนภูเขาไฟ (ตัวแทนผู้นำ ต., 2563: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.5 กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

4.2 ข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลชุมชน โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ตัวแทนผู้ประกอบการ จำนวน 5 สมาชิกในชุมชน จำนวน 5 คน และตัวแทนจากภาครัฐ จำนวน 3 คน โดยพิจารณาในด้านการบริหารจัดการ การตลาด การบริการ และการเข้าถึงแหล่งเงิน ซึ่งนำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

4.2.1 ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว (McKinsey 7-s Framework)

4.2.2 ด้านการตลาด (Marketing Mix 7P's)

4.2.3 ด้านการบริการ (Parasuraman et al. 1990)

4.2.4 ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน (World Bank)

4.2.1 ด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.2 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1 ชุมชน ในด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านซำชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. โครงสร้างชุมชน (Structure)										
1.1 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	
1.2 มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน		/		/		/		/		
1.3 มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน		/		/		/		/		
1.4 ชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	/		/		/		/		/	
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)										
2.1 มีการประชุมวางแผนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
2.2 ใช้มติที่ประชุมในการตัดสินใจ	/		/		/		/		/	
3. ระบบการทำงาน (Systems)										
3.1 มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
3.2 มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ		/		/		/		/		
3.3 คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	/		/		/		/		/	
3.4 มีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น		/		/		/		/		
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)										
4.1 นำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น	/		/		/		/		/	
4.2 คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน	/		/		/		/		/	
4.3 สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5. บุคลากร (Staff)										
5.1 ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการสิ่งที่ไม่ดีต่อศีลธรรม	/		/		/		/		/	
5.2 คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.2 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1 ชุมชน ในด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework (ต่อ)

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
5.3 มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชนผู้ประกอบการ	/		/		/		/		/	
6. ทักษะความสามารถ (Skills)										
6.1 มีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ	/		/		/		/		/	
6.2 มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น	/		/		/		/		/	
6.3 ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)										
7.1 ชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	/		/		/		/		/	
7.2 ค่านิยมร่วมของชุมชนเป็นไปในทิศทางที่อำนวยความสะดวกและให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7.3 มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ		/		/		/	/		/	

จากตารางที่ 4.2 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริหารจัดการจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้นำชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ก., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี แต่ไม่มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน ชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้นำชุมชนมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ใช้มติที่ประชุมในการตัดสินใจ

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้นำไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ แต่คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้นำชุมชนนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้นำชุมชนยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้นำชุมชนมีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำชุมชนชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมร่วมของชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คืออำนวยความสะดวกและให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้นำชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ไม่มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน แต่ชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้นำไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ แต่คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ชุมชนไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้นำชุมชนนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้นำชุมชนยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้นำชุมชนมีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำชุมชนชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ของชุมชนเป็นไปในทิศทางที่อำนวยความสะดวกและให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแล และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้นำชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ไม่มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน ชุมชนไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้นำไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการแต่คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ชุมชนไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับรายจ่าย ของคณะกรรมการ

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้นำชุมชนนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำเนิ่งถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้นำชุมชนยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้นำชุมชนมีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำชุมชนชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมร่วมของชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คืออำนวยความสะดวกและให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแล และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้นำชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน ชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้นำชุมชนมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ใช้มติที่ประชุมในการตัดสินใจ

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้นำไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้นำชุมชนนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้นำชุมชนยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้นำชุมชนมีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำชุมชนชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมร่วมของชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คืออำนวยความสะดวกและให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแล และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ

ชุมชนที่ 5 บ้านซำฮีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้นำชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน ชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้นำชุมชนมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ใช้มติที่ประชุมในการตัดสินใจ

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้นำไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย ของคณะกรรมการ คณะกรรมการมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการประชุมหลังกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้น

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้นำชุมชนนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุมชน พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้นำชุมชนยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม คัดเลือกคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้กับสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้นำชุมชนมีทีมงานที่มีความชำนาญในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ มีทีมงานที่มีความชำนาญพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ชุมชนได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำชุมชนชุมชนมีอุดมการณ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมร่วมของชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คืออำนวยความสะดวกและบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการปลูกฝังค่านิยมในการดูแล และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประจำ

ตารางที่ 4.3 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1 ชุมชน ในด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลกุดฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. โครงสร้าง (Structure)										
ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่ท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)										
2.1 ในการเดินทางมีป้ายบอกทางมาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	
2.2 ชุมชนได้มีกิจกรรมต้อนรับท่าน	/		/		/		/		/	
2.3 ชุมชนได้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับท่าน	/		/		/		/		/	
3. ระบบการทำงาน (Systems)										
3.1 ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อง่าย	/		/		/		/		/	
3.2 มีความสะดวกในการประสานงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีหรือไม่	/		/		/		/		/	
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)										
4.1 มีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวกท่าน	/		/		/		/		/	
4.2 มีแผนที่การท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
4.3 มีกำหนดการท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
5. บุคลากร (Staff)										
ในกิจกรรมการท่องเที่ยวมีผู้ให้บริการและดูแลท่านเพียงพอ	/		/		/		/		/	
6. ทักษะความสามารถ (Skills)										
6.1 มีมัคคุเทศก์น้อยในการนำเที่ยวและเล่าเรื่อง	/		/		/		/		/	
6.2 มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.3 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1 ชุมชน ในด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework (ต่อ)

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านข่า ชี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
6.3 มีผู้นำคอยเป็นผู้ประสานงานให้	/		/		/		/		/	
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)										
7.1 มีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับ และบริการท่านหรือไม่	/		/		/		/		/	
7.2 ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียวกันหรือไม่ เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.3 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริหารจัดการจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยว

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (นักท่องเที่ยว ฐ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ชุมชนมีป้ายบอกทางมา มีกิจกรรมต้อนรับมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อกันง่าย มีความสะดวกในการประสานงาน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก ไม่มีแผนการท่องเที่ยวหรือไม่ ไม่มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีศักยภาพน้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับ และให้บริการ ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียว เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (นักท่องเที่ยว ท., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ชุมชนมีป้ายบอกทางมา มีกิจกรรมต้อนรับมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อกันง่าย มีความสะดวกในการประสานงาน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก แต่ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยวหรือไม่ ไม่มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีศักยภาพน้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับและให้บริการ ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียว เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (นักท่องเที่ยว ฅ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ชุมชนมีป้ายบอกทางมา มีกิจกรรมต้อนรับมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อย่ง มีความสะดวกในการประสานงาน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยวหรือไม่ ไม่มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีศักยภาพน้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับและให้บริการ ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียว เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (นักท่องเที่ยว ฅ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) มีป้ายบอกทางมา ชุมชนมีกิจกรรมต้อนรับมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อย่ง มีความสะดวกในการประสานงาน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก มีแผนที่การท่องเที่ยวหรือไม่ มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีศักยภาพน้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับและให้บริการ ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียว เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (นักท่องเที่ยว ฅ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ชุมชนมีป้ายบอกทางมา มีกิจกรรมต้อนรับ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อง่าย มีความสะดวกในการประสานงาน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก มีแผนที่การท่องเที่ยวหรือไม่ มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีคฤศก์น้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับ และให้บริการชุมชนมีวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวด้านบริหารจัดการได้ ตามตารางที่ 4.3 สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ชุมชนมีแผนผังคณะกรรมการ ติดตั้งตามสถานที่ ทั้ง 5 ชุมชน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ชุมชนมีป้ายบอกทางมา มีกิจกรรมต้อนรับ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้ง 5 ชุมชน

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนมีสถานที่ที่ติดต่อง่าย มีความสะดวกในการประสานงาน ทั้ง 5 ชุมชน

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ชุมชนมีผู้นำชุมชนอำนวยความสะดวก ทั้ง 5 ชุมชน ชุมชนที่ 1-3 ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยวหรือไม่ และไม่มีกำหนดการท่องเที่ยว

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ชุมชนมีผู้ให้บริการและดูแลเพียงพอ ทั้ง 5 ชุมชน

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ชุมชนมีมีคฤศก์น้อยในการนำเที่ยว และเล่าเรื่อง มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า มีผู้นำเป็นผู้ประสานงาน ทั้ง 5 ชุมชน

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ชุมชนมีสมาชิกในชุมชนทุกคนร่วมกันต้อนรับ และให้บริการ ชุมชนมีวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น การแต่งกาย ความเชื่อ ทั้ง 5 ชุมชน

ตารางที่ 4.4 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1 คน/1 ชุมชน ในมิติด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านข่าขี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. โครงสร้าง (Structure)										
1.1 ท่านมีการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	
1.2 ท่านมีส่วนร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน	/		/		/		/		/	
1.3 มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน	/		/		/		/		/	
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)										
2.1 มีการร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
2.2 มีการวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว		/	/		/		/		/	
3. ระบบการทำงาน (Systems)										
3.1 มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว		/	/		/		/		/	
3.2 มีการทำบัญชีคุม รายรับ-รายจ่าย การขายสินค้า การบริการของท่าน	/		/		/		/		/	
3.3 ท่านมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวกและขายสินค้า	/		/		/		/		/	
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)										
4.1 มีการคำนวณต้นทุน-กำไร ในการขายสินค้า	/		/		/		/		/	
4.2 ท่านสามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5. บุคลากร (Staff)										
5.1 ท่านยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม	/		/		/		/		/	
5.2 ท่านมีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ของตนเองผ่านช่องทางออนไลน์		/	/		/		/		/	

ตารางที่ 4.4 สรุปวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1 คน/1 ชุมชน ในมิติด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework (ต่อ)

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผายาย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านข่าชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
5.3 ท่านได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำหน่วยงานภาครัฐ	/		/		/		/		/	
6. ทักษะความสามารถ (Skills)										
6.1 ท่านมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง	/		/		/		/		/	
6.2 มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องการบริหาร การขาย	/		/		/		/		/	
6.3 ท่านได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)										
ท่านได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแลประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริหารจัดการจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้ประกอบการมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่มีวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบริการชุมชน และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้ประกอบการไม่มีประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุมรายรับ-รายจ่าย การขายสินค้า การบริการ และมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และขายสินค้า

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการคำนวนถึงต้นทุน กำไรในการขายสินค้า ไม่มีการวางแผนการบริหารและจำหน่ายสินค้า ให้สัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ไม่ดีต่อศีลธรรม แต่ไม่มีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้ประกอบการมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้ประกอบการได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผายาย (ผู้ประกอบการ จ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้ประกอบการ มีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบริการชุมชน และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้ประกอบการไม่มีประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุมรายรับ-รายจ่าย การขายสินค้า การบริการ และมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และขายสินค้า

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการคำนวนถึงต้นทุน กำไรในการขายสินค้า ไม่มีการวางแผนการบริหารและจำหน่ายสินค้า ให้สัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ไม่ดีต่อศีลธรรม ไม่มีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้ประกอบการมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้ประกอบการได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ จ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้ประกอบการมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่มีวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบริการชุมชน และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้ประกอบการไม่มีประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีการทำบัญชีคุม รายรับรายจ่าย การขายสินค้า การบริการ ทานมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และขายสินค้า

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการคำนวณถึงต้นทุน กำไรในการขายสินค้า ไม่มีการวางแผนการบริหารและจำหน่ายสินค้า ให้สัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม ไม่มีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้ประกอบการมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องการบริหาร การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้ประกอบการได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักคอง (ผู้ประกอบการ ฉ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและได้ร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้ประกอบการมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบริการชุมชน และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้ประกอบการไม่มีประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุมรายรับ-รายจ่าย การขายสินค้า การบริการ และมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และขายสินค้า

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการคำนวณถึงต้นทุน กำไรในการขายสินค้า มีการวางแผนการบริหารและจำหน่ายสินค้า ให้สัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม มีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้ประกอบการมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องการบริหาร การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้ประกอบการได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ผู้ประกอบการมีการประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบริการชุมชน และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ผู้ประกอบการไม่มีประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการทำบัญชีคุมรายรับ-รายจ่าย การขายสินค้า การบริการ และมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการอำนวยความสะดวก และขายสินค้า

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการคำนวนถึงต้นทุน กำไรในการขายสินค้า สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม มีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ของตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ผู้ประกอบการมีความถนัดในการประกอบอาชีพของตนเอง มีทีมงานที่มีทักษะพิเศษหรือมีขีดความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้ประกอบการได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป

ตารางที่ 4.5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน/1 ชุมชน โดยสัมภาษณ์ด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านลำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. โครงสร้าง (Structure)										
1.1 ท่านมีการลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	
1.2 ท่านมีการร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน	/		/		/		/		/	
1.3 มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน	/		/		/		/		/	
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)										
2.1 ท่านได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน/1 ชุมชน โดยสัมภาษณ์ด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework (ต่อ)

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบล ภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านลำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
2.2 มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
2.3 ท่านได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม	/		/		/		/		/	
3. ระบบการทำงาน (Systems)										
3.1 มีการร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว		/		/		/		/		
3.2 ท่านสามารถช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
3.3 ท่านได้ร่วมต้อนรับ และบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว										
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)										
4.1 ท่านมีส่วนร่วมในการต้อนรับ หรือไม่	/		/		/		/		/	
4.2 ท่านมีส่วนร่วมในประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	
4.3 ท่านสามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5. บุคลากร (Staff)										
5.1 ท่านยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำการที่ขัดต่อศีลธรรม	/		/		/		/		/	
5.2 ท่านได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำหน่วยงานภาครัฐ	/		/		/		/		/	
6. ทักษะความสามารถ (Skills)										
6.1 มีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่น ในเรื่องการบริหาร การขาย		/		/		/	/		/	
6.2 ท่านได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)										
ท่านได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.5 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริหารจัดการจากการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

สมาชิกในชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและได้ร่วมตั้งกฎระเบียบกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) สมาชิกในชุมชนไม่มีการร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการทำงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้ร่วมต้อนรับ และให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการรื้อต้อนรับช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) สมาชิกในชุมชนได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรม ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) สมาชิกในชุมชนไม่มีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบทอด คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแกว้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผา (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและได้ร่วมตั้งกฎระเบียบกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) สมาชิกในชุมชนไม่มีการร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการทำงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้ร่วมต้อนรับ และให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการรื้อต้อนรับช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) สมาชิกในชุมชนได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรม ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) สมาชิกในชุมชนไม่มีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและได้ร่วมตั้งกฎระเบียบกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้ร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) สมาชิกในชุมชนไม่มีการร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการทำงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้ร่วมต้อนรับ และให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการรื้อต้อนรับช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) สมาชิกในชุมชนได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรม ได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) ไม่มีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่น ในเรื่องบริการ การขาย ได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) สมาชิกในชุมชนท่านได้ร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการทำงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านได้ร่วมต้อนรับ และบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการรื้อต้อนรับช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) สมาชิกในชุมชนได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรม และได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำ หน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) สมาชิกในชุมชนมีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่นในเรื่องการบริการ การขาย และได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป

ชุมชนที่ 5 บ้านซำฮีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ภู., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมลงมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และได้ร่วมตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

(2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประชุมเพื่อวางแผนก่อนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และร่วมตัดสินใจในการประชุม

(3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) สมาชิกในชุมชนได้ร่วมประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการทำงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือคณะกรรมการ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านได้ร่วมต้อนรับ และบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการร่าต้อนรับช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน ทุกฝ่าย ได้เป็นอย่างดี

(5) ด้านบุคลากร (Staff) สมาชิกในชุมชนได้ยึดถือระบบคุณธรรม จริยธรรม ไม่กระทำสิ่งที่ขัดต่อศีลธรรม และได้รับขวัญกำลังใจ จากผู้นำ หน่วยงานภาครัฐ

(6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) สมาชิกในชุมชนมีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่นในเรื่องการบริการ การขาย และได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดวัฒนธรรมในการดูแล ประเพณีให้สืบต่อ คงไว้ตลอดไป

ตารางที่ 4.6 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ที่เข้ามาดูแลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 3 คน ด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบแนวคิด McKinsey 7-s Framework

McKinsey 7-s Framework	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวได้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. โครงสร้าง (Structure)										
ท่านได้จัดประชุมเสนอ ให้ชุมชน แต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี แบ่งหน้าที่การทำงานให้ชัดเจน นำนโยบายของรัฐมาเสนอต่อชุมชน	/		/		/		/		/	
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)										
ท่านได้อบรมชุมชนให้รู้จักการทำแผน กระบวนการที่ได้มาซึ่งแผนการท่องเที่ยว แนะนำวิธีจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน	/		/		/		/		/	
3. ระบบการทำงาน (Systems)										
ท่านได้ร่วมวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยว ติดตามและประเมินผล กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ชุมชนได้จัดทำ	/		/		/		/		/	
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)										
ท่านมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นพี่เลี้ยงให้ชุมชน ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นกิจกรรม	/		/		/		/		/	
5. บุคลากร (Staff)										
มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ดูแล ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยทำเป็นคำสั่ง	/		/		/		/		/	
6. ทักษะความสามารถ (Skills)										
ท่านได้จัดกิจกรรมอบรม พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว พาไปชุมชนไปศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้	/		/		/		/		/	
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)										
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อย่างครบถ้วน	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ดูแลในด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ด้านบุคลากร (Staff) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) และด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ให้กับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอนาหวาย จังหวัดศรีสะเกษ ทุกหมู่บ้าน

ตารางที่ 4.7 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ด้านบริหารจัดการ ที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอนาหวาย

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว						
	Mckinsey 7-s Framework						
	Structure	Strategies	Systems	Style	Staff	Skills	Shared Values
ตัวแทนผู้นำชุมชน	V ₁ V ₂ V ₃ - การแบ่งหน้าที่ไม่ชัดเจน - ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน V ₃ ชุมชนไม่มีความสามัคคี	-	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅ - ชุมชนไม่มีการประเมินติดตามหลังจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว V ₁ V ₂ V ₃ - ผู้นำไม่ได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกรรมการ - ผู้นำไม่ประชุมหลังจัดกิจกรรมเพื่อปรับปรุง	-	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ - ไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการพัฒนาดูแลแหล่งท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยว	-	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ - ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยว - ไม่มีกำหนดการท่องเที่ยว	-	-	-
ผู้ประกอบการ	-	V ₁ V ₃ - ไม่มีแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับกิจกรรม	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅ - ไม่มีการประเมินติดตาม หลังจบกิจกรรม V ₃ - ผู้ประกอบการไม่คุมบัญชีรับ-จ่าย	V ₃ - ผู้ประกอบการมีการแบ่งพรรคพวก	V ₁ V ₂ V ₃ - ไม่มีสามารถขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์	-	-

ตารางที่ 4.7 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ด้านบริหารจัดการ ที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว						
	Mckinsey 7-s Framework						
	Structure	Strategies	Systems	Style	Staff	Skills	Shared Values
สมาชิกในชุมชน	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ - ไม่มีการประเมิน ติดตาม หลังจบกิจกรรม	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ - ไม่มีทีมงานที่มีความสามารถโดดเด่น	-
หน่วยงานภาครัฐ	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: V₁ บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน
V₂ บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย
V₃ บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง
V₄ บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง
V₅ บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สภาพปัญหาด้านการบริหารจัดการในมุมมองของตัวแทนผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชนและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ พบประเด็นที่สอดคล้องกับ McKinsey 7-s Framework ที่ชุมชนไม่ได้ปฏิบัติ ดังนี้

(1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) ผู้นำชุมชนแบ่งหน้าที่ไม่ชัดเจน และไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการไม่มีความสามัคคีและไม่มีแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรม

(2) ด้านระบบการทำงาน (Systems) ชุมชนไม่มีการประเมินติดตาม หลังจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำกิจกรรมไปปรับปรุง ทั้ง 5 ชุมชน ผู้ประกอบการไม่คุ้มбыรับ-จ่าย และ สมาชิกในชุมชนไม่ได้ประเมินผล ติดตามผลหลังจัดกิจกรรม

(3) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) ผู้ประกอบการมีการแบ่งพรรคพวก ชุมชนไม่มีแผนการท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวที่ชัดเจนให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

(4) ด้านบุคลากร (Staff) ผู้ประกอบการไม่สามารถขายของออนไลน์ได้

(5) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) สมาชิกในชุมชนไม่มีทีมงานที่มีทักษะโดดเด่น

(6) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ผู้นำไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการพัฒนาดูแลแหล่งท่องเที่ยว

4.2.2 ด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนจำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1 คน/1 ชุมชน
ในด้านการตลาด ภายใต้กรอบแนวคิด Marketing Mix 7Ps

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ชี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)										
มีประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่ม ลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร	/		/		/		/		/	
2. ด้านราคา (Price)										
มีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน		/		/		/		/		/
3. ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion)										
มีการสอนการทำ Ads การยิง โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมาก ขึ้นและง่ายขึ้น		/		/		/		/		/
4. ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place)										
ชุมชนมีถัง เป็นศูนย์รวมสินค้าของ ชุมชน		/		/		/		/		/
5. ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)										
มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและ ผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความ ช่วยเหลือแบบออนไลน์	/		/		/		/		/	
6. ด้านกระบวนการทางการตลาดกับ สินค้าและบริการ (Process)										
การส่งเสริมการขาย ท่านเข้าใจสินค้า ในชุมชนของท่านทุกตัว สามารถนำเสนอ สินค้าของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวได้	/		/		/		/		/	
7. ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)										
ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จาก ที่อื่น	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.8 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด ในมุมมองของตัวแทน ผู้นำชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้นำชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ก., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้นำมีการประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าเป็นใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภค

(2) ด้านราคา (Price) ผู้นำไม่มีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำไม่มีการสอนการทำ Ads การยิงโฆษณา ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้นและง่ายขึ้น

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ผู้นำไม่มีสิ่ง เป็นศูนย์รวมสินค้าของชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีผู้นำปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความช่วยเหลือแบบออนไลน์

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้นำมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวได้

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้นำชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผายาย (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้นำมีการประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าเป็นใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(2) ด้านราคา (Price) ผู้นำไม่มีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำไม่มีการสอนการทำ Ads การยิงโฆษณา ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้นและง่ายขึ้น

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ผู้นำไม่มีสิ่ง เป็นศูนย์รวมสินค้าของชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้นำมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความช่วยเหลือแบบออนไลน์

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้นำมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวได้

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้นำชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้นำมีการประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าเป็นใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(2) ด้านราคา (Price) ผู้นำไม่มีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำไม่มีการสอนการทำ Ads การยิงโฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้นและง่ายขึ้น

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ชุมชนไม่มีสิ่ง เป็นศูนย์รวมสินค้าของชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้นำไม่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความช่วยเหลือแบบออนไลน์

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้นำมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้นำชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

ชุมชนที่ 4 บ้านลำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้นำมีการประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(2) ด้านราคา (Price) ผู้นำมีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำสอนการทำ Ads การยิงโฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้นและง่ายขึ้น

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ชุมชนมีสิ่ง เป็นศูนย์รวมสินค้าของชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความช่วยเหลือแบบออนไลน์

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้นำมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

ชุมชนที่ 5 บ้านซำซี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้นำมีการประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน

(2) พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(3) ราคา (Price) ผู้นำมีการประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(4) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำมีการสอนการทำ Ads การยิงโฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้นและง่ายขึ้น

(5) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ชุมชนมีสิ่ง เป็นศูนย์รวมสินค้าของชุมชน

(6) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้นำมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ระหว่างการซื้อขาย หรือก่อนและหลังการขาย ให้ความช่วยเหลือแบบออนไลน์

(7) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้นำมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการขาย และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวได้

(8) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

ตารางที่ 4.9 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน ในด้านการตลาด ภายใต้กรอบแนวคิด Marketing Mix 7Ps

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผายาย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)										
1.1 ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์	/		/		/		/		/	
1.2 ท่านเลือกมาท่องเที่ยว ชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุน หาญ เพราะมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น	/		/		/		/		/	
2. ด้านราคา (Price)										
ราคาของผลิตภัณฑ์ชุมชน และ บริการ มีความเหมาะสม	/		/		/		/		/	
3. ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion)										
ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสาร กับท่านได้เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
4. ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place)										
4.1 สามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก	/		/		/		/		/	
4.2 ชุมชนมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
5. ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)										
มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและ อำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
6. ด้านกระบวนการทางการตลาดกับ สินค้าและบริการ (Process)										
ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มี กระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพ และสมบูรณ์แบบ	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.9 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน ในด้าน
การตลาด ภายใต้กรอบแนวคิด Marketing Mix 7Ps (ต่อ)

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
7. ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)										
7.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ	/		/		/		/		/	
7.2 ชุมชนมีการบริการด้วย ความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ ท่านรู้สึกสบายใจ ผ่อนคลายและมี กำลังใจ	/		/		/		/		/	
7.3 ชุมชนมีป้ายบอกทางบริการ ชัดเจน พบเจอได้ง่าย	/		/		/		/		/	
7.4 ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ของชุมชนน่าสนใจ อยากกลับมาจะ กลับมาใช้บริการอีกครั้ง	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.9 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดในมุมมองของ
นักท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยว

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (นักท่องเที่ยว ร.ฐ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความต้องการในการ
ซื้อผลิตภัณฑ์ และเลือกมาท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เพราะมี
อัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนมีราคาของผลิตภัณฑ์ และบริการ มีความเหมาะสม

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสารได้อย่าง
เข้าใจ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว
OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก และมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและอำนวยความสะดวก
ให้เป็นอย่างดี

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ชุมชนจัดกิจกรรม
การท่องเที่ยว มีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีแหล่งท่องเที่ยว สะอาด
สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ ชุมชนให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้รู้สึกสบายใจ

ผ่อนคลายและมีกำลังใจ มีป้ายบอกทางบริการชัดเจน พบเจอได้ง่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน น่าสนใจ อยากกลับมาจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (นักท่องเที่ยว พ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ และเลือกมาท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เพราะมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนมีราคาของผลิตภัณฑ์ และบริการ มีความเหมาะสม

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก และมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีแหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ ชุมชนให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้รู้สึกสบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ มีป้ายบอกทางบริการชัดเจน พบเจอได้ง่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน น่าสนใจ อยากกลับมาจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (นักท่องเที่ยว พ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถสร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ และที่เลือกมาท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เพราะมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนมีราคาของผลิตภัณฑ์ และบริการ มีความเหมาะสม

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก และมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีแหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ ชุมชนให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้รู้สึกสบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ มีป้ายบอกทางบริการชัดเจน พบเจอได้ง่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน น่าสนใจ อยากกลับมาจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง (นักท่องเที่ยว ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ และเลือกมาท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เพราะมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนมีราคาของผลิตภัณฑ์ และบริการ มีความเหมาะสม

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก และ มีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีแหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ ชุมชนให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้รู้สึกสบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ มีป้ายบอกทางบริการชัดเจน พบเจอได้ง่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน น่าสนใจ อยากกลับมาจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพวาน (นักท่องเที่ยว ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ และเลือกมาท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เพราะมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากที่อื่น

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนมีราคาของผลิตภัณฑ์ และบริการ มีความเหมาะสม

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ชุมชนมีการส่งเสริมการขาย ที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้สะดวก และ มีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) มีสมาชิกในชุมชน คอยบริการและอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีแหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย และนำใช้บริการ ชุมชนให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้รู้สึกสบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ มีป้ายบอกทางบริการชัดเจน พบเจอได้ง่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน น่าสนใจ อยากกลับมาจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ตารางที่ 4.10 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน ในด้าน
การตลาด ภายใต้กรอบแนวคิด Marketing Mix 7Ps

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบล พราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)										
ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย	/		/		/		/		/	
2. ด้านราคา (Price)										
ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน- กำไร ในการขาย	/		/		/		/		/	
3. ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับ ลูกค้า (Promotion)										
3.1 ผู้ประกอบการเรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ ง่ายขึ้น		/				/		/		
3.2 ผู้ประกอบการมีการเสนอ โปรโมชั่น เช่น การแจกคูโปง หรือ สะสมแต้ม		/		/		/		/		
4. ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place)										
4.1 ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่าย สินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
4.2 ผู้ประกอบการเปิดการขายผ่าน สื่อออนไลน์	/		/			/	/		/	
5. ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)										
5.1 ผู้ประกอบการมีการตอบ คำถาม และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า	/		/		/		/		/	
5.2 ผู้ประกอบการมีช่องทาง ติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟังปัญหาและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น		/		/		/	/		/	
6. ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้า และบริการ (Process)										
6.1 ผู้ประกอบการท่านมีเวลาจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	/		/		/		/		/	
6.2 ผู้ประกอบการมีช่องทางการ จองโปรแกรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.10 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน ในด้านการตลาด ภายใต้กรอบแนวคิด Marketing Mix 7Ps (ต่อ)

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบล พราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบัก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
7. ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)										
7.1 ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง	/		/		/		/		/	
7.2 ผู้ประกอบการ ร้านค้า มีการ แต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่า ใครทำงานอะไรเช่น ทีมงานร้านค้าใส่ หมวกคลุมผม ผ้ากันเปื้อน ทีมงาน คณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง	/		/		/		/		/	
7.3 ผู้ประกอบการบริการด้วย ความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกสบายใจ ผ่อนคลาย และมีกำลังใจ	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.10 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดในมุมมองของผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย
(2) ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน – กำไร ในการขาย
(3) ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้ประกอบการไม่ได้เรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ง่ายขึ้น และไม่มีการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูปอง หรือ สะสมแต้ม

(4) ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ผู้ประกอบการเปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้ประกอบการมีการตอบคำถาม และแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า แต่ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟัง ปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้ประกอบการทันท่วงทีเวลา จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง ร้านค้า มีการแต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่าใครทำงาน

อะไรเช่น ทีมงานร้านค้าใส่หมวกคลุมผม ผ่ากันเปื้อน ทีมงานคณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง และมีการบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึก สบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (ผู้ประกอบการ ง., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน – กำไร ในการขาย

(3) ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้ประกอบการไม่ได้เรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ง่ายขึ้น และไม่มีการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูปอง หรือ สละสลิ่ม

(4) ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการเปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้ประกอบการมีการตอบคำถาม และแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า แต่ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟัง ปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้ประกอบการทันท่วงทีเวลา จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง ร้านค้า มีการแต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่าใครทำงาน อะไรเช่น ทีมงานร้านค้าใส่หมวกคลุมผม ผ่ากันเปื้อน ทีมงานคณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง และมีการบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึก สบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ จ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน – กำไร ในการขาย

(3) ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้ประกอบการไม่ได้เรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ง่ายขึ้น และไม่มีการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูปอง หรือ สละสลิ่ม

(4) ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่ไม่เปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้ประกอบการมีการตอบคำถาม และแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า แต่ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟัง ปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้ประกอบการทันท่วงทีเวลา จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง ร้านค้า มีการแต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่าใครทำงาน อะไรเช่น ทีมงานร้านค้าใส่หมวกคลุมผม ผ่ากันเปื้อน ทีมงานคณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง และมีการบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึก สบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง (ผู้ประกอบการ ฉ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย
(2) ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน – กำไร ในการขาย
(3) ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้ประกอบการได้เรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ง่ายขึ้น และมีการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูโปง หรือ สะสมแต้ม

(4) ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการเปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้ประกอบการมีการตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และผู้ประกอบการมีช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟังปัญหา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้ประกอบการทันท่วงทีเวลา จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง ร้านค้า มีการแต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่าใครทำงานอะไร เช่น ทีมงานร้านค้าใส่หมวกคลุมผม ผ่ากันเปื้อน ทีมงานคณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง และมีการบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึก สบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย
(2) ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการมีการคำนวณต้นทุน – กำไร ในการขาย
(3) ด้านวิธีการที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้ประกอบการได้เรียนยิง Ads โฆษณา ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชนได้ง่ายขึ้น และมีการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูโปง หรือ สะสมแต้ม

(4) ด้านสถานที่ที่จะกระจายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้า อยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการเปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านคนขายปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้ประกอบการมีการตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า และผู้ประกอบการมีช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อรับฟังปัญหา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) ด้านกลไกทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ผู้ประกอบการทันท่วงทีเวลา จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และผู้ประกอบการมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ผู้ประกอบการแต่งตัวเหมาะสม มีอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง ร้านค้า มีการแต่งกาย ให้นักท่องเที่ยวแยกแยะได้ว่าใครทำงานอะไร เช่น ทีมงานร้านค้าใส่หมวกคลุมผม ผ่ากันเปื้อน ทีมงานคณะกรรมการสวมเสื้อสีเหลือง และมีการบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึก สบายใจ ผ่อนคลายและมีกำลังใจ

ตารางที่ 4.11 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกที่อาศัยในชุมชนแต่ไม่มีส่วนได้เสียในชุมชน จำนวน 5 คน
โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน โดยสัมภาษณ์ด้านตลาด ตามแนวคิด Marketing
Mix เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบัก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)										
ท่านมีส่วนร่วมในการประชุมวางแผน วิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์		/		/		/		/		/
2. ด้านราคา (Price)										
มีส่วนร่วมในการลงมติประชุม ตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไป ในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน		/		/		/		/		/
3. ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion)										
ท่านช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ	/		/		/		/		/	
4. ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place)										
บริเวณบ้านท่านสามารถ ทำเป็นที่ จอดรถของนักท่องเที่ยวได้	/		/		/		/		/	
5. ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)										
7.1 ท่านสามารถตอบคำถาม และ ข้อสงสัยของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเขิน และรวดเร็ว	/		/		/		/		/	
7.2 ท่านมีความใส่ใจและระมัดระวัง ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
6. ด้านกระบวนการทางการตลาดกับ สินค้าและบริการ (Process)										
ท่านมีส่วนร่วมให้บริการในชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความ เต็มใจ	/		/		/		/		/	
7. ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)										
7.3 มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ ของชุมชนในการให้บริการ	/		/		/		/		/	
7.4 ท่านมีส่วนร่วมในบทบาทการ เป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.11 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดในมุมมองของ สมาชิกใน
ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้
สมาชิกในชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชนมีการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถสมาชิกในชุมชน ทำเป็นที่จอดรถของนักท่องเที่ยวได้

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัยของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเงิน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจและกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) สมาชิกในชุมชนมีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ และมีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผ้าย (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) สมาชิกในชุมชน ไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชน มีการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถทำเป็นที่จอดรถของนักท่องเที่ยวได้

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัยของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเงิน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจและกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) ท่านมีความใส่ใจและกระตือรือร้น และมีส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) ท่านมีความใส่ใจและกระตือรือร้น มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ และมีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชนมีการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถ ทำเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัยของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเงิน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจและกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) สมาชิกในชุมชนมีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ มีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ภู., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชนมีการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถ ทำเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัยของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเงิน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจและกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีการแต่งกายตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ และมีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ภู., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชนมีการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถ ทำเป็น ที่จอดรถของนักท่องเที่ยวได้

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัย ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเจน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจ และกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) สมาชิกในชุมชนมี ส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ

(7) ด้านประสปการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) สมาชิกในชุมชนมีการแต่งกาย ตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ มีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนด้านการตลาดได้ ตามตารางที่ 4.11 สามารถสรุป ภาพรวมได้ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนที่ 1-5 สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการประชุม วางแผนวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบแบรนด์

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนที่ 1-3 สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้ง ราคาของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งชุมชน

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) สมาชิกในชุมชนมีการช่วยประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านสื่อต่าง ๆ ครอบคลุมชุมชน

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) บริเวณบ้านของสมาชิกในชุมชนสามารถ ทำเป็น ที่จอดรถของนักท่องเที่ยวได้ ครอบคลุมชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม และข้อสงสัย ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดเจน และรวดเร็ว และมีความใส่ใจ และกระตือรือร้น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ครอบคลุมชุมชน

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) สมาชิกในชุมชนมี ส่วนร่วมให้บริการในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยความเต็มใจ ครอบคลุมชุมชน

(7) ด้านประสปการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) สมาชิกในชุมชนมีการแต่ง กายตามอัตลักษณ์ของชุมชนในการให้บริการ มีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับชุมชน ครอบคลุมชุมชน

ตารางที่ 4.12 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน/ 5 ชุมชน โดย สัมภาษณ์ด้านตลาด ตามแนวคิด Marketing Mix เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

Marketing Mix	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน	บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7	บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6	บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8	บ้านชำ ชี้เหล็ก
---------------	-------------------------------------	-----------------------------------	-------------------------	-----------------------------------	--------------------

			ตำบลภูฝ้าย		ตำบลบก ดอง		ตำบลบักดอง		หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)										
ท่านจัดมีประชุมวางแผนวิเคราะห์ กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบ แบบไหน พฤติกรรมบริโภค	/		/		/		/		/	
2. ด้านราคา (Price)										
ท่านร่วมประชุมตั้งราคากลาง ของสินค้า ให้เป็นไปในรูปแบบ เดียวกันทั้งชุมชน		/		/		/		/		/
3. ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion)										
ท่านจัดอบรมสอนการทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้ กับชุมชน	/		/		/		/		/	
4. ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place)										
ท่านร่วมกับชุมชน เลือกสถานที่ เป็นจุดเช็กอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP	/		/		/		/		/	
5. ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)										
ท่านจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับ ชุมชน	/		/		/		/		/	
6. ด้านกระบวนการทางการตลาด กับสินค้าและบริการ (Process)										
เข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถ อธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้	/		/		/		/		/	
7. ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)										
มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิด หมู่บ้าน ตามโครงการชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.12 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดในมุมมองของ ตัวแทน
หน่วยงานภาครัฐ ที่เข้ามาสนับสนุน ดูแล ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน
ได้ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ต., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หน่วยงานภาครัฐได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์
กลุ่มลูกค้า พฤติกรรมบริโภค

- (2) ด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า
 - (3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน
 - (4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือกสถานที่เป็นจุดเช็กอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP
 - (5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน
 - (6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐเข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้
 - (7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
- ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ถ., 2563: สัมภาษณ์)
- (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร
 - (2) ด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า
 - (3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน
 - (4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือกสถานที่เป็นจุดเช็กอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP
 - (5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน
 - (6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐเข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้
 - (7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
- ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ท., 2563: สัมภาษณ์)
- (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร
 - (2) ด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า
 - (3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน
 - (4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือกสถานที่เป็นจุดเช็กอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐ เข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ต. 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(2) ด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำ สื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือก สถานที่ที่เป็นจุดเช็คอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐ เข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ถ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร

(2) ด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำ สื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือก สถานที่ที่เป็นจุดเช็คอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐ เข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้

(7) ด้านประสพการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence) มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาดได้ ตามตารางที่ 4.12 สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้มีการจัดประชุมวางแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความชอบแบบไหน พฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างไร ครบทุกชุมชน

(2) ด้านราคา (Price) ชุมชนที่ 1-5 หน่วยงานภาครัฐไม่มีส่วนร่วมประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมสอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้กับชุมชน ครบทุกชุมชน

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกับชุมชน เลือกสถานที่ที่เป็นจุดเช็กอิน และที่จำหน่ายสินค้า OTOP ครบทุกชุมชน

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการ และการต้อนรับให้กับชุมชน ครบทุกชุมชน

(6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) หน่วยงานภาครัฐเข้าใจสินค้าของชุมชน สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ ครบทุกชุมชน

(7) ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ (Physical Evidence)มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ครบทุกชุมชน

ตารางที่ 4.13 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ด้านตลาด ที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการตลาด						
	Marketing Mix						
	Product	Price	Promotion	Place	People	Process	Physical Evidence

ตัวแทนผู้นำชุมชน	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้นำไม่ประชุมตั้งราคากลาง	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้นำไม่มีการสอนทำ Ads ทำยิงโฆษณา	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนไม่มีคลังกระจายสินค้า	V ₃ -ผู้นำไม่มีปฏิสัมพันธ์ก่อน-หลังการขาย	-	-
นักท่องเที่ยว	V ₃ -กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	-	-	-	-	-	-
ผู้ประกอบการ	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้ประกอบการไม่มีการยิง Ads - ผู้ประกอบการไม่มีการเสนอโปรโมชั่น	V ₃ - ผู้ประกอบการไม่เปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์	V ₁ V ₂ V ₃ - ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางรับฟังปัญหา	-	-
สมาชิกในชุมชน	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅ -สมาชิกในชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และออกแบบแบรนด์เอง	V ₁ V ₂ V ₃ - สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า	-	-	-	-	-
หน่วยงานภาครัฐ	-	V ₁ V ₂ V ₃ - ภาครัฐไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: V₁ บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน
V₂ บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย
V₃ บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง
V₄ บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง
V₅ บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

จากตารางที่ 4.13 พบว่า สภาพปัญหาด้านการตลาดในมุมมองของตัวแทนผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชนและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ พบประเด็นที่สอดคล้องกับ Marketing Mix ที่ชุมชนไม่ได้ปฏิบัติ ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ สมาชิกในชุมชนไม่ได้วิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และ ออกแบบ แบรนด์เอง

(2) ด้านราคา (Price) ผู้นำไม่ประชุมตั้งราคากลาง สมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า และภาครัฐไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

(3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) ผู้นำไม่มีการสอนทำ Ads ทำยิงโฆษณาผู้ประกอบการไม่ได้ยิง Ads และไม่มีการเสนอโปรโมชั่น

(4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) ชุมชนไม่มีถัง กระจายสินค้า และผู้ประกอบการไม่เปิดการขายผ่านสื่อออนไลน์

(5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) ผู้นำไม่มีปฏิสัมพันธ์ก่อน-หลังการขายและผู้ประกอบการไม่มีช่องทางรับฟังปัญหา

4.2.3 ด้านการบริการ

ตารางที่ 4.14 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรงเกียรดิ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำหลัก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านความเชื่อถือ (reliability)										
ชุมชนท่องเที่ยวของท่าน มีศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้	/		/		/		/		/	
2. ด้านการตอบสนอง (responsive)										
2.1 ท่านมีความพร้อมในการให้บริการ	/		/		/		/		/	
2.2 ท่านมีความสามารถประสานงานและบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้	/		/		/		/		/	
3. ด้านความสามารถ (competency)										
3.1 ท่านสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้		/		/		/	/		/	
3.2 ท่านสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวได้	/		/		/		/		/	
4. ด้านการเข้าถึงบริการ (access)										

ตารางที่ 4.14 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
4.1 ชุมชนของท่านมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง	/		/		/		/		/	
4.2 ท่านมีเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม	/		/		/		/		/	
4.3 ชุมชนของท่านมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป	/		/		/		/		/	
5. ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)										
5.1 ท่านมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5.2 ท่านมีการแต่งกายที่สะอาด เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	/		/		/		/		/	
6. ด้านการสื่อสาร (communication)										
6.1 ท่านสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนท่านได้	/		/		/		/		/	
6.2 ชุมชนของท่านมีมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7. ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)										
ชุมชนของท่านชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ	/		/		/		/		/	
8. ด้านความมั่นคง (security)										
8.1 ชุมชนของท่านมีการคัดกรองโควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว		/		/		/	/		/	
8.2 ชุมชนของท่านมีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว		/		/		/	/		/	
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)										
ชุมชนของท่านมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ และสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.14 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ข้าเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
10. ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)										
10.1 ผู้นำมีการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.2 ผู้นำมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.3 ผู้นำมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.14 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ ในมุมมองของตัวแทนผู้นำชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้นำชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ก., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้นำมีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการสามารถประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้นำไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งผู้นำบริหารเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และชุมชนมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ทาทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้นำสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และชุมชนมีมีคฤศณ์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสัตย์ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้นำสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) มีผู้นำมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผาฝ้าย (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้นำมีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการสามารถประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้นำไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งผู้นำบริหารเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และชุมชนมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้นำสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และชุมชนมีมีคฤหาสน์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้นำสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) มีผู้นำมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักคอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้นำมีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการสามารถประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้นำไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งผู้บริหารเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และชุมชนมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้นำสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และชุมชนมีมีคฤศุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสื่อสัตย์ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้นำสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) มีผู้นำมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักคอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้นำมีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการสามารถประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้นำสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ และสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งผู้บริหารเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และชุมชนมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้นำสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และชุมชนมีมีคฤศุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสื่อสัตย์ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนมีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้นำสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) มีผู้นำมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 5 บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่น ๆ ได้

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้นำมีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการสามารถประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นได้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้นำสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ และสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งผู้นำบริหารเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และชุมชนมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้นำสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และชุมชนมีมีคฤหาสน์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสัตย์ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนมีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและมีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้นำสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) มีผู้นำมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ตารางที่ 4.15 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ข้าเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านความเชื่อถือ (reliability)										
ท่านมีความเชื่อมั่นในศักยภาพ ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย	/		/		/		/		/	
2. ด้านการตอบสนอง (responsive)										
2.1 ชุมชนมีความพร้อมในการ ให้บริการ	/		/		/		/		/	
2.2 ชุมชนให้การบริการด้วยการ ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ	/		/		/		/		/	
3. ด้านความสามารถ (competency)										
3.1 ชุมชนมีมัคคุเทศก์น้อยที่ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ต่างชาติได้		/		/		/		/		
3.2 ชุมชนมีการอธิบายถึงแหล่ง ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ	/		/		/		/		/	
4. ด้านการเข้าถึงบริการ (access)										
4.1 ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรม ที่สะดวกต่อการเดินทาง	/		/		/		/		/	
4.2 ชุมชนมีจุดอำนวยความสะดวกให้ ติดต่อได้สะดวก		/		/		/		/		
4.3 ชุมชนมีระเบียบขั้นตอน กิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	/		/		/		/		/	
4.4 ชุมชนมีเวลาจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวที่เหมาะสม	/		/		/		/		/	
4.4 ชุมชนมีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป	/		/		/		/		/	
5. ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)										
5.1 ชุมชนมีส่วนร่วมในการ ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับ เป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5.2 ชุมชนมีการแต่งกายที่ สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.15 ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ด้านการบริการตามนำแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวได้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
6. ด้านการสื่อสาร (communication)										
6.1 ชุมชนมีผู้ที่คอยอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้	/		/		/		/		/	
6.2 ชุมชนมีมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
7. ด้านความเชื่อถือ (credibility)										
ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ		/		/		/		/		/
8. ด้านความมั่นคง (security)										
8.1 ชุมชนมีการคัดกรองโควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
8.2 ชุมชนมีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)										
ชุมชนชุมชนมีตัวแทนการแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ	/		/		/		/		/	
10. ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)										
10.1 ชุมชนให้ความสนใจ ดูแล และเอาใจใส่ อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีให้กับท่าน	/		/		/		/		/	
10.2 ชุมชนเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.3 ชุมชนจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.15 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ ในมุมมองของนักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยว

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (นักท่องเที่ยว ฐ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ชุมชนให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ชุมชนไม่มีมีบุคคลที่น้อยที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่ตัวแทนของชุมชนอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวกให้ติดต่อที่สะดวก แต่มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง มีระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ชุมชนมีตัวแทนในการอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและมีมีบุคคลที่น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ชุมชนมีตัวแทนการแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ชุมชนให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่อำนวยความสะดวก เป็นอย่างดีให้กับท่าน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผาฝ้าย (นักท่องเที่ยว ท., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ชุมชนให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ไม่มีมีบุคคลที่น้อยที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่ตัวแทนของชุมชนอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวกให้ติดต่อที่สะดวก แต่มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง มีระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ชุมชนมีตัวแทนในการอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและมีมีคฤศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสื่อดี (credibility) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ชุมชนมีตัวแทนการแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ชุมชนให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่อำนวยความสะดวก เป็นอย่างดีให้กับท่าน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (นักท่องเที่ยว ฅ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ชุมชนให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ไม่มีมีคฤศก์น้อยที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่ตัวแทนของชุมชนอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวก แต่มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง มีระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน มีเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ชุมชนมีตัวแทนในการอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและมีมีคฤศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสื่อดี (credibility) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ชุมชนมีตัวแทนการแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ชุมชนให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่อำนวยความสะดวก เป็นอย่างดีให้กับท่าน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง (นักท่องเที่ยว ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ชุมชนให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ชุมชนมีมีคฤเทศก์น้อยที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนมีจุดอำนวยความสะดวกให้ติดต่อที่สะดวก แต่มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง มีระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดีและแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ชุมชนมีตัวแทนในการอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและมีมีคฤเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

(7) ด้านความสัตย์ (credibility) ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนมีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว และมีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ชุมชนมีตัวแทนการแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ชุมชนให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่อำนวยความสะดวก เป็นอย่างดีให้กับท่าน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 5 บ้านซำเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (นักท่องเที่ยว ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ชุมชนให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ชุมชนมีมีคฤเทศก์น้อยที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ชุมชนให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่ อำนวยความสะดวก เป็นอย่างดีให้กับท่าน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ตารางที่ 4.16 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน
 ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางใน
 การสัมภาษณ์

[illegible]

ตารางที่ 4.16 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1 คน/1ชุมชน
 ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการ
 สัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
3.1 ท่านสามารถสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติได้		/		/		/		/		/
3.2 ท่านสามารถอธิบายถึงแหล่ง ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ	/		/		/		/		/	
4. ด้านการเข้าถึงบริการ (access)										
4.1 ท่านมีส่วนร่วมในการจัด สถานที่ จัดกิจกรรม	/		/		/		/		/	
4.2 ท่านมีส่วนร่วมในกอง อำนวยการให้นักท่องเที่ยวติดต่อ ได้สะดวก		/		/		/		/		/
4.3 ท่านแบ่งเวลาจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	/		/		/		/		/	
4.4 ท่านมีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป	/		/		/		/		/	
5. ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)										
5.1 ท่านมีส่วนร่วมในการต้อนรับ นักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและ การพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี			/		/		/		/	
5.2 ท่านมีการแต่งกายที่สะอาด เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	/		/		/		/		/	
6. ด้านการสื่อสาร (communication)										
6.1 ท่านสามารถอธิบายถึง ขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวใน ชุมชนได้		/		/		/	/		/	
6.2 ท่านสามารถเป็นมัคคุเทศก์ น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว		/		/		/	/		/	/
7. ด้านความซื่อสัตย์ (credibility)										
ท่านมีความซื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า	/		/		/		/		/	
8. ด้านความมั่นคง (security)										
ท่านได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อน เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.16 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1 คน/1ชุมชน
 ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการ
 สัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)										
ท่านสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ และ อธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ	/		/		/		/		/	
10. ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)										
10.1 ท่านมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.2 ท่านมีการเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.3 ท่านมีการจัดสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัด กิจกรรม	/		/		/		/		/	
10.4 ผลิตภัณฑ์ของท่านมี ความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมี คุณภาพ	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.16 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ ในมุมมองของ
 ผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชน
 ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตนเองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการให้บริการ และ
 ให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
 ต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยการให้
 นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก แต่มีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีแบ่งเวลาจัดกิจกรรม
 ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ผู้ประกอบการมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้ประกอบการไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์เป็นไกด์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ผู้ประกอบการมีความเชื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า

(8) ด้านความมั่นคง (security) ผู้ประกอบการไม่ได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ผู้ประกอบการมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ของทางมีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณภาพ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผายาย (ผู้ประกอบการ ง., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตนเองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยการให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก แต่มีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีแบ่งเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ผู้ประกอบการมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้ประกอบการไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์เป็นไกด์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ผู้ประกอบการมีความเชื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า

(8) ด้านความมั่นคง (security) ผู้ประกอบการไม่ได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ผู้ประกอบการมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม ผลลัพธ์ของท่านมีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณภาพ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตนเองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการให้บริการ และให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยการให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก แต่มีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีแบ่งเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ผู้ประกอบการมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้ประกอบการไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์เป็นไกด์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ผู้ประกอบการมีความเชื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า

(8) ด้านความมั่นคง (security) ผู้ประกอบการมิได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลลัพธ์ และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ผู้ประกอบการมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม ผลลัพธ์ของท่านมีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณภาพ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตนเองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการให้บริการ และให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในกองอำนวยการให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก และส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีแบ่งเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ผู้ประกอบการมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้ประกอบการสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ แต่ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์เป็นไกด์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความซื่อสัตย์ (credibility) ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า

(8) ด้านความมั่นคง (security) ผู้ประกอบการมิได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ผู้ประกอบการมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณภาพ

ชุมชนที่ 5 บ้านซำหลัก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตนเองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการให้บริการ และให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในกองอำนวยการให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก และส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีแบ่งเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ผู้ประกอบการมีการแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ผู้ประกอบการสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ แต่ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์เป็นไกด์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความซื่อสัตย์ (credibility) ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า

(8) ด้านความมั่นคง (security) ผู้ประกอบการมีได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ผู้ประกอบการมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณภาพ

ตารางที่ 4.17 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการ ตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ซี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ด้านความเชื่อถือ (reliability)										
ท่านมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสะอาด ปลอดภัย	/		/		/		/		/	
2. ด้านการตอบสนอง (responsive)										
2.1 ท่านมีความพร้อมในการให้บริการ	/		/		/		/		/	
2.2 ท่านให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ	/		/		/		/		/	
3. ด้านความสามารถ (competency)										
3.1 ท่านสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้		/		/		/		/		/
3.2										

ตารางที่ 4.17 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการ ตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำ ซี้เหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี

3.3 ท่านสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ	/		/		/		/		/	
4. ด้านการเข้าถึงบริการ (access)										
ท่านมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่จัดกิจกรรม	/		/		/		/		/	
ท่านมีส่วนร่วมในการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป	/		/		/		/		/	
5. ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)										
5.1 ท่านมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยาท่าทาง และการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี	/		/		/		/		/	
5.2 ท่านมีการแต่งกายที่สะอาด เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	/		/		/		/		/	
6. ด้านการสื่อสาร (communication)										
6.1 ท่านสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้	/		/		/		/		/	
6.2 ท่านสามารถเป็นมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว		/		/		/		/		/
7. ด้านความสัตย์ (credibility)										
ท่านมีความสัตย์ตรงต่อการบริการ บริการด้วยความจริงใจ	/		/		/		/		/	
8. ด้านความมั่นคง (security)										
ท่านได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)										
ท่านสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ	/		/		/		/		/	
10. ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)										
10.1 ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.17 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1ชุมชน ในด้านการบริการ ตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริการ	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผา		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักตอง		บ้านลำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักตอง		บ้านชำชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี

10.1 ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.2 ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.17 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ ในมุมมองของสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

สมาชิกในชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ช., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของตนเอง ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สมาชิกในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่จัดกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่วงท่าและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ แต่ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความสัตย์ (credibility) สมาชิกในชุมชนมีความสัตย์ตรงต่อการบริการ และบริการด้วยความจริงใจ

(8) ด้านความมั่นคง (security) สมาชิกในชุมชนได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้ว หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของตนเอง ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สมาชิกในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ แต่ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อตรงต่อการบริการ และบริการด้วยความจริงใจ

(8) ด้านความมั่นคง (security) สมาชิกในชุมชนได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของตนเอง ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สมาชิกในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และให้การบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ แต่ไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อตรงต่อการบริการ และบริการด้วยความจริงใจ

(8) ด้านความมั่นคง (security) สมาชิกในชุมชนได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักคอง (สมาชิกในชุมชน ภู., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของตนเอง ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สมาชิกในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่จัดกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และสามารถเป็นมัคคุเทศก์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อตรงต่อการบริการ และบริการด้วยความจริงใจ

(8) ด้านความมั่นคง (security) สมาชิกในชุมชนได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ชุมชนที่ 5 บ้านซำหลัก หมู่ที่ 10 ตำบลพราณ (สมาชิกในชุมชน ภู., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของตนเอง ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สมาชิกในชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ

(3) ด้านความสามารถ (competency) สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่ จัดกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ทำทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี และแต่งกายที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ และสามารถเป็นมัคคเทศก์นำท่องเที่ยวได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อตรงต่อการบริการ และบริการด้วยความจริงใจ

(8) ด้านความมั่นคง (security) สมาชิกในชุมชนได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) สมาชิกในชุมชนสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ตารางที่ 4.18 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน ในด้านการบริการตามแนวคิด Parasuraman et al. (1990) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

[illegible]

ท่านได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)										
ท่านสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนได้	/		/		/		/		/	
10. ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)										
10.1 ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.2 ท่านมีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	/		/		/		/		/	
10.3 ท่านมีส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.18 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการ ในมุมมองของตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ที่เข้ามาสนับสนุนดูแล ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 3 คน ได้ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพวาน (สมาชิกในชุมชน ต., 2563: สัมภาษณ์)

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแกวใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูผาย (สมาชิกในชุมชน ถ., 2563: สัมภาษณ์)

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ท., 2563: สัมภาษณ์)

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (สมาชิกในชุมชน ต., 2563: สัมภาษณ์)

ชุมชนที่ 5 บ้านข้าะเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพวาน (สมาชิกในชุมชน ถ., 2563: สัมภาษณ์)

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) ภาครัฐมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของอำเภอขุนหาญว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สะอาด ปลอดภัย มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นจริง ๆ ตามที่ท่านคัดเลือก

(2) ด้านการตอบสนอง (responsive) สามารถติดต่อชุมชนท่องเที่ยว ผ่านทางหน่วยงานภาครัฐ(สำนักงานพัฒนาชุมชน)ได้ มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ ช่วยให้คำแนะนำในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(3) ด้านความสามารถ (competency) หน่วยงานภาครัฐมีการจัดอบรมพัฒนาผู้ประกอบการ จัดอบรมพัฒนาสินค้าและบริการและจัดอบรมการออกแบบตราสัญลักษณ์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการจัดสถานที่จัดกิจกรรม มีส่วนร่วมในการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป

(5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว แสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) หน่วยงานภาครัฐสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้

(7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) หน่วยงานภาครัฐท่านได้ประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยความเป็นจริง

(8) ด้านความมั่นคง (security) หน่วยงานภาครัฐได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

(9) ด้านความเข้าใจ (understanding) หน่วยงานภาครัฐสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนได้

(10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ส่วนร่วมการจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามก่อนจัดกิจกรรม

ตารางที่ 4.19 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ด้านการบริการที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการบริการ									
	ปัจจัยด้านการบริการ (Parasuraman et al. 1990)									
	1. Responsive	2. Responsive	3. Competency	4. Access	5. Courtesy	6. Communication	7. Credibility	8. Security	9. Understanding	10. Tangibility
ตัวแทนผู้นำชุมชน	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้นำไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้	-	-	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนไม่มีการคัดกรองโควิดก่อนเข้างาน -ชุมชนไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่ม	-	-
นักท่องเที่ยว	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนไม่มีมัคคุเทศก์สื่อสารกับต่างชาติ	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวก	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ยังไม่สะอาด และคุณภาพยังไม่เพียงพอ	V ₁ V ₂ V ₃ -ชุมชนไม่มีการคัดกรองโควิด -ชุมชนไม่ทำการประกันกลุ่มให้นักท่องเที่ยว	-	-
ผู้ประกอบการ	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅ -ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวก	-	V ₁ V ₂ V ₃ -ผู้ประกอบการไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅	-	-	-

ตารางที่ 4.19 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ด้านการบริการที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการบริการ									
	ปัจจัยด้านการบริการ (Parasuraman et al. 1990)									
	1. Responsive	2. Responsive	3. Competency	4. Access	5. Courtesy	6. Communication	7. Credibility	8. Security	9. Understanding	10. Tangibility
						-ผู้ประกอบการไม่สามารถเป็นไกด์นำเที่ยวได้				
สมาชิกในชุมชน	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ V ₄ V ₅ -สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้	-	-	V ₁ V ₂ V ₃ -สมาชิกในชุมชนไม่สามารถเป็นมัคคุเทศก์หรือไกด์นำเที่ยวได้	-	-	-	-
ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: V₁ บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน
V₂ บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย
V₃ บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง
V₄ บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง
V₅ บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

จากตารางที่ 4.19 พบว่า สภาพปัญหาด้านการบริการในมุมมองของตัวแทนผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชนและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ พบประเด็นที่สอดคล้องกับ ปัจจัยด้านการบริการ (Parasuraman et al. 1990) ที่ชุมชนไม่ได้ปฏิบัติ ดังนี้

(3) ด้านความสามารถ (competency) ชุมชนที่ 1-3 ผู้นำไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้ ชุมชนที่ 1-3 ชุมชนไม่มีมีคหุเทศ์สื่อสารกับต่างชาติ ชุมชนที่ 1-5 ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้ และ สมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับต่างชาติได้

(4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) ชุมชนที่ 1-3 ชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้มาติดต่อ และผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวก

(6) ด้านการสื่อสาร (communication) ชุมชนที่ 1-3 ผู้ประกอบการไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ชุมชนที่ 1-5 ผู้ประกอบการไม่สามารถเป็นไกด์นำเที่ยวได้ และ สมาชิกในชุมชนไม่สามารถเป็นมัคคหุเทศ์หรือไกด์นำเที่ยวได้

(7) ด้านความสือสัตย์ (credibility) ชุมชนที่ 1-3 ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ยังไม่สะอาด และคุณภาพยังไม่เพียงพอ

(8) ด้านความมั่นคง (security) ชุมชนที่ 1-3 ชุมชนไม่มีการคัดกรองโควิดก่อนเข้ามาและชุมชนไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่ม

ตารางที่ 4.20 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน ในด้านด้านการเข้าถึงแหล่งของเงิน โดยนำแนวคิด ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

การเข้าถึงแหล่งเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย)	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบัก ดอง		บ้านลำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ผู้ให้บริการในระบบ										
1.1 ท่านใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ธกส. ธนาคารต่างประเทศ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ เพื่อกู้เงินในการทำธุรกิจ	/		/		/		/		/	
1.2 ท่านมีบัตรเครดิต	-		-		-		-		-	
2. ผู้ให้บริการทั้งระบบ										
ท่านใช้บริการ ไร่รับจำนำ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง สหกรณ์ออมทรัพย์ ชุมชน สหกรณ์	/		/		/		/		/	

ตารางที่ 4.20 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน
ในด้านด้านการเข้าถึงแหล่งของเงิน โดยนำแนวคิด ธนาคารแห่งประเทศไทย
เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

การเข้าถึงแหล่งเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย)	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แกว้ใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบก ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
3. ผู้ให้บริการนอกระบบ										
ท่านใช้บริการกลุ่มออมทรัพย์ องค์การการเงินชุมชน ญาติ นายทุน บุคคลอื่นนอกครัวเรือน และ อื่น ๆ เช่น สวัสดิการ บริษัท เป็นแหล่งเงินทุน	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.20 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน ในมุมมองของ
ตัวแทนผู้นำชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ตัวแทนผู้นำชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ก., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแกว้ใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ข., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 5 บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ตัวแทนผู้นำชุมชน ค., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ตารางที่ 4.21 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน /1 ชุมชน
 ในด้านการเข้าถึงแหล่งของเงิน โดยนำแนวคิด ธนาคารแห่งประเทศไทย
 เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

การเข้าถึงแหล่งเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย)	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย		บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง		บ้านชำ ชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ผู้ให้บริการในระบบ										
1.1 ท่านใช้บริการธนาคาร พาณิชย์ ธกส. ธนาคารต่างประเทศ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ เพื่อกู้เงิน ในการทำธุรกิจ	/		/		/		/		/	
1.2 ท่านมีบัตรเครดิต	-		-		-		-		-	
2. ผู้ให้บริการกึ่งระบบ										
ท่านใช้บริการ โรงรับจำนำ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง สหกรณ์ออมทรัพย์ ชุมชนสหกรณ์	/		/		/		/		/	
3. ผู้ให้บริการนอกระบบ										
ท่านใช้บริการกลุ่มออมทรัพย์ องกรการเงินชุมชน ญาติ นายทุน บุคคลอื่นนอกครัวเรือน และอื่น ๆ เช่น สวัสดิการ บริษัท เป็นแหล่ง เงินทุน	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.21 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านเข้าถึงแหล่งเงิน ในมุมมองของ
 ผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ข., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (ผู้ประกอบการ ง., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ จ., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง (ผู้ประกอบการ ฉ., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 5 บ้านชำชีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (ผู้ประกอบการ ช., 2563: สัมภาษณ์)

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ตารางที่ 4.22 ผลการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชน จำนวน 5 คน โดยสัมภาษณ์ 1คน/1 ชุมชน
 ในด้านการเข้าถึงแหล่งของเงินโดยนำแนวคิด ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นแนวทาง
 ในการสัมภาษณ์

การเข้าถึงแหล่งเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย)	บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน		บ้านกุดนา แก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภู ฝ้าย		บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบัค ดอง		บ้านสำโรง เกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบล บักดอง		บ้านชำ ซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1. ผู้ให้บริการในระบบ										
1.1 ท่านใช้บริการธนาคาร พาณิชย์ ธกส. ธนาคารต่างประเทศ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ เพื่อกู้เงิน ในการทำธุรกิจ	/		/		/		/			
1.2 ท่านมีบัตรเครดิต	-		-		-		-		-	
2. ผู้ให้บริการกึ่งระบบ										
ท่านใช้บริการ โรงรับจำนำ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง สหกรณ์ออมทรัพย์ ชุมชนสหกรณ์	/		/		/		/		/	
3. ผู้ให้บริการนอกระบบ										
ท่านใช้บริการกลุ่มออมทรัพย์ องค์กรการเงินชุมชน ญาติ นายทุน บุคคลอื่นนอกครัวเรือน และอื่น ๆ เช่น สวัสดิการ บริษัท เป็นแหล่งเงินทุน	/		/		/		/		/	

จากตารางที่ 4.22 สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านเข้าถึงแหล่งเงิน ในมุมมองของ
 สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จำนวน 5 คน ได้ดังนี้

สมาชิกในชุมชน

ชุมชนที่ 1 บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ช., 2563: สัมภาษณ์)

สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 2 บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 3 บ้านตาเส็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบัคดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 4 บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบัคดอง (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ชุมชนที่ 5 บ้านชำซีเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน (สมาชิกในชุมชน ณ., 2563: สัมภาษณ์)

สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ

ตารางที่ 4.23 สรุปสภาพปัญหาในมุมมองของ ตัวแทนผู้นำ ผู้ประกอบการ สมาชิกในชุมชน ด้านเข้าถึงแหล่งของเงิน ที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ผู้ให้ข้อมูล	ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน		
	ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งของเงิน		
	1. ผู้ให้บริการในระบบ	2. ผู้ให้บริการกึ่งระบบ	3. ผู้ให้บริการนอก ระบบ
ตัวแทนผู้นำชุมชน	-	-	-
ผู้ประกอบการ	-	-	-
สมาชิกในชุมชน	-	-	-

หมายเหตุ: V₁ บ้านดอนข่า หมู่ที่ 5 ตำบลพราน
 V₂ บ้านกุดนาแก้วใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลภูฝ้าย
 V₃ บ้านตาเล็ด หมู่ที่ 6 ตำบลบักดอง
 V₄ บ้านสำโรงเกียรติ หมู่ที่ 8 ตำบลบักดอง
 V₅ บ้านช้างเหล็ก หมู่ที่ 10 ตำบลพราน

จากตารางที่ 4.23 ไม่พบสภาพปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงิน ของตัวแทนผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และสมาชิกในชุมชน ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ ทุกชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งของเงินทุนได้ง่าย แต่ในบทสัมภาษณ์เพิ่มเติม (ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ต., 2563: สัมภาษณ์) พบว่า สมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการบางคนไม่มีการชำระหนี้เป็นประจำ ทำให้เสียเครดิต ไม่สามารถกู้เงินได้อีก เป็นการตัดช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเงินของตนเอง

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก SWOT Analysis ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

จากการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผู้ศึกษาสรุปในภาพรวมของอำเภอ จากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 5 กลุ่ม นำมาวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (opportunities) อุปสรรค (Threat) ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ โดยแยกออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการบริการ และด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน ดังต่อไปนี้

4.3.1 ด้านการบริหารจัดการ

4.3.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการโดยให้สมาชิกในชุมชนลงมติในการคัดเลือกในที่ประชุม แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ติดตั้งป้ายคณะกรรมการตามสถานท่องเที่ยว

2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) พบว่า สมาชิกในชุมชน ทั้ง 5 ชุมชน มีการร่วมตัดสินใจ วางแผนในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) พบว่า คณะกรรมการ ทั้ง 5 ชุมชน มีความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศเบื้องต้น

4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) พบว่า ผู้ประกอบการ ทั้ง 5 ชุมชน มีการคำนวณถึงกำไร-ขาดทุนในการขายสินค้า นำความรู้ในการพัฒนาชุมชนมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้ดีขึ้น คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม

5) ด้านบุคลากร (Staff) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน มีบุคลากรดูแลนักท่องเที่ยว เพียงพอ สมาชิกในชุมชน ได้รับกำลังใจจากผู้นำ และยึดถือระบบคุณธรรม หน่วยงานภาครัฐมีคำสั่ง แบ่งหน้าที่ให้เจ้าหน้าที่มาดูแล

6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) พบว่า ผู้ประกอบการและสมาชิกในชุมชน ทั้ง 5 ชุมชน ได้รับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จากหน่วยงานภาครัฐ

7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน มีอุดมการณ์ที่จะ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.3.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) ด้านโครงสร้างชุมชน (Structure) พบว่า บางชุมชนการแบ่งหน้าที่ในการทำงานไม่ชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงานและชุมชนไม่มีความสามัคคีกัน

2) ด้านกลยุทธ์ของชุมชน (Strategy) พบว่า บางชุมชนผู้ประกอบการไม่มีการวางแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดคล้องเข้ากับกิจกรรมในพื้นที่

3) ด้านระบบการทำงาน (Systems) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนผู้นำ ผู้ประกอบการ และสมาชิกในชุมชนไม่มีการประเมินกิจกรรม หลังสิ้นสุดกิจกรรมการท่องเที่ยว บางชุมชนไม่มีการวางแผน ก่อน-หลัง จัดกิจกรรม และผู้นำไม่มีการจัดทำบัญชีคุมรายรับ-จ่ายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

4) ด้านลักษณะการปฏิบัติงาน (Style) พบว่า บางชุมชนผู้ประกอบการมีการแบ่งพรรคพวก ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยว และกำหนดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

5) ด้านบุคลากร (Staff) พบว่า บางชุมชนผู้ประกอบการไม่สามารถขายของออนไลน์ได้

6) ด้านทักษะความสามารถ (Skills) พบว่า บางชุมชน สมาชิกในชุมชนไม่มีทีมงานที่มีทักษะโดดเด่นในการทำกิจกรรม

7) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) พบว่า บางไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการพัฒนาดูแลแหล่งท่องเที่ยว

4.3.2 ด้านการตลาด

4.3.2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีประจําแผนวางแผนการตลาด วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ชุมชนท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นต่างจากที่อื่น และมีหน่วยงานภาครัฐช่วยจัดประจําแผนวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า

2) ด้านราคา (Price) พบว่าทั้ง 5 ชุมชน ผู้ประกอบการคำนวณต้นทุน-กำไร ในการขายสินค้า และตั้งราคาสินค้าเหมาะกับผลิตภัณฑ์

3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน สมาชิกในชุมชน ช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และชุมชนได้รับการอบรมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ

4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) พบว่า นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก สถานที่จำหน่ายสินค้าอยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว บริเวณบ้านสมาชิกในชุมชนที่ใกล้สถานที่จัดกิจกรรมสามารถเป็นที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกจุดเช็คอิน และสถานที่จำหน่ายสินค้า OTOP ทั้ง 5 ชุมชน

5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนสมาชิกในชุมชนคอยอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วไม่ล่าช้า และได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพเจ้าบ้าน การบริการ และการต้อนรับจากหน่วยงานภาครัฐ

6) ด้านกระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process) พบว่า สมาชิกในชุมชนเข้าใจในสินค้าของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ ยินดีให้บริการ นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ผู้ประกอบการท่านมีเวลาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ชุมชน

7) ด้านประสพการณ์ที่จับต้องได้ (Physical Evidence) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน มีจุดเช็คอิน แลนด์มาร์ก ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างให้ และช่วยจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้านช่วยการประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งหาไม่ได้จากที่อื่น ชุมชนให้บริการด้วยความจริงใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส

4.3.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า บางชุมชนกิจกรรมไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และทั้ง 5 ชุมชน สมาชิกในชุมชนไม่ได้ร่วมวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และ ออกแบบแบรนด์เอง

2) ด้านราคา (Price) พบว่า ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐไม่ได้ประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

3) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (Promotion) พบว่า บางชุมชน ผู้นำ ผู้ประกอบการ ไม่มีการยิง Ads และผู้ประกอบการไม่มีการเสนอโปรโมชั่นให้กับนักท่องเที่ยว

4) ด้านสถานที่กระจายสินค้า (Place) พบว่า บางชุมชน ไม่มีถังกระจายสินค้า และผู้ประกอบการไม่เปิดช่องทางขายของออนไลน์

5) ด้านปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People) พบว่า บางชุมชนผู้นำไม่มีปฏิสัมพันธ์ก่อน-หลังการขาย และผู้ประกอบการไม่มีช่องทางการรับฟังปัญหา

4.3.3 ด้านการบริการ

4.3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) ด้านความเชื่อถือได้ (reliability) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีความเชื่อมั่นในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของตนเองว่ามีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่นได้

2) ด้านการตอบสนอง (responsive) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ มีผู้นำคอยประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่น และเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาติดต่อประสานงานช่วย

3) ด้านความสามารถ (competency) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน มีตัวแทนที่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐจัดอบรมเพิ่มทักษะให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าและบริการ และอบรมการออกแบบตราสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ทำให้ ชุมชนสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ

4) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป เวลาจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการบริการ

5) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดง กิริยา ท่าทางและการพูดจา ต้อนรับเป็นอย่างดี การแต่งการที่สะอาด เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน หน่วยงานภาครัฐส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว แสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

6) ด้านการสื่อสาร (communication) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีตัวแทนที่อธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ หน่วยงานภาครัฐสามารถอธิบายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยเช่นกัน และมีมีคฤหบดีน้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว

7) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน ผู้ประกอบการมีความซื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า บริการด้วยความจริงใจ โดยมีหน่วยงานภาครัฐประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความเป็นจริง

8) ด้านความมั่นคง (security) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน เจ้าบ้านได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว

9) ด้านความเข้าใจ (understanding) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน เจ้าบ้านและหน่วยงานภาครัฐสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ และสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้

10) ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชนมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวจัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยเป็นพี่เลี้ยงแนะนำและมีส่วนร่วมด้วยเสมอ

4.3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) ด้านความสามารถ (competency) พบว่า บางไม่มีมีคฤหบดีที่สื่อสารกับต่างชาติ และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

2) ด้านการเข้าถึงบริการ (access) พบว่า บางชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวกที่สะดวกและผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก

3) ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) พบว่า ผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4) ด้านการสื่อสาร (communication) พบว่า หลายชุมชนที่ ผู้ประกอบการ สมาชิกไม่สามารถเป็นตัวแทนนำท่องเที่ยว หรือเป็นไกด์นำเที่ยวได้ และไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอน ของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้

5) ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว และ ผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีคุณภาพ สะอาดที่น่าเชื่อถือ

6) ด้านความมั่นคง (security) พบว่า ไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ให้กับ นักท่องเที่ยว ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว และไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรม ท่องเที่ยว

4.3.4 ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน

4.3.4.1 จุดแข็ง (Strengths) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน สามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งใน ระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ และหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ ในการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยว ฝึกอบรม สร้างจุดเช็คอินแลนด์มาร์ก พัฒนาผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยว

4.3.4.2 จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า ทั้ง 5 ชุมชน ไม่มีการชำระหนี้เป็นประจำ ทำให้ เสียเครดิต ไม่สามารถกู้เงินได้อีก และเมื่อสิ้นสุดโครงการบางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ดูแลและพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวต่อ

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายใน ด้านบริหารจัดการ ด้าน การตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ		
1. โครงสร้างชุมชน (Structure)	S1 ชุมชนมีการแต่งตั้ง คณะกรรมการโดยให้สมาชิกใน ชุมชนลงมติในการคัดเลือกในที่ ประชุม แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ติดตั้งป้ายคณะกรรมการตามสถาน ที่ท่องเที่ยว	W1 การแบ่งหน้าที่ในการทำงาน ไม่ชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบในการ ปฏิบัติงานและชุมชนไม่มีความ สามัคคีกัน
2. กลยุทธ์ของชุมชน (Strategy)	S2 สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตัดสินใจ วางแผนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ของชุมชน	W2 บางชุมชนผู้ประกอบการไม่มี การวางแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เข้าสต็อคต้องเข้ากับกิจกรรมใน พื้นที่

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายใน ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
3. ระบบการทำงาน (Systems)	S3 คณะกรรมการมีความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศเบื้องต้น	W3 ชุมชนไม่มีการประเมิน หลังสิ้นสุดกิจกรรมการท่องเที่ยว บางชุมชนไม่มีการวางแผน ก่อน-หลังจัดกิจกรรม และผู้นำไม่มีการจัดทำบัญชีคุมรายรับ-จ่ายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. ลักษณะการปฏิบัติงาน (Style)	S4 มีการคำนวณถึงกำไร-ขาดทุนในการขายสินค้า นำความรู้ในการพัฒนาชุมชนมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม	W4 มีการแบ่งพรรคพวก ไม่มีแผนที่การท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
5. บุคลากร (Staff)	S5 บุคลากรดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ได้รับกำลังใจจากผู้นำ ยึดถือระบบคุณธรรม หน่วยงานภาครัฐมีคำสั่งแบ่งหน้าที่ให้เจ้าหน้าที่มาดูแล	W5 บางชุมชนผู้ประกอบการไม่สามารถขายของออนไลน์ได้
6. ทักษะความสามารถ (Skills)	S6 ชุมชนได้รับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	W6 บางชุมชน สมาชิกในชุมชนไม่มีทีมงานที่มีทักษะโดดเด่นในการทำกิจกรรม
7. ค่านิยมร่วม (Shared Values)	S7 มีอุดมการณ์ที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	W7 บางชุมชนไม่มีการปลูกฝังค่านิยมในการพัฒนาดูแลแหล่งท่องเที่ยว
ด้านการตลาด		
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	S8 ประชุมวางแผนการตลาด วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ชุมชนท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นต่างจากที่อื่น	W8 กิจกรรมไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ไม่ได้วิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และ ออกแบบแบรนด์เองสมาชิกในชุมชนไม่เข้าร่วมวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์และออกแบบแบรนด์เอง
2. ราคา (Price)	S9 ชุมชน ผู้ประกอบการคำนวณต้นทุน-กำไร ในการขายสินค้า และตั้งราคาสินค้าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	W9 ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐไม่ได้ประชุมตั้งราคากลางของสินค้า

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายใน ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
3. สื่อสารกับลูกค้า (Promotion)	S10 สมาชิกในชุมชนช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และชุมชนได้รับการอบรมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ	W10 บางชุมชน ผู้นำผู้ประกอบการ ไม่มีการยิง Ads และผู้ประกอบการไม่มีการเสนอโปรโมชั่นให้กับนักท่องเที่ยว
4. สถานที่กระจายสินค้า (Place)	S11 นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก สถานที่จำหน่ายสินค้าอยู่ใกล้กับที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว บริเวณบ้านสมาชิกในชุมชนที่ใกล้สถานที่จัดกิจกรรมสามารถเป็นที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกจุดเช็คอิน และสถานที่จำหน่ายสินค้า OTOP	W11 บางชุมชน ไม่มีสิ่งกระจายสินค้า และผู้ประกอบการไม่เปิดช่องทางขายของออนไลน์
5. ปฏิสัมพันธ์ลูกค้า (People)	S12 สมาชิกในชุมชนคอยอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี สมาชิกในชุมชนสามารถตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วไม่ล่าช้าและได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพเจ้าบ้าน การบริการและการต้อนรับ	W12 บางชุมชนผู้นำไม่มีปฏิสัมพันธ์ก่อน-หลังการขาย และผู้ประกอบการไม่มีช่องทางการรับฟังปัญหา
6. กระบวนการทางการตลาดกับสินค้าและบริการ (Process)	S13 สมาชิกในชุมชนเข้าใจในสินค้าของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ ยินดีให้บริการนักท่องเที่ยวด้วย ความเต็มใจ มีระยะเวลาการจัดการกิจการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และมีช่องทางการจองโปรแกรมการท่องเที่ยว	

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายใน ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
7. ประสพการณ์ (Physical Evidence)	S14 มีจุดเช็คอิน แลนด์มาร์ก ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างให้ และช่วยจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้านช่วยการประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยว มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งหาไม่ได้จากที่อื่น ชุมชนให้บริการด้วยความจริงใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	
ด้านการบริการ		
1. ด้านความเชื่อถือได้ (reliability)	S15 ชุมชนมีความเชื่อมั่นในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ว่ามีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีศักยภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านอื่นได้	
2. ด้านการตอบสนอง (responsive)	S16 ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความจริงใจ มีผู้นำคอยประสานงาน และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่น และเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาดีต่อประสานงานช่วย	
3. ด้านความสามารถ (competency)	S17 มีตัวแทนที่สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐจัดอบรมเพิ่มทักษะให้ผู้ประกอบการ พัฒนาสินค้าและบริการ และอบรมการออกแบบตราสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ทำให้ ชุมชนสามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้อย่างน่าสนใจ	W13 บางไม่มีมีบุคคลที่สื่อสารกับต่างชาติ และไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอก ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
4. ด้านการเข้าถึงบริการ (access)	S18 ชุมชนมีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง ระเบียบขั้นตอนกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ ไม่รอนานจนเกินไป เวลาจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการบริการ	W14 บางชุมชนไม่มีจุดอำนวยความสะดวกให้ติดต่อที่สะดวกและผู้ประกอบการไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้สะดวก
5. ด้านความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)	S19 ชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแสดงกิริยา ท่าทางและการพูดจาต้อนรับเป็นอย่างดี การแต่งการที่สะอาดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน หน่วยงานภาครัฐส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว แสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ	
6. ด้านการสื่อสาร (communication)	S20 ชุมชนสามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ มีมีคฤหาสน์น้อยเป็นไกด์นำเที่ยว	W15 หลายชุมชนที่ผู้ประกอบการ สมาชิกไม่สามารถเป็นตัวแทนนำท่องเที่ยว หรือเป็นไกด์นำเที่ยวได้ และไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้
7. ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)	S21 กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สะอาด น่าเชื่อถือ ชุมชนมีสื่อตรงต่อการขาย ตั้งราคาเหมาะสมกับสินค้า บริการด้วยความจริงใจ โดยมีหน่วยงานภาครัฐประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความเป็นจริง	W16 กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีคุณภาพ สะอาดที่น่าเชื่อถือ
8. ด้านความมั่นคง (security)	S22 เจ้าบ้านได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว	W17 ไม่มีการคัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว และไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.24 จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน-ภายใน ด้านบริหารจัดการด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ SWOT Analysis จำแนก จุดอ่อน จุดแข็ง ในภาพรวมของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวิเคราะห์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
9. ด้านความเข้าใจ (understanding)	S23 เจ้าบ้านและหน่วยงานภาครัฐ สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ และสามารถอธิบายถึงที่มาของกิจกรรมต่าง ๆ ได้	
10 ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)	S24 ชุมชนมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว จัดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม โดยมีหน่วยงานภาครัฐ คอยเป็นพี่เลี้ยงแนะนำและมีส่วนร่วมด้วยเสมอ	
ด้านการเงิน		
1. ผู้ให้บริการในระบบ	S25 ชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ และหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนงบประมาณ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ฝึกอบรม สร้างจุดเช็คอินแลนด์มาร์ก พัฒนาผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว	W18 ไม่มีการชำระหนี้เป็นประจำ ทำให้เสียเครดิต ไม่สามารถกู้เงินได้อีก และเมื่อสิ้นสุดโครงการ บางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ดูแล แหล่งท่องเที่ยวต่อ

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ มีจุดแข็งในด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการบริหาร ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน หลายปัจจัย ซึ่งสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในแต่ละด้านได้ เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังมีจุดอ่อนอีกหลายปัจจัยที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นเช่นกัน

4.3.5 สรุปประเด็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก โอกาส (opportunities) อุปสรรค (Threat)
โดยใช้หลัก PEST Analysis

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันภายนอก โอกาส (opportunities) อุปสรรค (Threat)
ใช้หลัก PEST Analysis ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตัวแทนผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ
สมาชิกในชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group)

ปัจจัยภายนอกที่ใช้ในการวิเคราะห์	โอกาส (opportunities)	อุปสรรค (Threat)
ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการบริการ		
1. ด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and legal Factors: P)	O1. โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สนับสนุนงบประมาณ ในการจัดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว O2. หน่วยงานมีการคัดเลือกชุมชนในพื้นที่เข้าร่วมโครงการ	T1. การออกกฎหมายควบคุมโรคโควิด-19 ในบางประเด็น T2. ระยะเวลาในการจัดอบรม T3. ชุมชนไม่มีความพร้อมพื้นฐาน และ ไม่สามารถเชื่อมต่อจากแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ได้
2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors: E)	O3. ชุมชนใกล้เคียงสามารถผลิตสินค้าที่ระลึก ขายอาหารหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ หรืออาจจะส่งวัตถุดิบสินค้าป้อนให้กับธุรกิจต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ O4. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	T4. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น SME ขาดการรวมกลุ่ม และการเข้าถึงแหล่งทุน
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social – cultural Factors: S)	O5. จังหวัดศรีสะเกษ และอำเภอจัดงานเจาะทุเรียนเป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้เกิดการเดินทางของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ O6. เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม และ พิธีกรรม	T5. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เกิดจากการขยายตัวเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ
4. ด้านเทคโนโลยี (Technological Factors: T)	O7. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น O8. การขยายตัวของสายการบิน ต้นทุนต่ำ	T6. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ส่งผลให้วัสดุอุปกรณ์ที่รองรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว T7. การจัดการข้อมูลสารสนเทศที่แตกต่างกันทำให้การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศขาดประสิทธิภาพ
ด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน		
1. ด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and legal Factors: P) 2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors: E)	O9. มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ O10. นโยบายภาครัฐ สนับสนุน SME ทำให้ธนาคารปล่อยกู้ให้ภาคธุรกิจได้ง่าย ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และส่งสวัสดิภาพ	T8. ตามภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้ราคาน้ำมัน ทองคำ ผันแปร ราคาสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ มีโอกาสด้านการเมือง มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ ดูแลตั้งแต่การอบรม การดูงาน การ

ประชาสัมพันธ์ และการทำจุดเช็กอินแลนมาร์ก ส่งผลให้หมู่บ้านเป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยว และมีโอกาสด้านเทศกาลคือ งานเงาะทุเรียนที่ทั้งจังหวัดและอำเภอจัดเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัด โอกาสด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ช่วยต่อการเข้าถึงสืบค้นข้อมูล เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT Analysis – McKinsey 7-s Framework Marketing Mix ปัจจัยด้านการบริการ การเข้าถึงแหล่งเงิน และผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PEST Analysis ผู้ศึกษานำผลที่ได้มาทำการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปัจจัยภายในที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อสร้างรูปแบบกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมา โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix จะทำให้ได้กลยุทธ์ออกมา 4 แบบ คือ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงรับ และกลยุทธ์เชิงป้องกัน

4.4 การกำหนดกลยุทธ์จาก TOWS Matrix ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) และสถานการณ์ปัจจุบันภายนอก โอกาส (opportunities) อุปสรรค (Threat) ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการบริการ ด้านการเข้าถึงของแหล่งเงิน ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ เมื่อนำปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาจับคู่กัน จะทำให้เกิดเป็นการวิเคราะห์ของ TOWS Matrix ได้ออกมาเป็นกลยุทธ์ 4 รูปแบบ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ด้านการบริหารจัดการเข้าไปพุดคุยกับชุมชน (Triangulation) ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมกัน

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S) S1 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการ S2 สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมตัดสินใจวางแผนในกิจกรรม S3 คณะกรรมการมีความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศ S4 มีการคำนวณถึงกำไร-ขาดทุนในการขายสินค้า คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม S5 บุคลากรดูแลนักท่องเที่ยวเพียงพอ ได้รับกำลังใจจากผู้นำ หน่วยงานภาครัฐมีคำสั่งแบ่งหน้าที่ให้เจ้าหน้าที่มาดูแล S6 ชุมชนได้รับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว S7 มีอุดมการณ์ที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	จุดอ่อน (W) W1 ไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงานไม่มีแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้เข้ากับกิจกรรม W2 ไม่มีการวางแผน ก่อน-หลัง จัดกิจกรรม W3 ไม่มีการประเมินติดตามผล ไม่ได้ทำบัญชีรายรับ - รายจ่าย W4 มีการแบ่งพรรคพวก ไม่มีแผนทำการท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน W5 ไม่สามารถขายของออนไลน์ได้ W6 ไม่มีทีมงานที่มีทักษะโดดเด่น W7 คำนายไม่เหมือนกัน
โอกาส (O) O1. มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ O2. หน่วยงานมีการคัดเลือกชุมชนในพื้นที่เข้าร่วมโครงการ O3. ชุมชนใกล้เคียงสามารถผลิตสินค้าที่ระลึก ขนส่งอาหารหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ O4. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น O5. จังหวัดศรีสะเกษ และอำเภอจัดงานเกษตรเย็นเป็นประจำทุกปี O6. เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม และพิธีกรรม O7. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น O8. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ	กลยุทธ์เชิงรุก SO SO1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน SO2 การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO WO1 อบรมการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน ติดตามและประเมินผล กิจกรรมการท่องเที่ยว WO2 อบรมการขายของออนไลน์ WO3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน
อุปสรรค (T) T1. การออกกฎหมายควบคุมโรคโควิด-19 ในบางประเด็น T2. ระยะเวลาในการจัดอบรม T3. ชุมชนไม่มีความพร้อมพื้นฐานและ ไม่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ได้ T4. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น SME ขาดการรวมกลุ่ม และการเข้าถึงแหล่งทุน T5. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เกิดจากการขยายตัวเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ T6. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ส่งผลให้วัสดุอุปกรณ์ที่รองรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว T7. การจัดการข้อมูลสารสนเทศที่แตกต่างกันทำให้การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศขาดประสิทธิภาพ	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST ST1 สร้างความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและความปลอดภัย ST2 พัฒนาด้านการสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยว และการใช้สารสนเทศในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้มาเยือน ST3 พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	กลยุทธ์เชิงรับ WT WT1 สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากตารางที่ 4.26 ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ด้านบริหารจัดการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ ได้ดังนี้

4.4.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส)

4.4.1.1 SO1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน

4.4.1.2 SO2 พัฒนาและเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว

4.4.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน)

4.4.2.1 WO1 อบรมการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน ติดตามและประเมินผล

4.4.2.2 WO2 อบรมการขายของออนไลน์

4.4.2.3 WO3 ส่งเสริมการมีกรร่วมของชุมชน

4.4.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค)

4.4.3.1 ST1 สร้างความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและความปลอดภัย

4.4.3.2 ST2 พัฒนาด้านการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว และการใช้สารสนเทศในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้มาเยือน

4.4.3.4 ST3 พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.4.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเสี่ยงอุปสรรค)

4.4.4.1 WT1 สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ด้านการตลาด เข้าไปพูดคุยกับชุมชน (Triangulation) ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมกัน

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S) S8 มีการวางแผนการตลาดวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า S9 ราคาสินค้าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ S10 มีการสื่อสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นของผลิตภัณฑ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้อย่างเข้าใจ S11 สามารถค้นหาแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก S12 สมาชิกในชุมชนคอยอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี S13 สมาชิกในชุมชนเข้าใจในสินค้าของชุมชนตนเอง สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ S14 มีจุดเช็คอิน แลนด์มาร์ก ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างให้ และช่วยจัดกิจกรรมเปิดหมู่บ้าน	จุดอ่อน (W) W8 ไม่มีส่วนร่วมในการลงมติประชุมตั้งราคากลางของสินค้า ไม่มี ช่องทางการชำระเงินแบบออนไลน์ W9 ไม่มีการยิง Ads ไม่มีการเสนอโปรโมชั่น W10 ไม่มีสิ่ง W11 ไม่มีปฏิสัมพันธ์หลังการขาย W12 ไม่มีช่องทางรับฟังปัญหา
โอกาส (O) O1. มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ O2. หน่วยงานมีการคัดเลือกชุมชนในพื้นที่เข้าร่วมโครงการ O3. ชุมชนใกล้เคียงสามารถผลิตสินค้าที่ระลึก ขนส่งอาหารหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ O4. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น O5. จังหวัดศรีสะเกษ และอำเภอจัดงานเกษตรเย็นเป็นประจำทุกปี O6. เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม และพิธีกรรม O7. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น O8. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ	กลยุทธ์เชิงรุก SO SO3 สร้างแบรนด์สินค้า	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO WO4 ส่งเสริมการขายของออนไลน์ WO5 เพิ่มช่องทางการรับฟังปัญหาจากนักท่องเที่ยว WO6 ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการ WO7 อบรมการให้บริการ
อุปสรรค (T) T1. การออกกฎหมายควบคุมโรคโควิด-19 ในบางประเด็น T2. ระยะเวลาในการจัดอบรม T3. ชุมชนไม่มีความพร้อมพื้นฐานและ ไม่สามารถเชื่อมต่อจากแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ได้ T4. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น SME ขาดการรวมกลุ่ม และการเข้าถึงแหล่งทุน T5. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เกิดจากการขยายตัวของปริมาณมากกว่าคุณภาพ T6. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ส่งผลให้วัสดุอุปกรณ์ที่รองรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว T7. การจัดการข้อมูลสารสนเทศที่แตกต่างกันทำให้การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศขาดประสิทธิภาพ	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST ST4 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสื่อสารผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์	กลยุทธ์เชิงรับ WT WT2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จากตารางที่ 4.27 ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้านการตลาด ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ ได้ดังนี้

(1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส)

SO3 สร้างแบรนด์สินค้าโดยนำทรัพยากรที่โดดเด่นมาบูรณาการร่วมกับใช้สื่อ

(2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน)

WO4 ส่งเสริมการขายของออนไลน์

WO5 เพิ่มช่องทางการรับฟังปัญหา

WO6 ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำงานสร้างความสามัคคี

WO7 อบรมการด้านการบริการ

(3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค)

ST4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

(4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเสี่ยงอุปสรรค)

WT2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ด้านการบริการ เข้าไปพูดคุยกับชุมชน (Triangulation) ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมกัน

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก	S15 ชุมชนมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น S16 ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ S17 หน่วยงานภาครัฐจัดอบรมเพิ่มทักษะให้ผู้ประกอบการ S18 มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง S19 แต่งกายเป็นอัตลักษณ์และบริการสุภาพ S20 มีมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว S21 กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ น่าเชื่อถือ S22 ผู้ประกอบการได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วม S23 ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ S24 ชุมชนมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อม ก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยเป็นที่เลี่ยงแนะนำและมีส่วนร่วมด้วยเสมอ	W13 มัคคุเทศก์ในชุมชน และสมาชิกในชุมชน ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ W14 ไม่มีจุดอำนวยความสะดวกให้ติดต่อที่สะดวกและสมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวก W15 ไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ W16 ผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีคุณภาพ สะอาดที่น่าเชื่อถือ W17 ไม่มีการตรวจ โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว และไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว
โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก SO	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO
O1. มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ O2. หน่วยงานมีการคัดเลือกชุมชนในพื้นที่เข้าร่วมโครงการ O3. ชุมชนใกล้เคียงสามารถผลิตสินค้าที่ระลึก ขนส่งอาหารหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ O4. ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น O5. จังหวัดศรีสะเกษ และอำเภอจัดงานเงาะทุเรียนเป็นประจำทุกปี O6. เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม และพิธีกรรม O7. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น O8. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ	SO4 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว SO5 สร้างภาพลักษณ์ดี ผ่านการบริการทำให้เกิดความประทับใจ SO6 สร้างความเชื่อมั่น สร้างมาตรการป้องกันโควิด	WO8 การอบรมพัฒนาสินค้า WO9 จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครบวงจร WO10 อบรมเพิ่มทักษะภาษาอังกฤษให้กับสมาชิกในชุมชน WO11 สร้างมาตรการในการผลิตสินค้าชุมชน
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST	กลยุทธ์เชิงรับ WT
T1. การออกกฎหมายควบคุมโรคโควิด-19 ในบางประเด็น T2. ระยะเวลาในการจัดอบรม T3. ชุมชนไม่มีความพร้อมพื้นฐานและ ไม่สามารถเชื่อมต่อจากแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ได้ T4. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น SME ขาดการรวมกลุ่ม และการเข้าถึงแหล่งทุน T5. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เกิดจากการขยายตัวเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ	ST5 จัดระเบียบเวรยามในการพัฒนา ST6 จัดโปรโมชั่น ที่พักรีสอร์ท ST7 อบรมพัฒนาสินค้า ST8 การส่งเสริมการขาย	WT3 จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครบวงจร WT4 เพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยวโดยรถสาธารณะ

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ ผู้ศึกษาได้นำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ด้านการบริการ เข้าไปพูดคุยกับชุมชน (Triangulation) ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมกัน (ต่อ)

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก	S15 ชุมชนมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น S16 ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ S17 หน่วยงานภาครัฐจัดอบรมเพิ่มทักษะให้ผู้ประกอบการ S18 มีสถานที่จัดกิจกรรมที่สะดวกต่อการเดินทาง S19 แต่งกายเป็นอัตลักษณ์และบริการสุภาพ S20 มีมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำท่องเที่ยว S21 กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ S22 ผู้ประกอบการได้คัดกรอง โควิด-19 ก่อนเข้าร่วม S23 ผู้ประกอบการสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ S24 ชุมชนมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยเป็นที่เลี้ยงแนะนำและมีส่วนร่วมด้วยเสมอ	W13 มัคคุเทศก์ในชุมชน และสมาชิกในชุมชนไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ W14 ไม่มีจุดอำนวยความสะดวกที่สะดวกและสมาชิกในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในกองอำนวยความสะดวก W15 ไม่สามารถอธิบายถึงขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ W16 ผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีคุณภาพ สะอาดที่น่าเชื่อถือ W17 ไม่มีการตรวจ โควิด-19 ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว และไม่มีการทำประกันชีวิตกลุ่มก่อนจัดกิจกรรมท่องเที่ยว
T6. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ส่งผลให้วัสดุอุปกรณ์ที่รองรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว		
T7. การจัดการข้อมูลสารสนเทศที่แตกต่างกันทำให้การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศขาดประสิทธิภาพ		

ตามตารางที่ 4.28 ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้านการบริการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ ได้ดังนี้

(1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส)

- SO4 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว
- SO5 สร้างภาพลักษณ์ดี ผ่านการบริการทำให้เกิดความประทับใจ
- SO6 สร้างความเชื่อมั่น สร้างมาตรการป้องกันโควิด

(2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน)

- WO8 การอบรมพัฒนาสินค้า
- WO9 จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครบวงจร
- WO10 อบรมเพิ่มทักษะภาษาอังกฤษให้กับสมาชิกในชุมชน
- WO11 สร้างมาตรการในการผลิตสินค้าชุมชน

(3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค)

ST5 จัดระเบียบเวรยามในการพัฒนา

ST6 จัดโปรโมชั่น ที่พักรีสอร์ท

ST7 อบรมพัฒนาสินค้า

ST8 การส่งเสริมการขาย

(4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเสี่ยงอุปสรรค)

WT3 จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครบวงจร

WT4 เพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยวโดยรถสาธารณะ

ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ด้านการเข้าถึงแหล่งของเงิน เข้าไปพูดคุยกับชุมชน (Triangulation) ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมกัน

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก	S25 ชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบ และนอกระบบ และหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ฝึกอบรม สร้างจุดเช็คอินแลนด์มาร์ก พัฒนาผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	W19 ไม่มีการชำระหนี้เป็นประจำ ทำให้เสียเครดิต ไม่สามารถกู้เงินได้อีก และเมื่อสิ้นสุดโครงการ บางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่อ
โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก SO O9. มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ O10. นโยบายภาครัฐ สนับสนุน SME ทำให้ธนาคารปล่อยกู้ให้ภาคธุรกิจได้ง่าย ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง และส่งสวัสดิการ	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO WO12 ภาครัฐควรหารือร่วมกับสถาบันการเงิน
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST ST10 สร้างความเข้มแข็งโดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย	กลยุทธ์เชิงรับ WT WT5 จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ประจำชุมชน

ตามตารางที่ 4.29 ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้านการบริการ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสามารถนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ ได้ดังนี้

(1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส)

SO7 จัดการระบบบัญชี ให้เข้มแข็งและโปร่งใส

(2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน)

WO12 ภาครัฐควรหารีหรือร่วมกับสถาบันการเงิน

(3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค)

ST10 สร้างความเข้มแข็งโดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย

(4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค)

WT5 จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ประจำชุมชน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี