

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตประชาชน*
THE DEVELOPMENT OF OTOP INNO-LIFE TOURISM COMMUNITY ENTERPRISES
FOR ENHANCING QUALITY OF LIFE



นัทนิชา โชติพิทยานนท์

Natnicha Chotpittayanon

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: natnicha.ch@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีจังหวัดอุดรธานี การมีส่วนร่วมของสมาชิก การบริหารจัดการที่ดี การผลิตสินค้าและบริการ และการจัดการตลาดแบบบูรณาการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถี และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ใช้การวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง 360 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก มีค่าอยู่ระหว่าง 0.092 ถึง 0.613 คุณภาพของสินค้าและบริการกับจำนวนนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันสูงที่สุด ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีสอดคล้องกับข้อมูลเชิง พบว่า การบริหารจัดการที่ดี และการผลิตสินค้าและบริการ มีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีมากที่สุด (Chi-square = 205.49, df = 104, p-value = 0.06002, RMSEA = 0.042, RMR = 0.02, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.98, PGFI = 0.66, NFI = 0.96) และ 3) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาเป็นภาพแผนภูมิจำลองการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตประชาชน

คำสำคัญ: การพัฒนา; วิสาหกิจชุมชน; ชุมชนท่องเที่ยว; นวัตกรรม; คุณภาพชีวิต

Abstract

The objectives of this research article were: 1. To investigate the development level of OTOP Inno-life tourism community enterprises in Udon Thani and scrutinize membership participation, good management, production of goods and services, and integrated marketing of these community enterprises. 2. To study the causal factors influencing the development of these community enterprises., and 3. To create a guideline for OTOP Inno-life tourism community enterprise development which can further enhance the local quality of life, conducted with the mixed research methods. The quantitative method collected data from 360 samples and analyzed by descriptive statistics and structural equation modeling (SEM). The results showed that: 1. The OTOP Inno-life tourism community enterprises were rated at a high level. Moreover, 2) the analysis of Pearson's correlation coefficient suggested that all pairs of the variables moved in the same direction, showing a positive relationship between 0.092 - 0.613 the most correlated pair contained 'quality of goods and services' and 'number of tourists. According to the SEM analysis 'good governance' and 'well-crafted goods and services' influenced the development of community enterprises the most. (Chi-square = 205.49, df = 104, p-value = 0.06002, RMSEA = 0.042, RMR = 0.02, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.98, PGFI = 0.66, NFI = 0.96). And 3. The development approach has been proposed with the conceptual model of the development of OTOP Inno-life tourism community enterprises for people'quality of life enhancement.

Keywords: Development; Community Enterprises; Tourism Community; Inno-life; Quality of Life

บทนำ

แนวคิดวิสาหกิจชุมชน เป็นรูปแบบกิจการเพื่อสังคมที่แพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งดำเนินการตามวัตถุประสงค์ผ่านกิจกรรมทางธุรกิจ เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการสร้างความสามารถในท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบในการส่งมอบผลลัพธ์ทางสังคมหรือการจัดการทุนทางสังคมภายในท้องถิ่น (Emeka et al., 2007) เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อกิจกรรมเชิงพาณิชย์และดำเนินการเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยนำประโยชน์ทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม มาเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้นำฐานแนวคิดไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดคุณค่าต่อคนในชุมชน และจำเป็นต้องตระหนักถึงการปรับกระบวนการทัศน์

วิสาหกิจชุมชนกับการพึ่งพาตนเองภายใต้เศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการผลิตและระบบตลาด ที่ปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตของชุมชนแบบดั้งเดิมที่เป็นการผลิตแบบพอเพียง การหันมาใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้ชุมชนกลับมาสู่การผลิตที่สมดุล และอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพาเกื้อกูลในชุมชน (อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์, 2560)

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม มีผู้สนับสนุนสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคือ หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทุกหน่วยงานภาครัฐ จะต้องร่วมมือกันทำงานเชิงบูรณาการ ทำงานร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2557) กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการสนับสนุน ส่งเสริม ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ และมุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล เพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ โดยการขายสินค้าอยู่ในชุมชน ใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ และพัฒนาสู่โอท็อปนวัตกรรมที่ชุมชนขายสินค้าในชุมชนได้มากขึ้นและมีความยั่งยืน โอท็อปนวัตกรรมจะช่วยเพิ่มมูลค่าและผลผลิตชีวิตชุมชน ด้วยการยกระดับผลิตภัณฑ์โอท็อป กลุ่มกำลังพัฒนา สร้างโอกาสการพัฒนาและสร้างรายได้ให้กระจายอย่างทั่วถึงในชุมชน เกิดการสร้างตลาดใหม่ในชุมชนที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา สร้างศักยภาพในการท่องเที่ยวชุมชนกับเมืองหลักและเมืองรอง ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชน และเกิดความยั่งยืนในชุมชนในที่สุด

โครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม จังหวัดอุดรธานี มีจำนวนทั้งสิ้น 89 หมู่บ้าน มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายในชุมชน รวม 810 ผลิตภัณฑ์ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2564) คุณภาพของสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม ที่เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน มีภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ จะเป็นฐานในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในชุมชนนั้น (Swink et al., 2014) การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมจะมีการประกอบกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายแบบธรรมชาติตามวัฒนธรรมของสังคมชนบทที่มีวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งจังหวัดอุดรธานี เป็นหนึ่งจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมที่มีความโดดเด่นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น จากการบริหารจัดการที่เหมาะสมจะทำให้สมาชิกกลุ่มและประชาชนในชุมชนสามารถขายสินค้าและบริการของชุมชนได้มากขึ้น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดได้เพิ่มขึ้น นำพารายได้มาสู่ชุมชน ทั้งนี้ยังมีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมอีกหลายจังหวัดที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งมาจากปัจจัยเชิงสาเหตุหลายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมเพื่อหาแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนให้นำไปใช้เป็นแนวทางแก่จังหวัดอื่น ๆ ทั่วประเทศ สามารถใช้เป็นรูปแบบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนจากขนาดเล็กไปสู่ขนาดใหญ่ได้

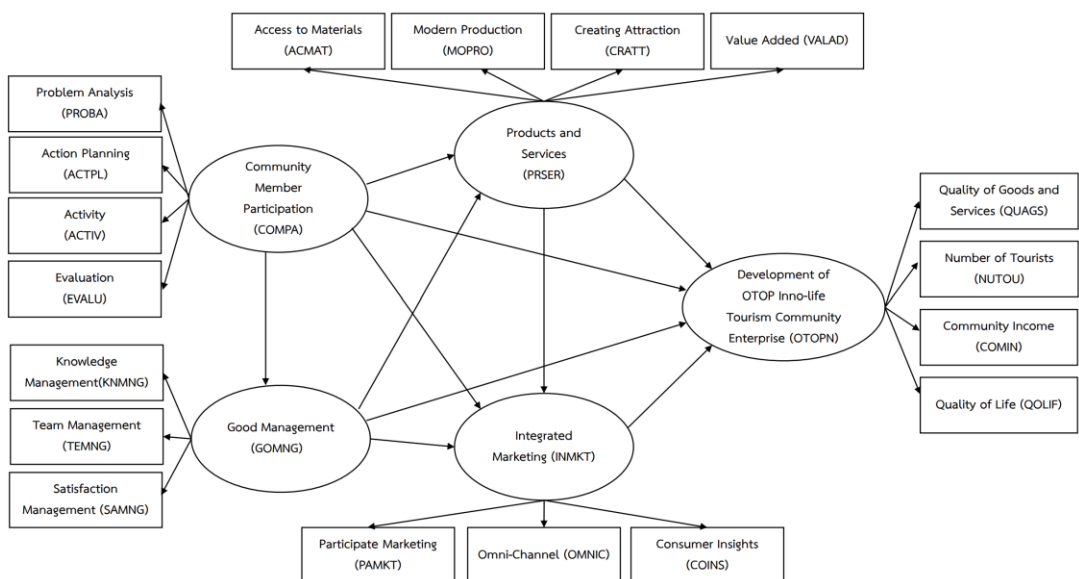
ต่อไปในอนาคต ให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต มีรายได้ที่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีจังหวัดอุดรธานี การมีส่วนร่วมของสมาชิก การบริหารจัดการที่ดี การผลิตสินค้าและบริการ และการจัดการตลาดแบบบูรณาการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed method research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีตัวแปรแฝงและสังเกต ตามกรอบแนวคิดภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน มีค่า IOC สูงกว่า 0.60 และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) โดยการทดลองใช้เครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.987 ถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1990) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุดรธานี โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้เกณฑ์ไม่น้อยกว่า 20 เท่า ของตัวแปรสังเกต (Hair et al., 2014) ตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 18 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 360 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จาก 20 อำเภอในจังหวัดอุดรธานี ใช้การกำหนดสัดส่วน จากจำนวนหมู่บ้านชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี จำนวน 89 หมู่บ้าน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564) จากนั้นใช้การสุ่มในแต่ละหมู่บ้านจนครบ 360 ตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (in – depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีลักษณะของคำถามปลายเปิด ประชากรเป้าหมายการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี หรือ ตัวแทนซึ่งเป็นคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี จำนวน 20 คน จาก 20 อำเภอ และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยเกณฑ์ความน่าเชื่อถือและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) และสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการหาความหมายจากข้อมูลที่ได้รับมาสร้างเป็นระบบแนวคิดและอภิปรายผลรวมทั้งการเสนอแนะข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาเสริมผลการวิจัยเชิงปริมาณให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 360 ตัวอย่าง ส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์ถึงบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับการเก็บข้อมูล พร้อมแนบแบบชี้แจงอาสาสมัครและแบบยินยอมอาสาสมัคร โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะการแจกแจงของตัวแปร 2) ทำการวิเคราะห์ระดับปัจจัยโดยการมีเกณฑ์การกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการวัดข้อมูลเป็นหน่วย

เดียวกันมีค่าระดับของคะแนนตามมาตรวัดจิตพิสัยด้วยมาตรวัด Likert scale 5 ระดับ (Likert, 1932) การแปลความหมายพิจารณาจากค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981) และ 3) สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร โดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปร ตรวจสอบแบบจำลองเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกตัวจากวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่มีผลต่อตัวแปร ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์เพื่อค่าสถิติสำคัญในการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการถอดทอนข้อมูล จากบทสัมภาษณ์ทั้ง 20 คน ให้เหลือเฉพาะประเด็นคำถาม นำข้อมูลมาจัดระเบียบข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อหาข้อสรุปและตีความ ประกอบบริบท ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) จากนั้นนำเสนอข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยแล้วนำมาสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตประชาชน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ระยะเวลาเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี อยู่ระหว่าง 1-3 ปี

ระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี การมีส่วนร่วมของสมาชิก การบริหารจัดการที่ดี การผลิตสินค้าและบริการ และการจัดการตลาดแบบบูรณาการ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ข้อ	ระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ	4.22	0.653	มาก
2	ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว	4.15	0.679	มาก
3	ด้านรายได้ของชุมชน	4.24	0.622	มาก
4	ด้านคุณภาพชีวิต	4.23	0.664	มาก
ภาพรวม		4.21	0.587	มาก
ข้อ	ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการวิเคราะห์ปัญหา	3.76	0.929	มาก
2	ด้านการวางแผนดำเนินการ	4.00	0.745	มาก
3	ด้านการดำเนินกิจกรรม	4.01	0.846	มาก
4	ด้านการประเมินผล	3.92	0.898	มาก
ภาพรวม		3.92	0.763	มาก

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร (ต่อ)

ข้อ	ระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการจัดการความรู้	4.15	0.667	มาก
2	ด้านการจัดการทีม	4.16	0.677	มาก
3	ด้านการจัดการความพึงพอใจของสมาชิก	4.18	0.667	มาก
ภาพรวม		4.16	0.604	มาก
ข้อ	ระดับการผลิตสินค้าและบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ	4.18	0.648	มาก
2	ด้านการผลิตที่ทันสมัย	4.17	0.663	มาก
3	ด้านการสร้างการดึงดูดใจ	4.17	0.774	มาก
4	ด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม	4.16	0.687	มาก
ภาพรวม		4.17	0.576	มาก
ข้อ	ระดับการจัดการตลาดแบบบูรณาการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการตลาดที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วม	4.17	0.665	มาก
2	ด้านกลยุทธ์การตลาดแบบไร้รอยต่อ	4.19	0.664	มาก
3	ด้านการเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง	4.21	0.664	มาก
ภาพรวม		4.19	0.605	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า 1) ระดับของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน 2) ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน 3) ระดับการบริหารจัดการที่ดี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน 4) ระดับการผลิตสินค้าและบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน และ 5) ระดับการจัดการตลาดแบบบูรณาการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในแต่ละโมเดล มีตัวบ่งชี้ทั้งสิ้น 18 ตัว ใช้วัดตัวแปรแฝง 5 ตัวแปร ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Sk) และค่าความโด่ง (Ku) โดยแยกวิเคราะห์ตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของทุกตัวแปร มีการกระจายไม่แตกต่างกันมาก มีค่าอยู่ระหว่าง ร้อยละ 24.4 - ร้อยละ 34.2 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการกระจายในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า มีการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะสูงโด่งกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งมากกว่า 0) แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลน้อย เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลต่อไป

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเบื้องต้นตัวแปรสังเกต

ตัวแปร	\bar{X}	ระดับ	S.D.	Variance	Skewness	Kurtosis
OTOPN	4.21	มาก	0.587	0.245	-0.782	0.269
COMPA	3.92	มาก	0.763	0.342	-0.747	0.014
GOMNG	4.16	มาก	0.604	0.268	-0.795	0.064
PRSER	4.17	มาก	0.576	0.244	-0.889	0.554
INMKT	4.19	มาก	0.605	0.288	-0.979	0.651

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ใช้เกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) (Pearson, 1920) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต

	PROBA	ACTPL	ACTIV	EVALU	KNMNG	TEMNG	SAMNG	ACMAT	MOPRO	CRATT	VALAD	PAMKT	OMNIC	COINS	QUAGS	NUTOU	COMIN	QOLIF	
PROBA	1																		
ACTPL	0.516**	1																	
ACTIV	0.557**	0.604**	1																
EVALU	0.564**	0.532**	0.610**	1															
KNMNG	0.464**	0.573**	0.546**	0.519**	1														
TEMNG	0.330**	0.548**	0.452**	0.469**	0.521**	1													
SAMNG	0.361**	0.528**	0.496**	0.520**	0.512**	0.555**	1												
ACMAT	0.405**	0.482**	0.494**	0.535**	0.600**	0.572**	0.612**	1											
MOPRO	0.415**	0.552**	0.509**	0.464**	0.537**	0.516**	0.528**	0.575**	1										
CRATT	0.391**	0.575**	0.489**	0.393**	0.543**	0.517**	0.589**	0.573**	0.515**	1									
VALAD	0.375**	0.523**	0.435**	0.466**	0.542**	0.533**	0.554**	0.611**	0.560**	0.537**	1								
PAMKT	0.386**	0.534**	0.472**	0.501**	0.575**	0.520**	0.605**	0.554**	0.613**	0.547**	0.548**	1							
OMNIC	0.351**	0.510**	0.427**	0.406**	0.594**	0.491**	0.570**	0.557**	0.604**	0.568**	0.516**	0.521**	1						
COINS	0.349**	0.474**	0.472**	0.478**	0.503**	0.521**	0.593**	0.590**	0.560**	0.560**	0.610**	0.603**	0.546**	1					
QUAGS	0.334**	0.474**	0.440**	0.446**	0.587**	0.579**	0.545**	0.583**	0.602**	0.533**	0.554**	0.556**	0.600**	0.566**	1				
NUTOU	0.242**	0.448**	0.435**	0.320**	0.597**	0.534**	0.596**	0.594**	0.595**	0.575**	0.573**	0.534**	0.575**	0.601**	0.613**	1			
COMIN	0.328**	0.504**	0.448**	0.354**	0.519**	0.546**	0.548**	0.494**	0.526**	0.566**	0.596**	0.591**	0.558**	0.598**	0.542**	0.565**	1		
QOLIF	0.092**	0.465**	0.428**	0.356**	0.507**	0.543**	0.523**	0.483**	0.471**	0.591**	0.505**	0.528**	0.528**	0.584**	0.559**	0.541**	0.606**	1	

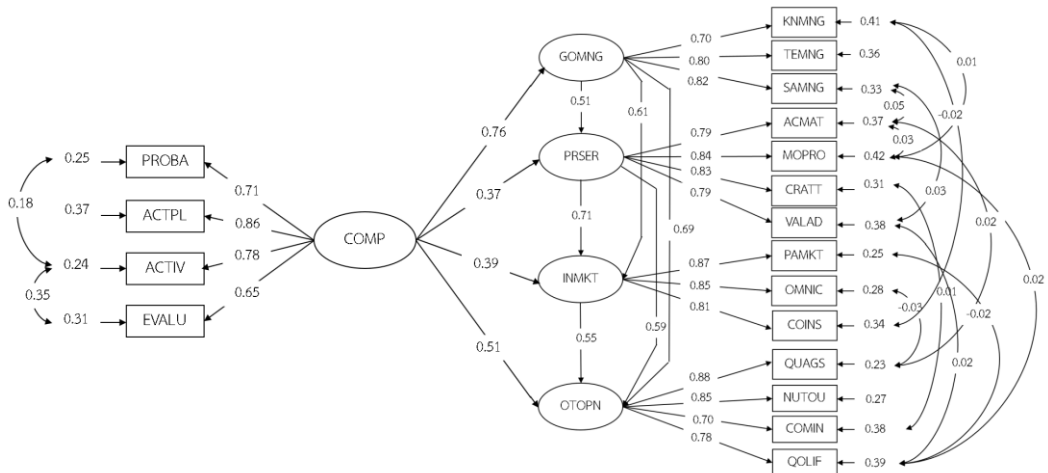
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.951

Bartlett's Test of Sphericity = 5062.784, df = 153, p = 0.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.092 ถึง 0.613 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (**). ตัวแปรสังเกตได้คู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าและบริการ (QUAGS) กับ จำนวนนักท่องเที่ยว (NUTOU) ($r = 0.613$) สำหรับตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด ได้แก่ การวิเคราะห์ปัญหา (PROBA) กับ คุณภาพชีวิต (QOLIF) ($r = 0.092$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ในภาพรวม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 เป็นค่าความสัมพันธ์ที่สามารถรับได้ (Hair et al, 2014) และสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.951 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรของโมเดลชุดนี้มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมพอที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของการมีส่วนร่วมของสมาชิก การบริหารจัดการที่ดี การผลิตสินค้าและบริการ และการจัดการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรมเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้แบบจำลองสมการโครงสร้างดังภาพที่ 2



Chi-square = 205.49, df = 104, p-value = 0.06002, RMSEA = 0.042

ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้าง

จากแบบจำลองตามภาพที่ 2 สามารถอธิบายเส้นทางความสัมพันธ์ได้ผลลัพธ์ของแบบจำลอง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (standardized regression coefficient) พบว่า Chi-square = 205.49, df = 104, p-value = 0.06002, RMSEA = 0.042, RMR = 0.02, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.98, PGFI = 0.66, NFI = 0.96 ตัวชี้วัดการเข้ากันได้ดีของข้อมูลเป็นไปตามเกณฑ์ และการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่ส่งต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม

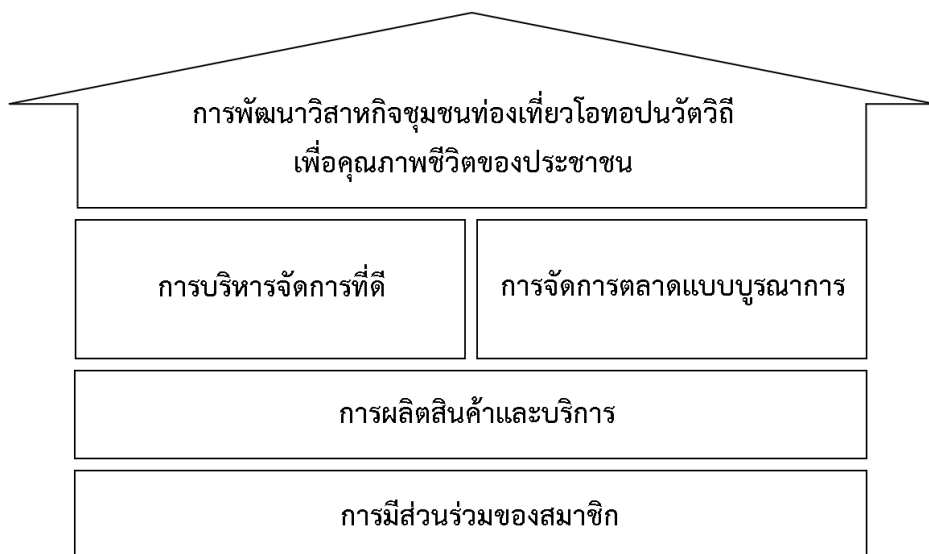
อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล		
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
การมีส่วนร่วมของสมาชิก	0.51**	0.21**	0.72**
การบริหารจัดการที่ดี	0.69**	0.29**	0.98**
การผลิตสินค้าและบริการ	0.59**	0.39**	0.98**
การจัดการตลาดแบบบูรณาการ	0.55*	-	0.55*

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การบริหารจัดการที่ดี และการผลิตสินค้าและบริการ มีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม มากที่สุด รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิก และการจัดการตลาดแบบบูรณาการ เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลทางตรง

ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี พบว่า การบริหารจัดการที่ดี มีอิทธิพลทางตรงมากที่สุด รองลงมา คือ การผลิตสินค้าและบริการ การจัดการตลาดแบบบูรณาการ และการมีส่วนร่วมของสมาชิก สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี พบว่า การผลิตสินค้าและบริการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี มากที่สุด รองลงมา คือ การบริหารจัดการที่ดี และการมีส่วนร่วมของสมาชิก ตามลำดับ

3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชนสามารถอธิบายอธิบายได้ว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกและคนในชุมชนเป็นฐานผลักดันการผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพดีและตรงกับความต้องการของตลาดสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนได้ ผ่านการบริหารจัดการที่ดี และการจัดการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีที่เป็นรูปธรรม ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ เมื่อผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่นจะมีสถานะทางการเงินที่มั่นคงมากขึ้น กินดีอยู่ดีมากขึ้น สามารถสร้างรายได้ควบคู่กับการอยู่ร่วมกันของครอบครัว ไม่ต้องออกไปหางานทำนอกพื้นที่ รักรับบ้านเกิดของตนมากขึ้น และเกิดความยั่งยืนในชุมชน สามารถอธิบายได้ตามแผนภาพการพัฒนาในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชน

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมได้มีการบูรณาการความร่วมมือจากสมาชิก ภาครัฐ หน่วยงานภายนอก และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นออกสู่ตลาดได้มากขึ้น สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการนำทรัพยากรท้องถิ่นมาผลิตหรือแปรรูปเพื่อสะท้อนคุณค่าของอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของคนในชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว สมาชิกและคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์ (2560) การวางแผนพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต ร่วมกับกระบวนการผลิตที่ทันสมัย สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนที่สร้างการดึงดูดใจ เป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการของชุมชนจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤดี เสริมชยุต (2563) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นำความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวชุมชน สร้างองค์ความรู้ที่เป็นหลักในกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนา เพื่อผลักดันความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันพัฒนาความรู้ สร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตและเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก มีการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าโอทอปที่เชื่อมต่อกับตลาดประชารัฐ และสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์จะทำให้นำสินค้าออกขายนอกชุมชนได้เพิ่มมากขึ้น ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การบริหารจัดการที่ดีมีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมจังหวัดอุดรธานี ผู้นำกลุ่มและผู้นำชุมชนที่มีการบริหารจัดการที่ดีจะทำให้วิสาหกิจชุมชนฯ บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับกลยุทธ์การบริหารจัดการของ ปิยะดา พิศาลบุตร (2561) กลยุทธ์การพัฒนาภายในวิสาหกิจชุมชน และกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนภายในวิสาหกิจชุมชน ผู้ที่มีบทบาทสำคัญ คือ ผู้นำชุมชน วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งมักประสบปัญหาเรื่องข้อจำกัดเรื่องความรู้ การคิด และการเรียนรู้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน (วิศลย์ธีรา เมตตานนท์, 2560) และการตลาดดิจิทัลมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ (กุลยา อุปพงษ์, และคณะ, 2565)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมเพื่อให้คุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้น เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกสร้างความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนในการดำเนินการผลิต ร่วมกันวางแผนการผลิต และแบ่งงานกันทำตามความถนัด ควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสตรีในชุมชนให้มีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเท่าเทียมกันในชุมชนและสังคม เปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน ซึ่งเป็นฐานผลิตภัณฑ์การผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพดี ด้านการบริหารจัดการที่ดี ต้องสร้างความเข้าใจกับสมาชิกในกลุ่ม และเปิดรับข้อมูลความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ สมาชิกมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าให้สมาชิกรายอื่น ได้เรียนรู้และต่อยอดจากผู้เชี่ยวชาญในชุมชน หรือปราชญ์ชุมชน มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอกมาให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการผลิตสินค้าและบริการ ต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จะเป็นสิ่งดึงดูดใจในการซื้อสินค้าและบริการ สินค้าต้องมีคุณภาพ มาตรฐาน มีความสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการตลาดแบบบูรณาการ ควรปรับเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายในหลากหลายช่องทางมากขึ้น ทั้งแบบจำหน่ายผ่านหน้าร้าน และจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเสนอแนะติชมผลิตภัณฑ์และนำข้อมูลนั้นมาปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เร่งทำการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นจะช่วยสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

องค์ความรู้จากการวิจัย

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีเพื่อคุณภาพชีวิตประชาชนที่ดีขึ้น จำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวิเคราะห์ปัญหา ร่วมวางแผนดำเนินการ ร่วมดำเนินกิจกรรม และร่วมประเมินผล ต้องมีการบริหารจัดการความรู้ จัดการทีม และจัดการความพึงพอใจของสมาชิก เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่ทันสมัย สร้างการดึงดูดใจเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพราคาประหยัด และสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผสานกับการจัดการตลาดแบบบูรณาการ โดยทำการตลาดที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วม มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และมีการเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งมากขึ้น จะส่งผลให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีมีประสิทธิผลสูงและชีวิตประชาชนที่ดีขึ้น สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยควรให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกและคนในชุมชน เน้นการบริหารจัดการที่ดีเพราะมีอิทธิพลสูงสุดในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีในประเด็นกิจกรรมด้านการจัดการความรู้ การจัดการทีม และการจัดการความพึงพอใจของสมาชิก ควรเปิดรับข้อมูลความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ ซึ่งอาศัยการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐ จากผู้เชี่ยวชาญในชุมชน หรือปราชญ์ชุมชน เพื่อต่อ

ยอดและสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และจัดการตลาดแบบบูรณาการเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวรายใหม่เข้ามาสู่ชุมชน เน้นการตลาดที่ผู้บริโภคมมีส่วนร่วม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายโดยสร้างกลยุทธ์การตลาดแบบไร้รอยต่อให้ติดต่อกับสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ในทุกช่องทางและทุกแพลตฟอร์มจะเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2564). *ภาพรวม OTOP*. สืบค้น 5 มกราคม, 2564, จาก <https://cep.cdd.go.th/otopdata/%a1-otop>
- กุลยา อุปพงษ์ และคณะ. (2565). การพัฒนาการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการทอผ้าจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 11(1), 175-195.
- จงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2557). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 10(1), 97-122.
- ปิยะดา พิศาลบุตร. (2561). กลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(1), 105-120.
- ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(4), 51-61.
- วิศลย์ธีรา เมตตานนท์. (2560). การจัดการความรู้ในวิสาหกิจชุมชน: ทางเลือกในการพัฒนาความสามารถในการอยู่รอด. *HROD Journal*, 9(1), 103-126.
- อุทัย ปริญญาสุทินนท์. (2560). วิสาหกิจชุมชน ปฏิทรรศน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 37(2), 131-150.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Diamantopoulos, A. & Sigauw, J. A., (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. London: SAGE Publications, Inc.
- Emeka, N., N et al. (2007). Social Investment through Community Enterprise. *Journal of Business Ethics*, 73(1), 91-101.
- Hair, J. F., et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. LA: SAGE.

- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 44–53.
- Pearson, K. (1920). Notes on the history of correlation. *Biometrika*, 13(1), 25-45.
- Swink, M., et al. (2014). *Managing Operations Across the Supply Chain* (4th ed.). New York: McGraw-Hall.

