

บทคัดย่อ

เรื่อง	: กลยุทธ์การจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ
ผู้วิจัย	: ชมภูณัฐ ดาวเรือง
ชื่อปริญญา	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย อันพิมพ์
คำสำคัญ	: กลยุทธ์การจัดการ, การจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี, อำเภอขุนหาญ

กลยุทธ์การจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ในประเด็น (1) ข้อมูลทั่วไปในการจัดการชุมชนท่องเที่ยว (2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชน และ (3) สร้างรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 23 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม แล้วนำมาวิเคราะห์ SWOT Analysis และกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix เป็นกรอบในการกำหนดกลยุทธ์ทั้ง 4 ประเภทได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ ผลการศึกษาพบว่า

(1) ข้อมูลทั่วไปในการจัดการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ บางชุมชนที่นำมาเข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนี้นั้นมีอัตลักษณ์ไม่ชัดเจน ซึ่งอาจเกิดจากการคัดเลือกชุมชนที่ทางหน่วยงานภาครัฐเน้นปริมาณชุมชนที่ต้องเข้าร่วมมากกว่าคุณภาพและศักยภาพของชุมชน

(2) ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ด้านบริหารจัดการ พบว่า ทุกชุมชนมีโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อแบ่งหน้าที่ โดยหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมหรือเป็นที่ปรึกษาในการจัดประชุม ด้านการตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนแต่ละพื้นที่มีลักษณะแตกต่างจากที่อื่น เช่น การตั้งราคาอย่างเป็นธรรม การจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ ด้านการบริการ พบว่า ทุกชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการ และเชื่อมั่นว่าทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของตนเองมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งเงิน พบว่า ชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่าย ทั้งในระบบ กึ่งระบบและนอกระบบ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน และ

(3) รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ (3.1) กลยุทธ์เชิงรุก ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชนโดยให้ภาครัฐเข้าร่วมสนับสนุน (3.2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข อบรมสมาชิกในชุมชนการจัดทำแผนการปฏิบัติงานติดตามและประเมินผล โดยหน่วยงานภาครัฐจัดหาผู้ที่มีทักษะความรู้เข้ามาให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชน (3.3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน สร้างความเชื่อมั่น โดยสร้างมาตรการป้องกันโควิด และทำประกันการท่องเที่ยว

เพื่อความปลอดภัยในการทำกิจกรรม (3.4) กลยุทธ์เชิงรับ สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนออกแบบกิจกรรมเอง เป็นกิจกรรมเสริมที่ไม่ได้อยู่ในแผน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ABSTRACT

TITLE : STRATEGIC MANAGEMENT FOR OTOP INNO-LIFE COMMUNITY-BASED
TOURISM: A CASE STUDY OF KHUNHAN DISTRICT, SI SA KET PROVINCE
AUTHOR : CHOMPUNUCH DAWREANG
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
ADVISOR : ASST. PROF. UTHAI UNPHIM, Ph.D.
KEYWORDS : MANAGEMENT STRATEGY, MANAGEMENT OF OTOP INNO-LIFE
TOURISM-BASED COMMUNITIES, KHUNHAN DISTRICT

The objectives of this study were to gather comprehensive information on strategy management, SWOT analysis, and the development of a suitable strategic management framework. Qualitative research methods, including In-depth Interviews and Focus Group discussions, were utilized to collect data from 23 key informants. The data underwent meticulous analysis using the SWOT Analysis technique, and strategic formulations were devised using the TOWS Matrix. The study yielded the following outcomes:

Firstly, the study revealed that government agencies lack clarity regarding the eligibility of certain communities in the OTOP Inno-Life tourism project. This ambiguity arises due to the system's emphasis on quantity over quality and progress. A more inclusive selection process is needed to recognize the quality and advancements of participating communities.

Secondly, an in-depth analysis of the internal and external environment of the OTOP Inno-Life Tourism Community in the Khun Han District, Si Sa Ket Province was conducted. Four critical issues were identified. Management structures within each community displayed a clear organizational framework, enabling effective collaboration with government agencies. Marketing practices varied across communities, including competitive pricing, attractive promotions, and robust online public relations, actively supported by public agencies. Each community demonstrated preparedness to provide high-quality services, believing in the unique features of their tourist attractions. Communities had easy access to funding sources through formal, semi-formal, and informal systems, with additional government support.

Lastly, a strategic management style suitable for the OTOP Inno-Life tourism community in the Khun Han District, Si Sa Ket Province was proposed. This approach includes four key strategies: a proactive strategy to promote community tourism, corrective strategies involving training programs and evaluation processes, preventive

strategies to enhance confidence among tourists through COVID-19 prevention measures and travel insurance, and a defensive strategy enabling communities to design additional activities beyond the original plan.

In conclusion, this study provides valuable insights into strategy management, SWOT analysis, and the development of strategic management frameworks for the OTOP Inno-Life tourism community. It highlights the need for a more inclusive selection process, reveals critical issues within the community's environment, and proposes strategic approaches to enhance community tourism.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี