

แนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เปรียบ ในการแข่งขัน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านดอนในตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

Guidelines for creating tourism competitive advantage to enhance the tourism resource component Case study : Bandonnai Laemphakbia Banlaem Phetchaburi

ภาวิณี สุขบรรเทิง¹/กนกกานต์ แก้วนุช²
Phawinee Sukbanterng¹ / Kanokkarn Kaewnuch²

¹นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹Master student in management program in integrated tourism and hospitality management, Faculty of The Graduate school of tourism management, National institute of development administration.

²รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, อาจารย์ประจำคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

²Assoc. Prof. Dr., Advisor, Faculty of The Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration

Corresponding author E-mail: phawinee.suk4@gmail.com

(Received: March 15, 2022; Revised: April 14, 2022; Accepted: October 31, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านดอนในตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี 2) เพื่อประเมินศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวและความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน และ 4) เพื่อหาแนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ สุดท้ายนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาประชมกลุ่มย่อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกแบบเจาะจง เพื่อหาแนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนบ้านดอนในมีองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว 8 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว 5) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว 6) ความเป็นดั้งเดิม 7) การยอมรับ

ในแหล่งท่องเที่ยว 8) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ เมื่อประเมินศักยภาพองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 8 องค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยความเป็นดั้งเดิม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุด ในด้านศักยภาพด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า การสร้างความแตกต่าง มีศักยภาพสูงสุด รองลงมา คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม น้อยที่สุด ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน พบว่า ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน 6 ตัวแปร สามารถพยากรณ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ดีที่สุด คือ การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นดั้งเดิม สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากนั้น นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาทำการประชุมกลุ่มย่อย โดยชุมชนมีการจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวจาก 6 อันดับ ตามความสามารถของชุมชนที่จะดำเนินการได้ และได้แนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชน 5 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ 4) แนวทางการพัฒนาการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว และความดั้งเดิม และ 5) แนวทางการสร้างรูปแบบความสำเร็จ เป็นต้นแบบแห่งความสำเร็จให้แก่ชุมชนอื่นด้วยการถอดเป็นองค์ความรู้เพื่อเป็นทางลัดให้คนในชุมชนมาศึกษาดูงาน

คำสำคัญ: ทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the composition of tourism resources of the Ban Don Nai community, Laem Phak Bia Subdistrict, Ban Laem District, Phetchaburi, 2) to assess the potential components of tourism resources and the competitive advantage of the Ban Don Nai community, 3) to analyze the composition of tourism resources that affect the building of the competitive advantages in Ban Don Nai community, and 4) to find ways to enhance the components of tourism resources to create a competitive advantage in Ban Don Nai community. The research method was Mixed Method. In-depth interview of 9 key informants by purposive selection and quantitative data were collected through questionnaires. The sample of this research consisted of 400 samples who were Thai tourists by a specific method (Purposive sampling). The researcher used descriptive statistics, analysis of Pearson's Correlation Coefficient and analysis of multiple linear regression (Multiple Linear regression) to analyze data. Finally, the results of the data analysis were gathered using focus group. Purposive sampling consisted of 16 members, those involved in tourism management and academics, to find ways to enhance the composition of tourism resources to create a competitive advantage.

The results showed that when assessing the potential of 8A's tourism components, the study found that the acceptance factor in tourism sites (Acceptance) had the highest potential, followed by the traditional one (Authenticity), and facilities in tourist attractions (Amenities) had the least potential. For the competitive advantage potential in terms of competitive advantages, the study found that differentiation had the highest potential, followed by cost leadership, and the focus on niche markets had the least potential. The results of the analysis of the composition of tourism resources that affect the building of the competitive advantage of the Ban Don Nai community was that tourism resource factors had a positive influence on building competitive advantages of the Ban Don Nai community in 6 variables. The best predictor of generating competitive advantage was the acceptance in tourist attractions used to search for information via mobile phones (Android Application/IOS), Management of services in tourist attractions (Ancillary services), Traditional (Authenticity) tourism attraction (Attractions) and facilities in tourist attractions (Amenities), respectively.

Then, the researcher brought the results of the data analysis to a small group meeting (Focus Group). The community prioritized the development of tourism resources from 6 places according to the community's ability to operate and advise five guidelines for upgrading the components of tourism resources to create a competitive advantage for the community. The first guideline is for developing tourism attractions. The second guideline is for developing facilities and service management in tourist attractions. The third guideline is for developing a program for searching information via mobile phones (IOS/Android). The fourth guideline is for developing acceptance in tourist attractions. The last guideline is for building a successful model for other communities by applying it as a body of knowledge and a shortcut for people to study and visit.

Key word: tourism resources, community tourism, competitive advantage

บทนำ

ปัจจุบันภาครัฐใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากและการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนเพื่อประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กรมการพัฒนาชุมชนเป็นอีกหน่วยงานสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่นให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐในโครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีเป็นธุรกิจชุมชนที่นำผลิตภัณฑ์โอท็อปและการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนด้วยการใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงมาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ชุมชนจึงต้องเรียนรู้ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ยึดหลักความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มาช่วยป้องกันและแก้ปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด ที่มักมองข้ามว่า การท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบเชิงลบจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นเสมอหากไม่มีการจัดการที่ดีพอ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา ทางเลือกที่ทำให้เกิดความยั่งยืนก็คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (การท่องเที่ยว

แห่งประเทศไทย, 2561) เมื่อชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเข้มแข็งก็สามารถนำทรัพยากรที่ตนเองมีส่งต่อเป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และยังสามารถแบ่งปันผลประโยชน์ กระจายรายได้สู่ชุมชนรอบข้างได้เช่นกัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) ดังเช่นที่จังหวัดเพชรบุรีที่มีชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีที่มีการดำเนินงานในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ที่เริ่มมีการพัฒนาจากการเป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว (OTOP Village Champion) ของกรมการพัฒนาชุมชน ในปี พ.ศ.2560 (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560) ต่อเนื่องมาถึงปี พ.ศ.2561 ได้รับคัดเลือกเป็น 1 ใน 30 ของชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถี ของจังหวัดเพชรบุรี ตั้งอยู่ในเส้นทางถนนเลียบชายฝั่งคลองโคลน-ชะอำ จึงเดินทางมาได้อย่างสะดวก มีเอกลักษณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติริมชายฝั่งทะเลและวิถีชีวิตชาวประมง ที่มีความอุดมสมบูรณ์ซึ่งเป็นผลจากการจัดตั้งวิสาหกิจธนาคารปูม้าและแพปลาชุมชนแหลมผักเบี้ย ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 และพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการเว้นระยะการเจริญเติบโตของสัตว์ทะเล และปล่อยปูม้าไข่นอกกระดองคืนสู่ธรรมชาติเพื่อเป็นแหล่งอาหารที่สมบูรณ์ในระยะยาว ต่อยอดจนเป็นร้านอาหารโอท็อปอร่อยที่เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชาวแหลมผักเบี้ย ที่มีทั้งกิจกรรมล่องเรือชมหาดทรายเม็ดแรก ชมวาฬบูด้า ปล่อยลูกปูม้า มีสินค้าของฝากจากอาหารทะเลสดและแปรรูป เมื่อชุมชนได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชน และช่องทางออนไลน์ จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวพักผ่อนโดยเฉพาะการมารับประทานอาหารทะเล และส่งผลให้ชุมชนเองรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่ทั่วถึง ด้วยบุคลากรมีจำกัดจึงบริการได้ล่าช้า ด้านสิ่งแวดล้อมแม้จะมีการรณรงค์เรื่องการจัดการขยะ แต่แหล่งท่องเที่ยว “จุดชมวิวดหาดทรายเม็ดแรก” ยังคงมีปริมาณขยะที่มาจากบนบกและจากทะเลพัดเข้าสู่ชายฝั่งเพราะเป็นจุดที่น้ำทะเลดูดขยะจากปากอ่าวพัดเข้าฝั่งมาเป็นจุดแรก ขาดการบำรุงรักษาภูมิทัศน์เส้นทางเดินเท้าถึงให้สะอาดสวยงามดูปลอดภัยอยู่เสมอ รวมถึงจุดถ่ายรูปชำรุดไม่ได้รับการซ่อมแซม ทำให้เสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวลดลงจากที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเอาไว้ ด้านสินค้าของที่ระลึกยังไม่มีมีการสร้างเรื่องราวลงในบรรจุภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอความแตกต่างและเป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้มากขึ้น ชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ยจึงต้องเร่งหาแนวทางแก้ไขผลกระทบที่กำลังเกิดขึ้นเหล่านี้เพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันอยู่ในตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไปในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

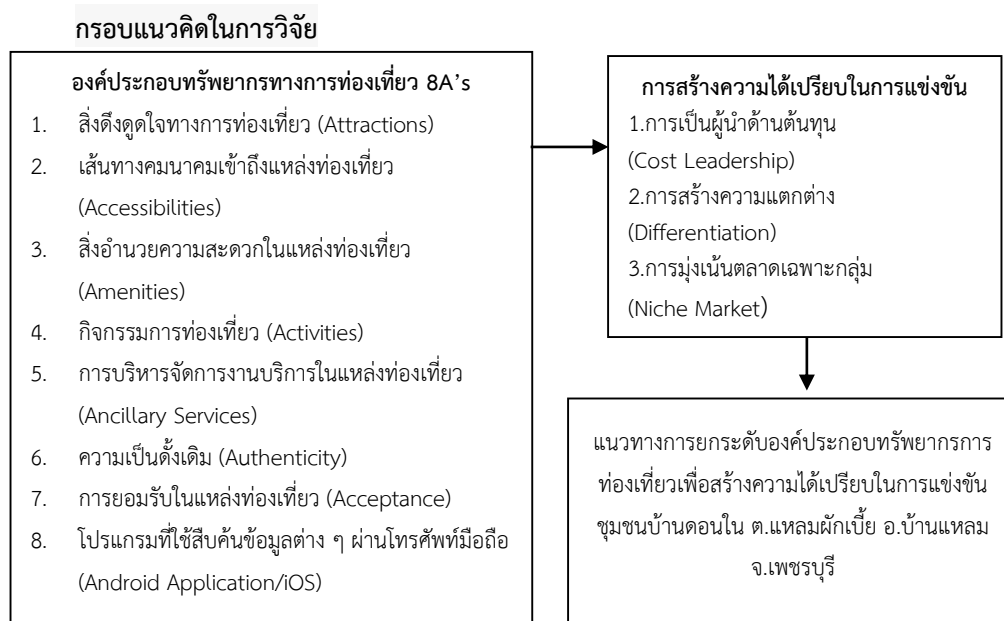
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อประเมินศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวและความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อหาแนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี 8 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 5) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) 6) ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) 7) การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) และ 8) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Android Application/IOS) (ทัศนีย์ นาคเสนีย์, 2560; มาศศุภา นิมบุญจาซ, 2558; อิศระพงษ์ เขียนปัญญา, 2560) และความได้เปรียบในการแข่งขัน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) 2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และ 3) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) (Thomas L. Wheelen, 2017)

2. ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในตำบลแหลมผักเบี้ย เจ้าหน้าที่ภาครัฐในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods rResearch) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีต่าง ๆ จากนั้นทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการฐานเรียนรู้ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อศึกษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ความพร้อมในการให้บริการให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม

ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) เพื่อหาแนวทางยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จากนั้นวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลในมุมมองของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน มาทำการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการฐานเรียนรู้ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนอีกครั้ง เพื่อให้ได้แนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 8 องค์ประกอบ จากวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) พบว่า

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ หาดทรายเม็ดแรก หาดชมจันทร์ หาดชมตะวัน และชายหาดวัดสมุทรธาราม สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ วิถีชีวิตประมงชายฝั่ง การทำนาเกลือ การเลี้ยงสาหร่ายพวงองุ่น ด้านประเพณี มีการสักการะเจ้าพ่อตัวเล่าเอื้อะ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มคานเรือเล็ก ที่ต่อเรือประมงขนาดเล็ก และทำอวนจับสัตว์น้ำ ด้านโบราณสถานและศาสนา มีวัดสมุทรโคดมและวัดสมุทรธาราม และด้านแหล่งเรียนรู้ ชุมชนมีฐานเรียนรู้ 6 ฐาน ได้แก่ 1) ธนาคารปูม้า 2) วิสาหกิจแพปลาชุมชน (ร้านไอ้โห่ปูอร่อย) 3) จักสานรูปปลา 4) สาหร่ายพวงองุ่น 5) ผักไฮโดรโปนิคส์ และ 6) ผ้ามัดย้อมเปลือกโกกาท

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) การเดินทางมายังชุมชนแหลมผักเบี้ย สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถส่วนตัว ผ่านเส้นทางถนนเพชรเกษมเข้าตัวเมืองเพชรบุรี และเส้นทางจากถนนพระราม 2 เลียบชายฝั่งทะเล มีป้ายบอกทางมายังชุมชนเป็นระยะ สภาพถนนมีความปลอดภัย มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในระยะทางที่ไม่ไกล

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) พบว่าป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ยังมีไม่ครบทุกแห่ง ห้องน้ำสาธารณะและถังขยะยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะที่หาดชมจันทร์ หาดชมตะวัน ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ บริการร้านอาหารทะเลที่วิสาหกิจแพปลาชุมชน ท่องเที่ยวฐานเรียนรู้ ล่องเรือชมหาดทรายเม็ดแรก ดูนกดูวาฬ และปล่อยลูกปูม้า

5. การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ทางชุมชนมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 2 แห่ง คือ ที่วิสาหกิจแพปลาชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย มีหน่วยงานที่ให้บริการด้านนำเที่ยว 3 ราย คือ 1) นักดูนก ให้บริการเรือนำชมนก หายากและเป็นวิทยากรบรรยาย 2) ชมรมวาฬบุรดา ให้บริการเรือท่องเที่ยวพร้อมอาหารเครื่องดื่มและประกันอุบัติเหตุ และ 3) กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหลมผักเบี้ย ให้บริการอาหาร เรือท่องเที่ยว ศึกษาดูงานฐานเรียนรู้ แพ็คเก็จทัวร์พักโฮมสเตย์ และจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

6. ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) ชุมชนแหลมผักเบี้ยมีวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพที่พึ่งพาอาศัยธรรมชาติ จึงมีการทำอาชีพประมง ทำนาเกลือ การต่อเรือประมงขนาดเล็ก มีพืชท้องถิ่น ได้แก่ ชะคราม และผักเบี้ย เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้แก่ อาหารทะเลสด อาหารทะเลแห้ง เกลือ ดอกเกลือ เมนูอาหารท้องถิ่น ได้แก่ น้ำพริกแดงใบชะครามราดกะทิ แกงส้มใบชะคราม ขนมต้มใบชะคราม ผลิตภัณฑ์ของฝาก ได้แก่ ผ้ามัดย้อมจากเปลือกโกงกาง จักสานธูปฤๅษี และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ หาดทรายเม็ดแรก ในด้านการบริการเมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยมชมจะได้รับประสบการณ์ในการต้อนรับด้วยการสื่อสารสำเนียงท้องถิ่น ได้รับประทานอาหารพื้นบ้าน เทียวชมวิถีชีวิตชาวประมง หรือทำกิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ

7. การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ได้แก่ หาดทรายเม็ดแรก และร้านไอ้โห่ปอรร้อยของวิสาหกิจแพปลาชุมชน อีกทั้งชุมชนให้บริการด้วยความเป็นมิตรไมตรี การต้อนรับพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ช่วยเหลือให้ข้อมูลและแนะนำสถานที่เที่ยว ที่พัก ที่กินให้กับนักท่องเที่ยวได้ ให้บริการนักท่องเที่ยวให้ทั่วถึงและรวดเร็วด้วยการรับจองล่วงหน้า เพื่อจัดเตรียมกำลังคนให้เพียงพอ และบริหารเวลาในการทำกิจกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมกับชุมชนในกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การปล่อยลูกปูม้าคืนสู่ธรรมชาติ ตระหนักถึงความสำคัญและอนุรักษ์นก โดยทางชุมชนมีการจัดสรรรายได้จากผลการดำเนินงานเพื่อสาธารณประโยชน์และการรักษาสิ่งแวดล้อม

8. โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Android application/IOS) ทางชุมชนมีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กและไลน์ในการสร้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่องทางที่เป็นที่นิยมใช้ของคนส่วนใหญ่และเป็นวิธีที่ชุมชนสามารถใช้งานได้ง่าย โดยชุมชนใช้เฟซบุ๊กร้านไอ้โห่ปอรร้อย ประชาสัมพันธ์ภาพบรรยากาศของนักท่องเที่ยว ข่าวสารและกิจกรรมการท่องเที่ยว หาดทรายเม็ดแรกอย่างสม่ำเสมอ

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยนำมาออกแบบแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 400 คน และทำการประเมินศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวและความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนจากนักท่องเที่ยว ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน พบว่า

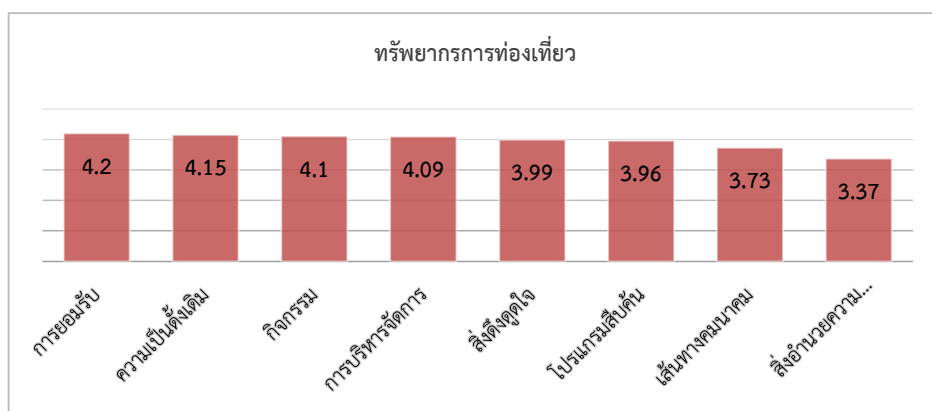
ตารางที่ 1 ค่าความถี่และร้อยละด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	1. ชาย	189	47.3
	2. หญิง	211	52.7
2. อายุ	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 23 ปี	35	8.8
	2. 23 - 40 ปี	185	46.2
	3. 41 - 55 ปี	111	27.7
	4. 56 - 74 ปี	68	17.0
	5. 75 - 95 ปี	1	.3

ตัวแปร	รายการ	ความถี่	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา	1. ระดับมัธยมศึกษา	38	9.5
	2. ปวช./ปวส.	23	5.8
	3. อนุปริญญาตรี	15	3.8
	4. ปริญญาตรี	230	57.5
	5. สูงกว่าปริญญาตรี	91	22.8
	6. อื่น ๆ	.3	.6
4. อาชีพ	1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	18.5
	2. พนักงานเอกชน	130	32.5
	3. กิจการส่วนตัว	121	30.3
	4. นักเรียน – นักศึกษา	34	8.4
	5. เกษียณ	32	8.0
	6.ว่างงาน	9	2.3
5. ยานพาหนะที่มา ท่องเที่ยว	1.รถส่วนตัว	367	91.8
	2. รถโดยสารประจำทาง	3	.7
	3. รถของกลุ่มทัวร์	5	1.3
	4. อื่น ๆ เช่น รถของบริษัท	25	6.2
6. บุคคลที่ร่วมเดินทาง	1.เดินทางคนเดียว	9	2.2
	2.เดินทางมากับเพื่อน	90	22.5
	3.เดินทางมากับครอบครัว	267	66.7
	4.เดินทางมากับที่ทำงาน/ สถานศึกษา	33	8.3
	5.อื่น ๆ	1	.3
7. วัตถุประสงค์ในการ เดินทาง มายังแหลมผักเบี้ย	1. พักผ่อน	341	85.3
	2. ศึกษาดูงาน/ประชุมสัมมนา	16	4.0
	3. เยี่ยมญาติ และหรือ ครอบครัว	14	3.5
	4.อื่น ๆ	29	7.2

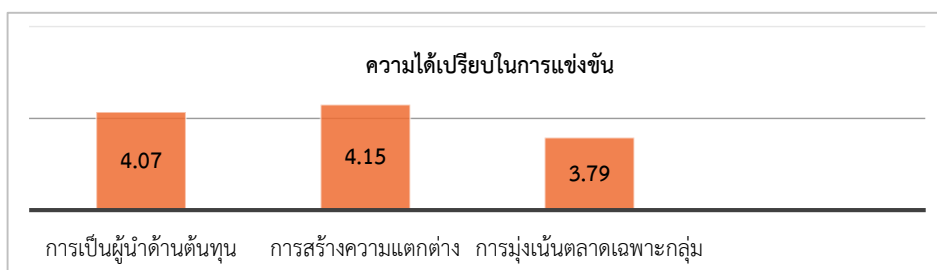
จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.7 มีช่วงอายุ 23-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.8 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาเป็นผู้ประกอบกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.3 ในด้านการเดินทางนั้นส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 91.8 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแหลมผักเบี้ย คือ มาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 85.3

จากนั้น ทำการจัดระดับศักยภาพขององค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ผลการจัดระดับศักยภาพองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยภาพรวมคะแนนเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก



ด้านการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงที่สุด รองลงมาคือความเป็นดั้งเดิมของชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมีระดับศักยภาพต่ำที่สุด

ผลการจัดระดับศักยภาพความได้เปรียบในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม คะแนนเฉลี่ย 4.0 อยู่ในระดับมาก



ด้านการสร้างความแตกต่างมีศักยภาพสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และด้านการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่มมีศักยภาพน้อยที่สุด

จากนั้นทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว	B	SE _B	β	T	Sig.	
(Constant)	.039	.149		.260	.795	
การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว	.150	.045	.166**	3.330	.001	3
การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว	.264	.049	.280**	5.345	.000	1
โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ	.156	.025	.212**	6.198	.000	2
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	.131	.029	.137**	4.456	.000	6
สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	.153	.041	.140**	3.778	.000	5
ความเป็นดั้งเดิม	.138	.052	.144**	2.634	.009	4

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถพยากรณ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ดีที่สุด 6 ปัจจัย คือ การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ (Android Application/IOS) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดแล้ว จึงได้นำผลการวิจัยไปทำการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับทุกฝ่ายที่ร่วมให้ข้อมูลในการจัดทำวิจัยและชาวบ้านในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการรับฟังผลการวิเคราะห์ข้อมูลและร่วมตัดสินใจในการกำหนดแนวทางในการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี จึงได้ข้อสรุป ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้วยการจัดปฏิทินการท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยวเรือยังไม่มีการวางแผนจัดกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรใช้ประโยชน์จากตารางและแอปพลิเคชันในการตรวจสอบระดับน้ำทะเลกำหนดเป็นปฏิทินการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและทำการจองล่วงหน้า ทำให้เกิดความสะดวกกับทั้งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

2. แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ติดตั้ง WiFi ให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากร้านไอ้โหลปู่อ้อยจัดเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก รวมถึงควรพัฒนาให้มีห้องน้ำและถังขยะในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่สาธารณะเพิ่มขึ้น และการพัฒนาการบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการจัดการขยะพัฒนาร้านไอ้โหลปู่อ้อยสู่การเป็นต้นแบบในการจัดการขยะ มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการร่วมกิจกรรมและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และพัฒนาการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวทั้งที่พัก บริษัทนำเที่ยวและหน่วยงานภายนอก

3. แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (IOS/Android) ประกอบด้วยประเด็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 2 เรื่อง คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ผ่านช่องทางที่หลากหลายขึ้น คือ Instagram และ Youtube

4. แนวทางการพัฒนาการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) ปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหลมผักเบี้ยกำหนดให้ปูมมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการอนุรักษ์ปูมมาเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว แต่ชุมชนยังมีทรัพยากรที่มีคุณค่าอีกหลายด้านที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และพัฒนาสู่การท่องเที่ยว สามารถพัฒนาได้ด้วยการให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อจะได้ทราบว่านักท่องเที่ยวชอบอะไร และต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขในเรื่องใด เพื่อเป็นการค้นหาจุดเด่นของชุมชนแหลมผักเบี้ยและนำคำแนะนำมาพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และการพัฒนาความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) การบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนที่ชัดเจนด้วยการสร้างเรื่องราว เรื่องปูมมาในด้านการอนุรักษ์ปูมมา วิธีการจับจากธรรมชาติผ่านกระบวนการงานมาสู่จานอาหาร สื่อถึงคุณภาพของปูมมาแหลมผักเบี้ยที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบด้วยการนำเสนอในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และนำผ้ามัดย้อมจากเปลือกโกกาทองซึ่งเป็นฐานเรียนรู้มาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในชุมชนมากขึ้น

โดยชุมชนให้ความสำคัญเร่งด่วนในการพัฒนาลำดับแรก คือ แนวทางการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 คือ ทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาการบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 คือ การพัฒนาการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นดั้งเดิม

5. การสร้างรูปแบบความสำเร็จ เป็นต้นแบบแห่งความสำเร็จให้แก่ชุมชนอื่นด้วยการถอดเป็นองค์ความรู้เพื่อเป็นทางเลือกให้คนในชุมชนมาศึกษาดูงานและนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง และสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับชุมชนร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้มากขึ้นและขยายเครือข่ายออกไปสู่ภายนอกได้กว้างขึ้นเป็นลำดับ

สรุปผลการวิจัย

องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ เมื่อจัดระดับศักยภาพแล้ว พบว่าในภาพรวมนั้นมีศักยภาพในระดับมาก แยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) มีระดับศักยภาพมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) น้อยที่สุด ระดับศักยภาพด้านการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้านเรียงตามระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) มีศักยภาพสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) และ ด้านมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) น้อยที่สุดตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพยากรณ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนในได้ดีที่สุด 6 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) 2) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Android Application/IOS) 3) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) 4) ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) 5) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) และ 6) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ตามลำดับ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

แนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 5 แนวทาง คือ 1) แนวทางการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้วยการจัดปฏิทินการท่องเที่ยว 2) แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ติดตั้ง WiFi ให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึงควรพัฒนาให้มีห้องน้ำและถังขยะในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่สาธารณะเพิ่มขึ้น 3) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการจัดการขยะ ความปลอดภัยในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และสุขอนามัย พัฒนาการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวทั้งที่พัก บริษัทนำเที่ยว และหน่วยงานภายนอก 4) แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (IOS/Android) พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 2 เรื่อง คือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ผ่านช่องทางที่หลากหลายขึ้น คือ Instagram และ Youtube 5) แนวทางการพัฒนาการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) ปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหลมผักเบี้ยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับด้านอาหารทะเลโดยเฉพาะปูม้า และการอนุรักษ์ปูม้า จึงควรส่งเสริมทรัพยากรทางธรรมชาติอื่น ๆ ให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และกระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติเพิ่มขึ้น 6) แนวทางการพัฒนาความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) การบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนที่ชัดเจนด้วยการสร้างเรื่องราว เรื่องปูม้า สื่อถึงคุณภาพของปูม้าและทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และนำผ้ามัดย้อมจากเปลือกโกกางซึ่งเป็นฐานเรียนรู้มาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในชุมชนมากขึ้น

การอภิปรายผล

1. ในด้านปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัย พบว่าภาพรวมของปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้านได้เกิดประโยชน์และสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ดี สอดคล้องกับผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ที่สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหลมผักเบี้ย ณ ปัจจุบันประสบความสำเร็จในระดับมาก ด้วยการใช้อาชีพประมงเป็นฐานในการสร้างการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปยังอาชีพและการบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ให้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเคารพในวิถีชีวิตท้องถิ่น มีการกำหนดอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนชัดเจนด้วยการมุ่งเน้นสร้าง story เรื่องปูม้า เชื่อมโยงไปกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและธรรมชาติของท้องถิ่น ใช้ช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่ง่ายต่อการใช้งานตามความถนัดของคนในชุมชน ซึ่งจากการศึกษาของ Michinori Uwasu, et.al. (2018) พบว่า การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพนำมาปรับใช้ให้เข้ากับสภาพสังคมท้องถิ่นและใช้ปัจจัยภายนอกเข้ามาหนุนเสริมอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด สามารถปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในชุมชนก่อให้เกิดการทำความเข้าใจลักษณะท้องถิ่น ตระหนักถึงความสัมพันธ์ของทรัพยากรกับชุมชนที่คำนึงถึงความสมดุลมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนและทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวรายด้าน ซึ่งเป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้านองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนแหลมผักเบี้ยจากองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ยและผู้ประกอบการฐานเรียนรู้ ผู้นำชุมชน และนำไปเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว สามารถอภิปรายองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้าน ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัย พบว่า 1.1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ มีวิถีชีวิตชาวประมงที่น่าท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมที่สะอาดปลอดภัย แต่สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติที่จุดชมวิวหาดทรายเม็ดแรกนั้นยังขาดความสวยงาม น่าประทับใจและต้องจัดการขยะในแนวชายหาดให้สะอาดอยู่เสมอเพื่อให้เป็นทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ 1.2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพระดับมาก แสดงให้เห็นว่ามีความสะดวกสบายต่อการเดินทางทั้งสภาพถนนและเส้นทางที่เดินทางมาถึงได้หลายเส้นทาง มีท่าเลที่ตั้งที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัด แต่ยังคงขาดป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อเป็นจุดสังเกตให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบเป็นระยะ รวมถึงป้ายที่ชัดเจนบ่งบอกให้ทราบว่าเดินทางมาถึงสถานที่แล้ว 1.3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ชุมชนต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้นโดยเฉพาะห้องน้ำสาธารณะและถังขยะ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรเป็นการประสานความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย ในการสนับสนุนงบประมาณในการสร้างห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว และการเพิ่มจำนวนถังขยะและรอบการจัดเก็บขยะในรายสัปดาห์ให้มากขึ้น 1.4) กิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพระดับมาก แสดงให้เห็นว่าชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและธรรมชาติที่น่าสนใจและหลากหลายตลอดทั้งปีที่มีการมีส่วนร่วมและรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัยและเป็นกิจกรรมที่มีราคาเหมาะสม 1.5) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การบริหารงานของวิสาหกิจชุมชนสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนและรวดเร็วตามกำลังความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จำกัดด้วยอาคารสถานที่และบุคลากรผู้ให้บริการ 1.6) ความเป็นดั้งเดิม ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัย พบว่า มีศักยภาพระดับมากแสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีการดึงดูดทุนทางธรรมชาติและวิถีชีวิตมาใช้ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างมาก ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ถึงความเป็นท้องถิ่นที่มอบประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ต่างไปจากเดิมที่นักท่องเที่ยวเคยได้รับ 1.7) การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีการแสดงออกในการต้อนรับช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยมิตรไมตรีที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจที่พร้อมจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติภายใต้เงื่อนไขกฎกติกาของชุมชน แต่ในด้านการบริการที่ทั่วถึงและรวดเร็วนั้นชุมชนต้องปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น 1.8) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า มีศักยภาพระดับมาก แสดงให้เห็นว่า โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ และเมื่อทำการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนแหลมผักเบี้ยก็สามารถพบข้อมูลที่ต้องการจากสื่อออนไลน์หรือ search engine ที่มีหน่วยงาน รายการท่องเที่ยว ได้เข้ามาถ่ายทำและเผยแพร่ข้อมูลทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ไม่จำกัดการเข้าถึงข้อมูลแค่เพียงเฟซบุ๊กของชุมชน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ก็จะไม่ทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวของชุมชนที่เป็นปัจจุบัน ฉะนั้นชุมชนจึงยังต้องพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่หลากหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าที่ใช้ Instagram หรือ Youtube และยังรวมไปถึงช่องทางการชำระเงินผ่าน mobile banking เป็นอีกช่องทางที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเพราะสถานที่ให้บริการที่มี ATM ในเส้นทางมายังชุมชนอยู่ใกล้เกินไป การรับชำระเงินออนไลน์จึงสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถอธิบายได้ดังนี้

2. ศักยภาพด้านการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าชุมชนมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่แตกต่างไปจากชุมชนใกล้เคียงในเส้นทางเลียบริมชายฝั่งทะเล (Scenic route) ที่มีต้นทุนทางธรรมชาติและวิถีชีวิตที่ใกล้เคียงกัน ด้วยการหยิบยกภูมิปัญญาที่กำหนดเป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว สร้างเรื่องราวให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์และวิถีชีวิตชาวประมง มุ่งเน้นที่คุณภาพอาหารและรสชาติของวัตถุดิบที่มีความเฉพาะตัว ชุมชนมีต้นทุนทางธรรมชาติและวิถีชีวิตที่นำมาผลิตเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตและทำกำไรได้มากขึ้นจากการยกระดับราคาสินค้าได้ด้วย Story ของคุณภาพวัตถุดิบที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและบริการหลังการขายที่ปรับเปลี่ยนสินค้าหากคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามที่ชุมชนได้แจ้งไว้ การท่องเที่ยวของชุมชนจึงเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มที่เดินทางเป็นครอบครัว และคณะศึกษาดูงาน กรู๊ปทัวร์ ซึ่งทางชุมชนมีข้อจำกัดเรื่องอาคารสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากกว่า 200 คน และยังคงไม่รับนักท่องเที่ยวมากเกินกว่าความสามารถในการรองรับเพื่อคงคุณภาพในการให้บริการเอาไว้ จากผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพรายด้าน พบว่าความเด่นชัดของชุมชนแหลมผักเบี้ยจึงเป็นด้านการสร้างความแตกต่างในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสามารถอธิบายจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันรายด้านได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในการวิจัย พบว่า 2.1) การสร้างความแตกต่าง มีศักยภาพในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการที่ชุมชนกำหนดให้ภูมิปัญญาคุณภาพเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวนั้นเป็นการสร้างความแตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มุ่งตรงมายังชุมชนแหลมผักเบี้ยได้ ด้วยเส้นทางคมนาคมที่เป็นเส้นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวในชะอำ - หัวหิน ที่เกื้อหนุนให้เกิดความคุ้มค่าในการเดินทางและนักท่องเที่ยวให้การสนับสนุนการประกอบการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน 2.2) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน พบว่า มีศักยภาพในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ชุมชนใช้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจากการจัดตั้งธนาคารปูม้ามาสร้างเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนที่เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมก็จะพบกิจกรรมนี้ได้ทุกวัน เชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งร้านอาหารโอท็อปอร่อยที่มีบุคคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ปูม้าที่จะช่วยกันให้ความรู้และให้บริการนักท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กัน เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด 2.3) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม พบว่า มีศักยภาพในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนแหลมผักเบี้ยเป็นการมอบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวโดยบุคคลากรในชุมชนมีความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ชุมชนยังต้องพัฒนาเรื่องการบริหารที่ทั่วถึงและรวดเร็วเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็กและผู้สูงอายุ เพราะส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นทางลาดสำหรับรถเข็น ห้องน้ำ แก้วน้ำ ในด้านกิจกรรมต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยบนเรือท่องเที่ยว และการดูแลนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะให้ทั่วถึง

3. ปัจจัยการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมื่อชุมชนแหลมผักเบี้ยสามารถเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวสูงขึ้น จะส่งผลให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงไปด้วย จากข้อสรุปดังกล่าวพิจารณาได้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้ามาใช้บริการแล้วสิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว คือ การที่

คนในชุมชนแสดงออกถึงความเป็นมิตรไมตรี เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น ได้มีส่วนร่วมในการอุดหนุนสินค้าชุมชนในรูปแบบวิถีชีวิตที่มีภูมิปัญญาของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงคุณค่าของการดำเนินงานและยินดีที่จะจ่ายเพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Prakash Upadhyay (2020) ที่พบว่านักท่องเที่ยวยอมรับต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ ได้รับประสบการณ์จากวิถีชีวิตท้องถิ่นและสิ่งที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใดคือการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Taeyeon Eom, et.al (2020) ที่ปรากฏผลทางวิจัยว่า นอกจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ กิจกรรมต่างๆของชุมชนจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวยอมรับและประทับใจแล้ว การกำหนดการบริการและการให้บริการของพนักงานยังมีความสำคัญนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแล้ว การที่นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นมิตรไมตรีและการบริการที่ดียังเป็นการระบุตัวตนของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นการเชื่อมโยงกันกับทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ

4. ปัจจัยการสืบค้นข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมื่อนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือแล้วพบข้อมูลหรือใช้บริการของชุมชนแหลมผักเบี้ยได้สูงจะส่งผลให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงไปด้วย จากข้อสรุปดังกล่าวพิจารณาได้ว่า ชุมชนสามารถใช้สื่อออนไลน์และมีการประชาสัมพันธ์ที่ค้นหาได้ในแหล่งสืบค้นออนไลน์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ดี สอดคล้องกับ Nugraheni and Nurhaeni (2018) สามารถแสดงได้ว่า การที่สามารถปรับตัวในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรมจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ด้วยการใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือปรับใช้ในการจัดการธุรกิจโดยสามารถกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ด้วยตนเอง แต่นักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้เพียงเฟซบุ๊กในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวเท่านั้น มีแอปพลิเคชันและช่องทางการสืบค้นอื่น อีกมากมายที่เป็นที่นิยมของคนแต่ละช่วงวัย ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 23-40 ปี หรือ Y Generation ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุดในประเทศที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันมากที่สุด ยอมรับข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และเป็นวัยทำงานที่มีอำนาจซื้อ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จะไม่ใช่แค่ช่องทางเดียวตลอดไป ต้องพัฒนาให้เข้าถึงมากขึ้น เช่น Gen Y นิยมใช้ Youtube 99.6%, Line 99.4%, Facebook 98.5% กลุ่มนี้มีการใช้โซเชียลคอนข้างสูง ทั้งการสื่อสารพูดคุย รวมไปถึงการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์เป็นส่วนมาก และชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เกือบทั้งหมด (วิสดอมสตูดิโอ, 2563)

5. ปัจจัยการบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมื่อชุมชนแหลมผักเบี้ยสามารถบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยวได้สูงจะส่งผลให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงไปด้วย จากข้อสรุปดังกล่าวพิจารณาได้ว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจแพปลาชุมชนให้มีคุณภาพน่าไว้วางใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งในด้านคุณภาพอาหารและการบริการได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อและการร้องขอ มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวคอยตอบข้อซักถามจะช่วยให้ชุมชนมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงขึ้น สอดคล้องกับภณสิทธิ์ อันยะ (2563) ที่พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะมีคุณภาพได้ก็ต่อเมื่อคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวให้ความร่วมมือและช่วยเหลือกันเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการหรือซื้อสินค้าในแหล่งท่องเที่ยว การบริการจึงจะเกิดคุณภาพทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาใช้บริการและกลับมาเที่ยวอีกครั้งถ้าคนในแหล่งท่องเที่ยวให้การบริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านค้า นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความประทับใจบอกต่อกันไปและจะทำให้เกิดชื่อเสียงมีคนมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจแพปลาชุมชนให้บริการร้านอาหารไอ้โห่ปอ่อย นับเป็นสถานที่หลักที่เป็นที่ยอมรับในด้านชื่อเสียงที่

6. ปัจจัยปัจจัยสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมื่อชุมชนแหลมผักเบี้ยสามารถสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ สูงจะส่งผลให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงไปด้วย จากข้อสรุปดังกล่าวพิจารณาได้ว่าการที่ชุมชนแหลมผักเบี้ยมีแหล่งท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยมีนาครปูม้า แพลลาชุมชน (ร้านไอ้โห่ปอรรอย) จักสานธูปฤาษี ผักไฮโรโบนิคส์ ฟาร์มสาหร่ายพวงองุ่น ผ้ามัดย้อมจากเปลือกโกงกาง มีความน่าสนใจต่อการมาท่องเที่ยว และยังได้สัมผัสวิถีชีวิต เช่น การทำประมง การแปรรูปอาหารทะเลแห้ง การทำนาเกลือ ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญณณ์ณณัฐ์ ดิจริงตระกูล (2562) ที่พบว่าสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวของชุมชนสามารถที่จะประสบความสำเร็จ และสามารถนำไปสู่ความยั่งยืนได้มากขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเยือนวิถีชีวิตชุมชนจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม เกิดความประทับใจและสนใจมาท่องเที่ยว

8. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมื่อชุมชนแหลมผักเบี้ยมีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงจะส่งผลให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงไปด้วย จากข้อสรุปดังกล่าวพิจารณาได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญอันดับแรก คือ ต้องมีที่จอดรถที่เพียงพอและไม่ไกลเพื่อให้อยู่ในสายตาและเพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สิน อีกทั้งยุคสมัยปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้งานสื่อออนไลน์ตลอดเวลา การที่ในพื้นที่นั้นมีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตเพียงพอ่อมสร้างความได้เปรียบมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ รวมถึง

เมื่อมีร้านอาหารเครื่องเต็มเพียงพอ มีห้องห้องสุขาและถังขยะในทุกจุดบริการการท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวและอยู่ในพื้นที่ได้นานยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของมาศศุภา นิมบุญจาช (2558) ที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่จอดรถ และห้องน้ำที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวไปต่อยอดในการวิจัยด้านการพัฒนาด้านการสื่อสารและการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวให้กับชุมชน
2. งานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางการวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/>
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์. (2560). แนวทางการจัดทำเส้นทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง**, วันที่ 1 มีนาคม 2560, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, หน้า 1598-1607.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2560). **ท่องเที่ยววิถีไทย ชุมชนบ้านดอนใน**. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.tourvtthai.com/2015/porpeanglife-preview/381091791795?fbclid=IwAR0Z7xChckHn9J2CMzJo9c5C8rjKphajS84YKUm9FXfeUJ2yxRfESIYNOew>.
- ปฐมนถฤกษ์ ติจรังตระกูล. (2562). ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก: กรณีศึกษาเมืองพัทยา. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**, 11(1): 1-19.
- ภณสิทธิ์ อันยะ. (2563). ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย. **วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ**, 2(1): 331.
- มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนนอกหัว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิสดอมสตูดิโอ. (2563). **ส่องพฤติกรรม Gen นี้ใช้สื่ออะไรมากที่สุด**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563, จาก <https://wisdomstudio.co.th/knowledge/1928/>.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). **ชุดความรู้ถอดบทเรียนการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2562, จาก <http://tis.dasta.or.th/dastaknowledge/>.
- อิสระพงษ์ เขียนปัญญา. (2560). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอุตสาหกรรมอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดขอนแก่นตามแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (EWEW)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- Eom, T., et al. (2020). Discovering the perceived attributes of CBT destination travelers in South Korea: A mixed method approach. **Tourism Management**, 77: 104013.
- Nugraheni, B. D., and Nurhaeni, I.D.A. (2018). Implication of E-tourism on culture value of community based tourism in Indonesia. In **Asian Association for Public Administration Annual Conference** (pp.1-11). Retrieved August 11, 2019, from <https://doi.org/10.2991/aapa-18.2018.1>.
- Park, E., et al. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. **Tourism Management**, 74: 99-109.
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, Alan N. Hoffman, Charles E. Bamford and Purva Kansal. (2017). **Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, 15th Edition by Pearson**. India: Pearson Education India.
- Upadhyay, P. (2020). Tourist-host interactions and tourism experiences: A study of tourism experiences and effects in Sikles, Nepal. **The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality**, 11(1): 81-106.
- Uwasu, M., et al. (2018). On the valuation of community resources: The case of a rural area in Japan. **Environmental Development**, 26: 3-11.
- Zhang, T., et al. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. **Sustainability**, 11(12): 3437.