

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน

POTENTIAL DEVELOPMENT GUIDELINES AND ONLINE MARKETING PROMOTION FOR COMMUNITY-BASED ECOTOURISM ATTRACTIONS IN NAN PROVINCE

ราณี อีสัยกุล¹ นนทลฉัตร วีรานูวัตต์² รชพร จันทร์สว่าง³

อรสา เตติวัฒน์⁴ และ วชราภรณ์ อีสัยกุล⁵

Ranee Esichaikul¹, Nontlachata Viranuvatti², Rochaporn Chansawang³,

Orasa Tetiwat⁴, and Vatcharaporn Esichaikul⁵

^{1,3}สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

²บริษัท ไทยไฟล์ทเทรนนิ่ง จำกัด และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

⁴คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

⁵คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

^{1,3}School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

²THAI Flight Training Company Limited and Thai Airways International Public Company Limited

⁴Faculty of Science and Technology, Nakhon Sawan Rajabhat University

⁵School of Technology and Engineering, Asian Institute of Technology

Received: April 26, 2020 / Revised: September 25, 2020 / Accepted: September 30, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน 2) ศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่านผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน โดยกำหนดพื้นที่วิจัยในจังหวัดน่าน 2 แห่ง ได้แก่ หมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง และหมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอเชียงกลาง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสัมภาษณ์ เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย ประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการ จำนวน 43 คน โดยใช้เครื่องมือที่ปรับปรุงจากแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน จำนวน 200 คน ระหว่างเดือนมกราคมถึงเมษายน 2561 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน ทั้ง 2 หมู่บ้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาวเท่ากัน 2) ผลการศึกษารูปแบบความต้องการและต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศพบว่า ต้นแบบฯ ตรงกับความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านฟังก์ชัน และด้านการจัดหมวดหมู่หน้าหลักสำหรับในอนาคต ต้นแบบระบบนี้ยังสามารถขยายไปสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อื่นๆ ได้ด้วย 3) ข้อค้นพบ

จากการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านที่เป็นพื้นที่ศึกษาประกอบด้วย การเรียบเรียงความเป็นมาและค้นหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน การพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของหมู่บ้าน การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่น การสร้างแรงจูงใจ และการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเก็บรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว และการรับรู้ช่องทางการสื่อสารของนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่านประกอบด้วย การพัฒนาต่อยอดในส่วนแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น และพื้นที่อื่นเพิ่มเติม หรือจะพัฒนาในรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการต่อยอดในส่วนของการทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขายสินค้าชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ จังหวัดน่าน

Abstract

The purposes of this research were (1) to examine the potential of community-based eco-tourism attractions in Nan province; (2) to study and develop a prototype of online marketing support system of community-based eco-tourism attractions in Nan province via cloud application; and (3) to recommend guidelines for potential development and online marketing promotion of community-based eco-tourism attractions in Nan province. The two selected research areas in Nan province were Maneepreak village in Thung Chang district, and Huaypaan village in Chiang Klang district, Nan province. This study was a mixed method research involving qualitative and quantitative research methodologies. In qualitative study, the key research informants were 43 state sector administrators, private sector administrators, community leaders, and academics who were interviewed and participated in small group discussion. In quantitative study, an evaluation form to assess the potential of community-based eco-tourism attractions, adapted from that of the Department of Tourism, was used to collect data from 200 eco-tourists during January – April 2018. Quantitative data were analyzed with the use of descriptive statistics; while qualitative data were analyzed with content analysis.

The research results were as follows: (1) regarding the results of assessing potential attributes of community-based ecotourism attractions in the two villages, it was found that both communities were natural areas with some eco-tourism development and received a rating mean of good level (3 stars); (2) regarding the results of requirement analysis of online marketing support system for community-based eco-tourism attractions, it was found that the developed prototype was relevant to the requirement on contents, functions, and classification of main attributes; also, this prototype could be extended to other community-based eco-tourism attractions in the future; and (3) the findings from this research led to the

recommendations on guidelines for potential development and online marketing promotion of community-based eco-tourism attractions of the two communities that were research areas as follows: the study of historical background and identities of the village; the development of interpreting method and interpreting activities in community-based eco-tourism attractions; the formulation of sustainable natural resources preservation plan; the determination of capacity for supporting tourists; the creation of tourist activities; the village's infrastructure development; the increasing of local agricultural product values; the creation of motivation and promotion of new generation people to participate in planning for development of community-based eco-tourism attractions; and the collection of statistics on the number of tourists and their perceived channels of communication; on the other hand, the guidelines for online marketing promotion of community-based eco-tourism attractions in Nan province were the following: the top-up development of other eco-tourism destinations; the development of websites for collection of data concerning eco-tourism; and the development of e-commerce for community products and services for tourists.

Keywords: Potential Development, On-line Marketing Promotion, Community-based Eco-Tourism Attraction, Nan Province

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลกที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวนกว่า 1.8 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตรา การขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ขณะที่ การท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ อย่างไรก็ตามขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง (Department of Tourism, 2013) อ้างอิงข้อมูลของ Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี 2557 กล่าวถึงประเทศไทยว่ามีความสามารถในการแข่งขันในลำดับที่ 35 ของโลกและเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก ซึ่งเป็นอันดับที่สูงขึ้นจากเมื่อ

พ.ศ. 2555 (ลำดับที่ 43) นอกจากนี้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับที่ 11 ของโลก) และมาเลเซีย (อันดับที่ 25 ของโลก) แต่เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านพบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน ด้านคมนาคมทางอากาศ และโครงสร้างพื้นฐานในการบริการนักท่องเที่ยว แต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ความปลอดภัย ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และสุขอนามัย นอกจากนี้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดจากนโยบายเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแต่ขาดการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนก่อให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษด้านระบบนิเวศวิทยา ศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถานเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ยังไม่มี

แผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการรองรับ (Minister of Tourism and Sport, 2016) ดังนั้นเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ควรหันมาร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ ส่งผลให้กลไกนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลายกว่าในอดีต

นอกจากนี้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยียังส่งผลต่อตลาดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการตลาดที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยตนเองเพิ่มขึ้น และนิยมใช้ Smart phone ในการติดต่อสื่อสาร และค้นหาข้อมูลด้านการเดินทางที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวในการเตรียมตัวสำหรับเดินทางท่องเที่ยว สื่อออนไลน์ (Online Media) จึงกลายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบันและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยทั้งที่อยู่ในช่วงวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น สำหรับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Esichaikul & Chansawang, 2016) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในอุทยานแห่งชาติของไทยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติมีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาตรฐานดีมากหรือ 4 ดาว แต่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่บริเวณนอกพื้นที่อุทยานแห่งชาติแม้มีศักยภาพแต่ยังขาดมาตรฐานคุณภาพ เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ยังไม่สมบูรณ์และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเหล่านั้นยังขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังและกว้างขวาง ขณะที่ชุมชนหลายแห่ง

ซึ่งมีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้ความสนใจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อยู่เป็นจำนวนมาก จังหวัดน่านเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ค่อนข้างมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนมีแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่หลากหลายแต่ยังขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมและถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นพื้นฐาน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่จังหวัดน่านมีความจำเป็นและเป็นสิ่งสำคัญต่อการยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและส่งเสริมการตลาดออนไลน์เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางแก่นักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

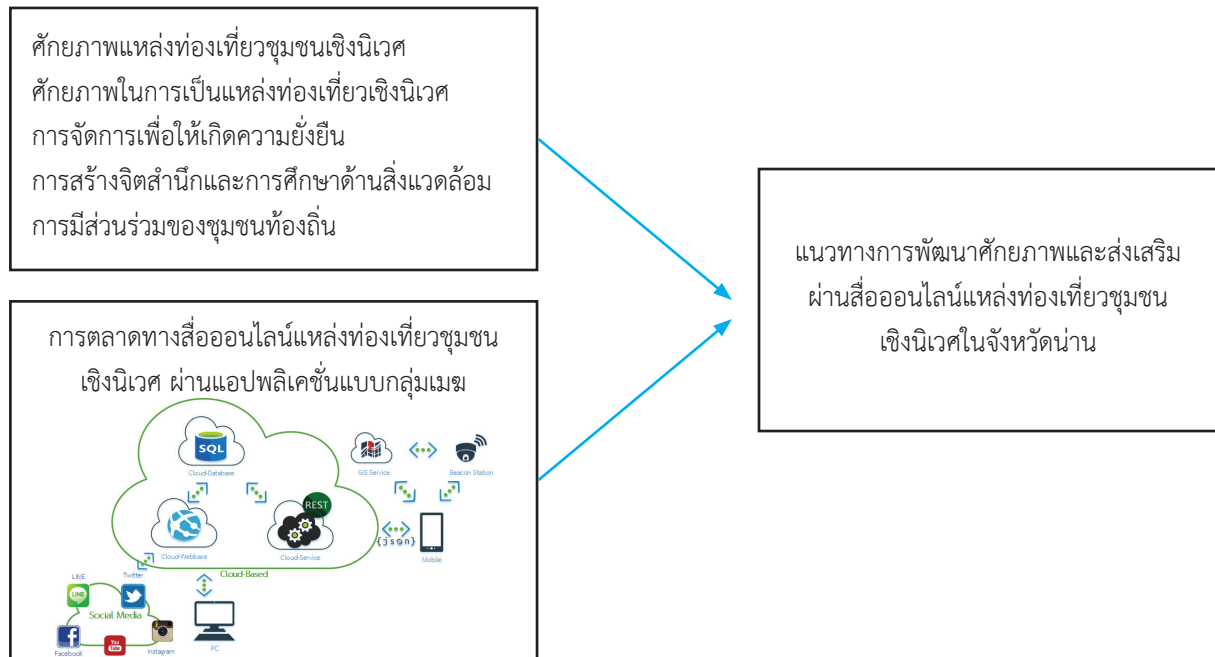
1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่านผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ
3. เพื่อได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว

โดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสื่อออนไลน์ และแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการ

กรอบแนวคิดของการวิจัยแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เน้นกิจกรรมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมรอบตัวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ Fennell (1999) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เน้นความยั่งยืน โดยให้ความสนใจในประสบการณ์และการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนในท้องถิ่น The Royal Society Dictionary (1999) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วม

ของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้ 1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ 4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว 5) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน 6) เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน พึงพอใจ และประทับใจ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (Diamantis, 2004) ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ธรรมชาติ (Natural-based Component) 2) องค์ประกอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainability Component) 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการศึกษาเรียนรู้ (Educational Component) 4) องค์ประกอบด้านการมี

ส่วนร่วม (Involvement of host community or people participation)

Department of Tourism (2013) ได้นิยามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีดัชนีชี้วัดความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพและความมีคุณภาพเพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นด้วยตัวชี้วัด (Indicator) ในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีทั้งที่อยู่ในรูปของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปของค่าเชิงปริมาณ การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในครั้งนี้ได้ปรับจากกรอบพื้นฐานและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เหมาะสมกับชุมชน ได้แก่

1. ศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่โดยยึดตามหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. การจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบสนใจ ใส่ใจ และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งธรรมชาติและ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน/ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิดการพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Com-

munity-Based Tourism: CBT) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน) (Thongma, 2004) องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้ของ CBT ประกอบด้วย ศักยภาพของคน ศักยภาพของพื้นที่ การจัดการ การมีส่วนร่วม และผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีทั้งผลกระทบด้านบวกคือ ทำให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด ส่วนผลกระทบด้านลบคือ ทำให้เกิดปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมคือ มีจำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามาเกิดกระแสการเลียนแบบ และมีความขัดแย้งทางความคิดในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Dahnit et al. (2014) กล่าวว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางการทำธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าบริการ ข้อมูล และไอเดีย ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ Kaplan & Haenlein (2010) กล่าวว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือที่เติมเต็มสิ่งที่ขาดในการตลาดแบบเดิมเป็นกิจกรรมการตลาดที่ทำผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ที่สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าบริการกระจายสู่ผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับระบบแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ การประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ช่วยลดการลงทุนในการทำธุรกิจโดยเปลี่ยนจากการลงทุนเป็นไปเช่าใช้ระบบสารสนเทศจากผู้ให้

บริการแทน ทำให้องค์กรขนาดเล็กสามารถใช้ระบบสารสนเทศได้เช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่ และนอกจากนี้ผู้ให้บริการยังมีผู้เชี่ยวชาญดูแลระบบตลอดเวลา อีกทั้งยังอาจจะมีบริการที่หลากหลายโดยผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามความต้องการและจ่ายค่าบริการตามการใช้งานจริงได้ ซึ่งด้วยความสามารถที่ผู้ใช้บริการสามารถจ่ายค่าบริการตามที่ตนเองใช้งานนั้น ยังมีผลให้ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกในการปรับขนาดลดหรือขยายการให้บริการสามารถกำหนดรายละเอียดของ Server ตามความต้องการของแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้บริการจะนำไปใช้และยังสามารถปรับเปลี่ยนรายละเอียดภายหลังหากความต้องการเปลี่ยนไปได้ทันที คนไทยได้พัฒนาระบบบน Cloud Computing แล้ว ซึ่งส่วนมากเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับคนทั่วโลก (Thailand Community based Tourism Network Coordination Center, 2012) ระบบสถาปัตยกรรมระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศพัฒนาในรูปแบบของแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆคือ จะใช้งานระบบโดยไม่ระบุสถานที่ของ Server ที่จะนำไปติดตั้งเพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการทรัพยากรของระบบสามารถขยายความสามารถของ Server ที่ใช้งานได้ภายในอนาคตโดยไม่สนใจข้อจำกัดทางด้าน Hardware สามารถทำการสำรองและกู้คืนข้อมูลได้โดยไม่กระทบกับการทำงาน สถาปัตยกรรม Cloud ถูกนำมาใช้งาน เพิ่มมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยี Cloud ในรูปแบบของ Cloud-Database สำหรับจัดเก็บข้อมูล Cloud-based เว็บเป็นระบบ Website นำเสนอข้อมูลและแชร์ข้อมูลไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram และ Line อีกทั้งการทำงานยังรองรับการพัฒนาโปรแกรมรูปแบบ Web Responsive รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลา และใช้ Cloud Service สำหรับใช้เป็น REST API ติดต่อกับอุปกรณ์ โดยใช้ภาษา PHP 5.6

สำหรับพัฒนา Cloud-Web based และ Cloud-Service โดยแปลงข้อมูลที่รับส่งข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบของ JSON ผ่านเว็บเซอร์วิสแบบ REST (Representational State Transfer) เพื่อช่วยในการจัดการและพัฒนา API (Application Program Interface) เป็นตัวกลางเชื่อมต่อข้อมูลระหว่าง Cloud-Service กับ Mobile Application โดยที่มีการให้บริการข้อมูลจาก GIS Service และให้ Mobile Application ทำการติดต่อกับ Beacon Station ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวระบุตำแหน่งแล้วแจ้งกลับมายัง Mobile Application เพื่อให้ประมวลผลสำหรับแจ้งข้อมูลที่ถูกต้องไปยัง Mobile Application (Katz, Goldsten, & Yanosky, 2011)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์และเชิงปริมาณโดยแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ติดต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ตำรา หนังสือ เอกสาร รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและสถานศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือวิจัย

2. สำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดน่านที่มีศักยภาพ จากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนปี พ.ศ. 2559 และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่นักวิจัยพัฒนาขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) เป็นชุมชนที่มีศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เป็นชุมชนที่มีประสิทธิภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะเริ่มต้น 3) เป็นชุมชนที่มีการสร้างจิตสำนึกและสร้างการเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม 4) เป็นชุมชนที่มีผู้นำเข้มแข็งและประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกัน จากนั้นทำการสำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษา 2 แห่ง ได้แก่ หมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง และหมู่บ้านห้วยพวน อำเภอเชียงกลาง

3. สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ปรับจากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และแบบสอบถามเพื่อถามความต้องการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ราย พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำมาใช้เก็บข้อมูล

4. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานชุมชน/ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สถาบันการศึกษา ผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่นจำนวน 17 คน เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง

5. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน และสอบถามความต้องการด้านสื่อออนไลน์ โดยเก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 2 หมู่บ้าน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น/ชุมชน สถาบัน

การศึกษา เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการนำเที่ยว และผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น จำนวน 26 คน

6. เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาความต้องการระบบสนับสนุนตลาดออนไลน์ จำนวน 200 คน โดยเลือกสุ่มแบบสะดวก

7. ออกแบบและทดลองใช้ต้นแบบระบบการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

8. จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

9. สำหรับการประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ใช้แบบประเมินศักยภาพของกรมการท่องเที่ยวโดยมีหัวข้อคำถามครอบคลุมข้อมูลดังต่อไปนี้ 1) ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน 3) การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลข้อมูลแบบประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าคะแนนและระดับมาตรฐาน

ค่าคะแนน	ระดับมาตรฐาน	สัญลักษณ์
81 ขึ้นไป	ดีเยี่ยม	5 ดาว
71-80	ดีมาก	4 ดาว
61-70	ดี	3 ดาว
51-60	ปานกลาง	2 ดาว
50 หรือน้อยกว่า	ต่ำ	1 ดาว

ที่มา: Department of Tourism (2013)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอกู่ช้าง จังหวัดน่าน ได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 67.5 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่า อยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน สรุปผล การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์ ดังนี้

ด้านที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนค่อนข้างดีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชสมุนไพรหายากและมีประโยชน์ ธรรมชาติยังคงมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ รวมถึงเรื่องราวในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่าม้งมีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังต้องการการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน และการรวบรวมจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชนเผ่า คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (26 : 40 คะแนน)

ด้านที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน บ้านมณีพฤกษ์มีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนพอสมควร เนื่องจากติดปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในด้านการดำเนินการต่างๆ และการขาดงบประมาณที่นำมาใช้ในการพัฒนาพื้นที่ที่ยั่งยืนและคาบเกี่ยวกับหลายหน่วยงานของรัฐ ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่ยังมีไม่มากที่จะสามารถนำมาบริหารจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวได้เอง และที่ผ่านมาไม่เคยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยว เช่น การกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของแต่ละช่วงเวลา รวมถึงกิจกรรมที่พัฒนาต้องไม่ส่งผลกระทบต่อและทำลาย

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนและดำเนินการตามแผนงานพัฒนาพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน แต่จากข้อมูลพบว่า บ้านมณีพฤกษ์ยังไม่เคยมีการทำแผนงานดังกล่าว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับน้อย (8.5 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 3 การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก บ้านมณีพฤกษ์มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชาวบ้านมีความรู้ในเรื่องระบบนิเวศพอสมควร แต่ข้อมูลและเรื่องราวประวัติศาสตร์ต่างๆ ยังคงต้องรอการจัดการรวบรวมความรู้อย่างเป็นระบบโดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวควรมีการกำหนดบุคลากรผู้รับผิดชอบ ในส่วนของสื่อออนไลน์ การ update ข้อมูล และการดูแลศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เช่น บอร์ดกิจกรรมที่ผ่านมาและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในรอบปี และการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเคร่งครัดและเป็นรูปธรรม คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 4 การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านมณีพฤกษ์มีความกระตือรือร้นของกลุ่มชาวบ้านในช่วงแรก ที่มองการท่องเที่ยวว่าเป็นของใหม่และสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้าน มีชาวบ้านมาร่วมกว่า 80 คน แต่ต่อมาเมื่อพบอุปสรรคบางอย่างที่ทำให้ชาวบ้านรู้สึกและมองว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีความมั่นคงอย่างที่หวัง จึงมาร่วมประชุมเป็นครั้งคราวและจนในที่สุดเหลือจำนวนเพียง 10 กว่าคน หมู่บ้านมณีพฤกษ์จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านให้มากขึ้น โดยการให้ความรู้ที่ถูกต้องด้านการท่องเที่ยวและความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพวิถีชีวิต เกิดการสร้างรายได้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง

และถือว่าชาวบ้านได้เคยมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนมาแล้ว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20 คะแนน)

ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่า อยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านห้วยพ่าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านห้วยพ่านมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศค่อนข้างดี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชพันธุ์ที่หายาก แหล่งธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ และเรื่องราววัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่าลัวะที่มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังขาดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า คะแนนรวมในหัวข้อนี้อยู่ในระดับปานกลาง (26: 40 คะแนน)

ด้านที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน บ้านห้วยพ่านมีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน แต่มีปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในเขตป่าสงวนและงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้การพัฒนาการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวมีอุปสรรค บ้านห้วยพ่านยังขาดการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยมีเพียงแผนการแต่เพียงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล เนื่องจากบ้านห้วยพ่านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ใน

ระดับปานกลาง (11 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 3 การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก บ้านห้วยพ่านมีแผนในการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และมีนักท่องเที่ยวหนาแน่นเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบในการดูแลเฟสบุ๊คจึงยังไม่สามารถตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และไม่มีการจัดศูนย์เพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผู้ตอบคำถามหลักคือ ผู้ใหญ่บ้านสมบูรณ์ แต่บ้านห้วยพ่านได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์หลายรายการจึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการเข้ามาท่องเที่ยว บ้านห้วยพ่าน โดยสามารถสรุปประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มที่เข้ามาโดยไม่ได้ติดต่อล่วงหน้าและกลุ่มพรรคพวกคนรู้จัก ซึ่งแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่ชาวบ้านจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อให้จัดบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แต่ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวลัวะไม่ชินกับการตอบคำถามนักท่องเที่ยว จึงทำให้ขาดทักษะการสื่อความหมายและบอกเล่าเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านห้วยพ่านมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีทุนซึ่งเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและทุนทางสังคมของชาวบ้านในชุมชนขนาดเล็ก และมีการจัดตั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยพ่านซึ่งดำเนินการโดยผู้ที่ให้ความสนใจ การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่ม แต่หากชาวบ้านเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนอาจทำให้ชาวบ้านหันมาสนใจประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยทำเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพหลักที่มีอยู่ คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20 คะแนน)

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ด้านที่ 1 มีปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว

ทางธรรมชาติที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระบบนิเวศจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวและเป็นระบบที่ได้รับผลกระทบทางอ้อมจากการท่องเที่ยว ระบบนิเวศของพื้นที่จึงมีความสำคัญมากต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นระบบที่ต้องรักษาไว้ในยั่งยืน (Somyos, Sukphirom, & Insai, 2015) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นยังมีความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (Songsuntornwong, 2011) โดยบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจไปเที่ยวชม (Benjachaya, 2006)

ด้านที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เนื่องจากพื้นที่ของทั้งสองหมู่บ้านอยู่ในบริเวณพื้นที่อุทยานแห่งชาติและเขตป่าสงวนซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ แต่ทั้งสองหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทำให้พื้นที่ทั้งสองแห่งนี้จึงยังไม่มีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนต้องเข้ารับการอบรมความรู้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ผ่านกระบวนการจัดทำแผนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนอย่างแท้จริง (National Tourism Committee of Thailand, 2016)

ด้านที่ 3 การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก ที่ผ่านมามีบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชาวบ้านมีความรู้ในเรื่องระบบนิเวศแต่ข้อมูลและเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนยังขาดการรวบรวมความรู้อย่างเป็นระบบ จึงควรมีการจัดการด้านการอบรมให้ความรู้จากฐานสู่ฐานและปลูกจิตสำนึกรักท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาด้านการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

ด้านที่ 4 การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งสองหมู่บ้านมีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจากความต้องการของชาวบ้านในชุมชนที่เล็งเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากทั้งสองหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเป็นยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ประกอบกับชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร เรื่องของเวลาในการมีส่วนร่วมจึงเป็นปัญหาหลัก ดังนั้นจึงควรเผยแพร่ความรู้แก่ชุมชนเพื่อให้ชาวบ้านเข้าใจบริบททางการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ยกระดับคุณภาพชีวิต โดยนำผลตอบแทนที่ได้รับจากการท่องเที่ยวกลับมาพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนอีกด้วย (Strategy Administrative office of Upper North Province Group 1, 2018)

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผลการศึกษาแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศพบว่า ความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านฟังก์ชัน และด้านของการจัดหมวดหมู่หน้าหลักเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการความรวดเร็วในการใช้งาน การเข้าถึงข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล ความสะดวกสบายในการใช้งาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความทันสมัย ความชื่นชอบอิทธิพลจากเพื่อน ลักษณะส่วนบุคคล และอิทธิพลจากครอบครัว ตามลำดับ ทั้งนี้การจัดกิจกรรมเชิญชวนสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่มาจากยอดการแชร์ข้อมูล/รูปภาพสูงสุด รองลงมาคือ จากการกดถูกใจสูงสุด จากยอด

การรีวิวสูงสุดหรือการจัดกิจกรรมรับคำทำด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และการได้รับรางวัล ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติส่วนใหญ่เห็นด้วยเช่นเดียวกันว่ามีความต้องการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ เป็นการจัดหมวดหมู่

ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณีมากที่สุด และ การทำการตลาดออนไลน์ที่จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลการพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ แสดง

องค์ประกอบหน้าจอหลัก ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้า Website

ที่มา: Baanmanepruek (n.d.)

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กันทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับ Kim & Ko (2012) และ Jovan (2014) ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยวและพบว่า การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยให้คำแนะนำนักท่องเที่ยว

วางแผนการเดินทาง ตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง โดยการใช้เครื่องมือผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ และยังช่วยในการตัดสินใจเพื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย ผู้วิจัยมีการเรียกใช้เซอร์วิสเพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกันบนอินเทอร์เน็ตในฐานะข้อมูล Social Media

ช่วยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram และ Google Plus เพื่อให้การทำงานของระบบนี้รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลา อีกทั้งการแนะนำระบบ Cloud Computing ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำทำให้องค์กรขนาดเล็กสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีความเหมาะสมที่จะอบรมให้ความรู้กับผู้นำชุมชนท้องถิ่นที่จะสามารถนำไปใช้ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างไม่ยาก

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของ 2 หมู่บ้านที่เป็นพื้นที่ศึกษา จากข้อค้นพบของผลการวิจัย ดังแสดงในข้อเสนอแนะ สรุปผลการวิจัยดังนี้

สรุปผล

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยรวมทั้งจังหวัดน่านส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกัน เช่น การจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ กฎหมายป่าไม้ที่ไม่เอื้อและไม่ทันสมัยต่อสถานการณ์ ซึ่งเป็นผลที่นำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่กับชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เขตอนุรักษ์ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึงการขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ประกอบการ การเตรียมความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการควบคุมดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดียังคงถูกปล่อยให้มีปัญหา โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่คณะวิจัยสำรวจพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวขาดการคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นยัง

ไม่สะดวกเท่าที่ควร รวมถึงการขาดการบูรณาการในการทำงาน การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ดังนั้นการแก้ไขปัญหาที่พบจึงเป็นเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนซึ่งมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสร้างมูลค่าเพิ่ม อันจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ พื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยการจัดการข้อมูลเชิงลึก และกระบวนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างต้นแบบและพื้นที่อันเป็นรูปธรรมซึ่งจะนำไปสู่ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพและยั่งยืน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความสอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนบน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวก่อเกิดการสร้างรายได้ และกระจายสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Strategy Administrative office of Upper North Province Group 1, 2018)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาจากงานวิจัย

1. ชุมชนในหมู่บ้านควรช่วยกันเรียบเรียงความเป็นมาและค้นหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้านจากเอกสารหรือ คำบอกเล่าของชาวบ้านจากรุ่นสู่รุ่น นำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของหมู่บ้าน
2. ชุมชนควรพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยพิจารณาจากลักษณะและความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายหลัก ประเภทที่ใช้งบประมาณไม่สูง ไม่มีความซับซ้อน ด้านเทคนิคก่อนและพัฒนาวิธีการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป เช่น แผ่นพับ แผนที่ เป็นต้น
3. ชุมชนควรร่วมกันจัดทำแผนและวางระบบการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในหมู่บ้านอย่างยั่งยืนเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์และ

คงอยู่ให้นานที่สุด มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า

4. ชุมชนควรกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) โดยกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล และการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวพักค้างคืนในโฮมสเตย์และบริเวณลานกางเต็นท์

5. ชุมชนควรพิจารณาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งเพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อให้ความรู้สำหรับกลุ่มศึกษาดูงาน

6. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวก การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่นด้วยการแปรรูปผลผลิต การสร้างตราสินค้าและการพัฒนาหีบห่อเพื่อนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น กาแฟ ชিং หน่อไม้ น้ำผึ้ง เป็นต้น

7. ประธานกลุ่มหรือผู้นำชุมชนควรส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมมากขึ้นและสร้างแรงจูงใจให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมโดยแสดงให้เห็นถึงรายได้เสริมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องที่ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสืบทอดผู้นำจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง

8. การขยายวงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น เช่น บริการที่พักและจัดอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว ชุมชนเหล่านี้จะได้รับโอกาสจากการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ชาวบ้านคนอื่นควรปลูกผัก

ผลไม้ และเลี้ยงสัตว์ไว้ประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว แทนที่จะซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหารมาจากนอกหมู่บ้าน จะทำให้ขยายวงชาวบ้านคนอื่นในการได้รับโอกาสในการสร้างรายได้ทางอ้อมจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงด้วย

9. การส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ได้แก่ การเลือกเครื่องมือ ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น Facebook และ LINE@ ข้อดีคือ สามารถเผยแพร่เนื้อหาได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือการ Live สด ข้อแนะนำคือ ควรเลือกช่องทางหลักก่อนไม่เกิน 2 ช่องทาง และต้องเข้าใจว่าลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่เลือกการท่องเที่ยวในรูปแบบเฉพาะเจาะจง ลูกค้ากลุ่มนี้จะเลือกการท่องเที่ยวในแบบที่ตนเองต้องการ ไม่ใช่เกิดจากกระแสของสังคมแต่จะศึกษาข้อมูลด้วยตนเองและมักจะเลือกการท่องเที่ยวตามธรรมชาติและ การศึกษาวิถีชุมชนดังกล่าว จึงต้องเริ่มจากการสื่อสารด้วยรูปภาพและวิดีโอที่ทันสมัยเป็นอย่างแรก จากนั้นค่อยๆ ขยายไปยังช่องทางอื่นๆ เช่น ปรับแต่งเว็บไซต์ติดอันดับได้ด้วยการทำ Search Engine Optimization (SEO) ซึ่งวิธีนี้ยั่งยืนและฟรีแต่อาจจะต้องใช้ เวลา การเขียนบล็อก (Bloggng) ช่วยส่งเสริมธุรกิจ การท่องเที่ยวโดยสร้างเนื้อหาให้โดนใจลูกค้า และจะเกิดการแชร์ต่อทำให้การค้นหานั้นติดอันดับต้นๆ วิดีโอ ภาพ เป็นช่องทางสำคัญที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวมาสรรค์สร้างให้เกิดความน่าสนใจ และทำให้เกิดการรับรู้มากขึ้นภายในเวลาอันรวดเร็ว ทำการปรับปรุงข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวในหน้าเว็บ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ให้ครบถ้วนและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลาในแต่ละเดือนที่เหมาะสม นอกจากนั้นควรมีการประเมินและวัดผลการดำเนินการดังกล่าวเพื่อนำมาพิจารณาเพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนา

ปรับปรุงบางส่วนที่อาจมีการแก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับบริบททางการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยต่อไปควรขยายผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศไปในหมู่บ้านจังหวัดอื่นในภาคเหนือตอนบน หรือหมู่บ้านที่มีศักยภาพในภาคเหนือตอนล่าง เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศอื่น

2. ควรขยายผลเว็บไซต์ด้วยการพัฒนาต่อยอดในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านอื่นๆ รวมถึงพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม หรือจะพัฒนาในรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและต่อยอดในส่วนของการทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขายสินค้าชุมชน เพื่อเป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

References

- Baanmaneepruek Village. (n.d.). *Community-base Ecotourism Banmaneepruek*. Retrieved January 20, 2019, from <https://baanmaneepruek.com/> [in Thai]
- Benjachaya, S. (2006). *Ecotourism*. Retrieved January 5, 2017, from [https://www.dnp.go.th / fca16/ file/ 96qfwxab5harkte.doc](https://www.dnp.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc) [in Thai]
- Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors Influencing SME Sad Option of Social Media Marketing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 119-126.
- Diamantis, D. (2004). *Ecotourism: Management and Assessment*. London: Thomson.
- Department of Tourism. (2013). *Ecotourism Quality Assessment Manual*. Bangkok: Minister of Tourism and Sport.
- Esichaikul, R. & Chansawang. R. (2016). *Ecotourism Standard Development of Thailand* (Full Reported). The Thailand Research Fund and The National Research Council of Thailand. [in Thai]
- Fennell, D. (1999). *Ecotourism: An Introduction*. London: Routledge.
- Information Management Community. (2011). *Cloud Computing - Cloud Group Data Processing*. Retrieved January 17, 2017, from <https://impattani.wordpress.com/2011/07/29/cloud Computing>
- Jovan, P. (2014). *Social Media as a Tool of Destination Marketing Organizations*. Retrieved January 17, 2017, from <http://portal.sinteza.singidunum.ac.rs/Media/files/2014/715-721.pdf>
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! the Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, R., Goldstein, P., & Yanosky, R. (2011). *Cloud Computing in Higher Education*. Retrieved April 29, 2018, form http://net.educause.edu/section_params/ conf/CCW10/highered.pdf
- Kim, A. J. & Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65, 1480-1486.
- Minister of Tourism and Sport (2016). *National Tourism Committee of Thailand*. Retrieved July

- 15, 2018, from <https://www.tourismthailand.org/> [in Thai]
- National Tourism Committee of Thailand. (2016). *Royal Thai Government's National Tourism Development Plan for 2016-2017*, Ministry of Tourism and Sports and the Tourism. Retrieved January 16, 2016, from <https://www.tatnews.org/2016/01/thailand-advancing-towards-sustainable-tourism-in-line-with-global-trend/>
- Somyos. K., Sukphirom, R., & Insai, S. (2015). *Tourism Sector Development Research for Participation Learning in Dutai Community, Nan District, Nan Province*. Retrieved February 10, 2018, from http://www.nancc.ac.th/nancc/research/s04_3.pdf [in Thai]
- Songsuntornwong, C. (2011). *Tourism Resource Fundamental. Sustainable Tourism Resource Management (Teaching Doc.Unit4)*. Nontburi: Administration Management, Sukhothai Thammathirat Open University.
- Strategy Administrative Office of Upper North Province Group 1. (2018). *Upper North Province Group Development Plan 1. (2010 - 2017)*. Retrieved February 11, 2018, from <https://goo.gl/4eE3ci>.11-02-2018 [in Thai]
- Thailand Community Based Tourism Network Coordination Center. (2012). *Community Based Tourism*. Retrieved January 8, 2017, from <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/> [in Thai]
- The Royal Society Dictionary. (1999). *Book*. Bangkok: Nanmee Book Print Publishing. [in Thai]
- Tongma. W. (2004). *Community Based Tourism: CBT for Community Quality Management in Forest Area*. Retrieved January 7, 2017, from www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc [in Thai]



Name and Surname: Ranee Esichaikul
Highest Education: D.B.A. (Tourism), University of Strathclyde
Affiliation: Sukhothai Thammathirat Open University
Field of Expertise: Tourism Management



Name and Surname: Nontlachata Viranuvatti
Highest Education: Ph.D. (Integrated Tourism Management), National Institute of development Administration (NIDA)
Affiliation: Mae Far Luang University
Field of Expertise: Tourism Management



Name and Surname: Rochaporn Chansawang

Highest Education: Ph.D. (Tourism), Sheffield Hallam University, UK

Affiliation: Sukhothai Thammathirat Open University

Field of Expertise: Tourism Management



Name and Surname: Orasa Tetiwat

Highest Education: Ph.D. in Information Systems, Victoria University of Wellington, New Zealand

Affiliation: Nakhon Sawan Rajabhat University

Field of Expertise: Information Systems



Name and Surname: Vatcharaporn Esichaikul

Highest Education: Ph.D. (Management Information Systems), Kent State University, USA

Affiliation: Asian Institute of Technology

Field of Expertise: IT for Tourism and Social Marketing