



เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

Appropriate Marketing Communications Tools for Ecotourism

Uttaradit Province

ดร.เบญจวรรณ สุจริต*

Dr.Benjawan Sucharit

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ และวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบให้ผู้เชี่ยวชาญระบุ (Expert Choice Sampling) ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สื่อมวลชน ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการด้านการตลาด ด้านนิเทศศาสตร์ และด้านการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงโดยเลือกสรรจากผู้ที่มีความรู้ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอย่างดี จำนวนทั้งสิ้น 20 คน ผลการประเมินประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ด้านพื้นที่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีความเป็นธรรมชาติแบบที่ไม่มีการตัดแปลง ด้านความสะดวกในการเข้าถึง มีเส้นทางในการเดินทางที่สะดวกโดยเฉพาะเส้นทางหลักในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งร้านค้าสวัสดิการ ลูกหาบ ด้านการจัดการ มีระบบการจัดการที่ดีจากเจ้าหน้าที่กรมป่าไม้ การวางแผนการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการด้านความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อมมีลักษณะทางกายภาพที่สวยงามธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ด้านความมีชื่อเสียง มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว มีกิจกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่องในการเข้าค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนอย่างต่อเนื่อง เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่แผนที่เที่ยวละม้ายไปกับอุดรดิตถ์, สติกเกอร์รูปพระยาพิชัย, สติกเกอร์แผนที่ท่องเที่ยวอุดรดิตถ์, ปฏิทินการท่องเที่ยว, โซเชียลเน็ตเวิร์ค, เอส เอ็ม เอส, ป้ายกลางแจ้ง, คู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ และแสตมป์สะสมคะแนน

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด / การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ / จังหวัดอุดรดิตถ์

* อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์



ABSTRACT

The purposes of this research were to assess the potential ecotourism source in Uttaradit province and to analyze the appropriation marketing communications tools for ecotourism in Uttaradit province. It was a qualitative research. The instrument was in-depth interviews and workshops. The key informants were the expert choice sampling such as souvenir and gift shop entrepreneurs, local administration, the association of travel agents, the association of tourism and sports, the experts on green tourism, media, the president of community enterprise, and academic person on marketing, communication art, and tourism. These key informants were selected by using purposive sampling from the person who had the best knowledge on ecotourism for 20 persons. The results of assessment the potential of ecotourism source in Uttaradit province were found that the area aspect was a beautiful tourism location and there was fully a nature without any adaptation. The convenient way of get in aspect was found that there was a convenient way to get into the site by having the main road. The facility aspect was well prepared for tourists such as welfares shop and sherpas. The management aspect was having well managed by forestry department officer that was preparing for tourism planning, facility management, and safety. The environment aspect was physically beautiful and abundantly natural. The Image aspect was well known in the group of tourist. The tourism activity aspect was having participated with educational institutions continually for conservation camping. Lastly, the participation of community aspect was supported by the community and local administration. The appropriate marketing communications tools for ecotourism in Uttaradit province was stated as follow: Uttaradit travel map, Praya Pichai sticker, Uttradit travel sticker, travel calendar, social network, SMS, outdoor signage, Uttaradit tourist manual, Uttaradit travel guide, and stamp collecting points.

Keywords: Marketing Communications / Ecotourism / Uttaradit Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย อันเนื่องมาจากรายได้ส่วนใหญ่ของประเทศมาจากการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือบริการ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้า เป็นต้น รวมเป็นการซื้อสินค้าและการบริการรัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญและปัญหาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว จึงกำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญของประเทศ และมอบหมายให้สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (Office of tourism development) จัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องแผนกลยุทธ์ของประเทศ คือ การขจัดความยากจนระดับชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้สมดุล เพื่อแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ และเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังได้กำหนดกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟู หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล



ในขณะทีนโยบายของรัฐบาลมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจทีเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นนั้น ผลกระทบทีตามมา ได้แก่ ความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติทีขาดการดูแล จิตสำนึกของการทวงหน และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวและชุมชน ตลอดจนปัญหาสภาวะโลกร้อนทีจะเข้ามาทั้งทางตรงและทางอ้อม ฤดูหนาวทีสั้นลง ขณะที่ประเทศไทยมีผลกระทบเรื่องของการได้น้ำทีน้อยลงไปเนื่องจากน้ำทะเลร้อนขึ้น ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวทีต้องใช้ทุนธรรมชาติอย่างมธยัสถ์ให้มีความมั่นคง ยั่งยืน และในท้ายทีสุดจะต้องคั่นทุนต่อสังคม (สายสุนีย์ สิงห์ศัน, 2556) จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทีได้รับความนิยมอย่างยิ่งในปัจจุบัน

จังหวัดอุดรดิตร เป็นจังหวัดทีตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มีพื้นที่ทั้งสิ้น 7,838 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,889,120 ไร่ และเป็นจังหวัดหนึ่งทีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทีสวยงาม และมีลักษณะภูมิศาสตร์ทีแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว อุทยานแห่งชาติลำน้ำน่าน อุทยานแห่งชาติคลองตรอน และภูพญาพ้อ จังหวัดอุดรดิตร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังกล่าวมีจุดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติทีแตกต่างกัน ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทีสนใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอย่างยิ่ง ดังจะเห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวปี 2556 มีจำนวน 39,528 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 จำนวน 20,373 คน (การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรดิตร, 2556) หากแต่ปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้มาท่องเที่ยวแบบพักค้างแรมในจังหวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะแวะเข้ามาทำธุระ หรือท่องเที่ยวชั่วคราว และไปพักแรมหรือค้างคั่นที่จังหวัดอื่น

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคตามหลักการตลาด ได้แก่ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งประโยชน์ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั้น คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 2004) ได้นำเสนอประโยชน์ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไว้ว่า เป็นการช่วยสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า ให้แข็งแกร่งและโดดเด่นในตลาด ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า และข้อความขององค์กร ไปสู่ลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความเข้าใจทีถูกต้องและตรงกันเกี่ยวกับตัวสินค้านั้น ซึ่งในเรื่องนี้ เวท และ เวินสลีย์ (Weitz & Wensley, 2002) ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดยังมีบทบาทเพื่อส่งเสริมทางการตลาดทีเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทีองค์กรต้องการจะสื่อสารด้วย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วองค์กรก็มักจะใช้การสื่อสารการตลาด เพื่อให้สินค้านั้นหรือบริการเป็นที่รู้จัก เพื่อให้ข้อมูลเฉพาะบางประการ หรือเพื่อที่จะสร้าง หรือส่งเสริมความสัมพันธ์ ตลอดจนทัศนคติทีดีทีเกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (Brand content) ทีถูกต้องและเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Brand contact) จากมูลเหตุดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตร เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตร รวมถึงวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดและสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในจังหวัดอุดรดิตรโดยประโยชน์ทีจะได้รับจะนำมาซึ่งคุณูปการอันมหาศาลในการหาแนวทางส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตรต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี และวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาเอกสาร โดยผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ระยะเตรียมการ ศึกษาปัญหา และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว อุทยานแห่งชาติลำน้ำน่าน อุทยานแห่งชาติคลองตรอน และภูผาหมอก จังหวัดอุดรธานี มีขั้นตอนดังนี้

1. วางแผนกำหนดระยะเวลาในการทำวิจัยก่อนการสำรวจ สถานภาพและศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี
2. เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ในการดำเนินการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี
3. ศึกษาบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี
4. สรุปบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี

วิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดอุดรธานีจากเอกสาร งานวิจัย
2. สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งลงพื้นที่เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดอุดรธานี
3. นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในข้อที่ 2 มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยสรุปในประเด็นบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ระยะที่ 2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานีมีขั้นตอนดังนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักในประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรธานี
2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. เปรียบเทียบกับเอกสาร รายงานการวิจัยที่ได้ทบทวนไว้ตั้งแต่ต้น
4. สรุปผลการศึกษาที่ได้เป็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

วิธีการดำเนินงาน

1. ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่ได้นัดหมายวัน เวลา และสถานที่
2. นำผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดมาสรุปในประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. นำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับเอกสาร รายงานการวิจัยและสรุปผลการศึกษาออกมาเป็น ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรธานีจำนวน 8 ด้าน ได้แก่ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน



ระยะที่ 3 วิเคราะห์และพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีขั้นตอนดังนี้

1. สำรวจเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในจังหวัดอุดรดิตถ์
2. วิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้วิจัยร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย ลงพื้นที่เพื่อร่วมกันในการสำรวจเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในจังหวัดอุดรดิตถ์
2. ประสานงานกับ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สื่อมวลชน ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการด้านการตลาด ด้านนิเทศศาสตร์ และด้านการท่องเที่ยว และผู้ช่วยนักวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ
3. วิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
4. ร่วมกันวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
5. สรุปเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ทราบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยการถอดเทปบันทึกเสียง เรียบเรียง จัดหมวดหมู่ ในประเด็นศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ แบ่งเป็นศักยภาพ 8 ประเด็น ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน
2. เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ เก็บข้อมูลจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยการถอดเทปบันทึกเสียง เรียบเรียง จัดหมวดหมู่ ในประเด็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ สรุปผลการวิจัยดังนี้

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ สรุปได้ดังนี้

- จุดแข็งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ได้แก่ ด้านทัศนียภาพ มีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีความสวยงามและยังบริสุทธิ์จากการถูกทำลายของนักท่องเที่ยว, ด้านเส้นทางคมนาคมหลัก สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก, ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน, ด้านความปลอดภัย มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยและมีเจ้าหน้าที่ป่าไม้จะมีประจำตามอุทยานและวนอุทยาน, ด้านการจัดการ มีระบบการจัดการที่ดีจากเจ้าหน้าที่กรมป่าไม้ ด้านความ



หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนมากและยังเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติที่น่าสนใจกับเยาวชนและสถานศึกษาอีกด้วย

- จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ การคมนาคมบางเส้นทางในการเดินทางไปยังไม่สะดวกเท่าที่ควร, ระบบสาธารณูปโภคยังไม่ดีพอในการให้บริการนักท่องเที่ยว, การสื่อสารยังไม่เป็นระบบ งบประมาณมีค่อนข้างจำกัด และเจ้าหน้าที่ให้บริการมีน้อยไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและไม่มีแผนแม่บทในการจัดการพื้นที่และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

- โอกาสของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นชุมชนตนเอง กระแสการท่องเที่ยวอนุรักษ์ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ และมีเครือข่ายทั้งในระดับจังหวัดและในระดับประเทศ

- อุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ เงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ คือจังหวัดจายาก จังหวัดอุดรดิตถ์ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของการเดินทาง และภาครัฐต่างคนต่างทำงานของตนเองไม่ได้ประสานความร่วมมือกัน

จากสรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ดังกล่าว ผู้วิจัยขอสรุปศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในจังหวัดอุดรดิตถ์ ใน 8 ประการ ดังนี้ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

1) ด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีความเป็นธรรมชาติดีที่ไม่มีการตัดแปลง ค่อนข้างมาก นอกจากนั้นต้นสักใหญ่ของโลกยังมีความโดดเด่นที่ไม่มีประเทศใดเหมือน และเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ประกอบกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่อย่างครบครัน

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีสภาพของเส้นทางในการเดินทางที่สะดวก โดยเฉพาะเส้นทางหลักในการเดินทาง นอกจากนั้นยังสามารถเดินทางได้หลายเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งสามารถเดินทางจากอีกจังหวัดหนึ่งเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้เลย เช่น อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ร้านค้าสวัสดิการที่มีสินค้าอุปโภค บริโภคไว้จำหน่าย ตลอดจนจัด ลูกหาบไว้คอยอำนวยความสะดวกในการช่วยขนสัมภาระขึ้นไปพักค้างแรมให้กับนักท่องเที่ยว ระบบไฟฟ้า ประปา มีมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยค่อนข้างสูง มีการจัดเวรยามของเจ้าหน้าที่ในการตรวจตราความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4) ด้านการจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ระบบการจัดการที่ดีจากเจ้าหน้าที่กรมป่าไม้ ซึ่งคอยดูแลตั้งแต่การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการด้านความปลอดภัย การให้คำแนะนำและปรึกษาแก่นักท่องเที่ยว และการนำเที่ยว



5) ด้านสภาพแวดล้อม

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีลักษณะทางกายภาพที่สวยงามธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ตลอดจนพืช และสัตว์ที่มีชีวิตที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องแต่อดมสมบูรณ์ยิ่ง สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะมีเจ้าหน้าที่อุทยานซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการดูแลรักษาพันธุ์ไม้ พืช และสัตว์เป็นผู้ควบคุมดูแล ทำให้ระบบนิเวศต่างๆ ไม่ถูกทำลาย

6) ด้านความมีชื่อเสียง

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพราะทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวยังอุดมสมบูรณ์ และบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวยังมีธรรมชาติที่สวยงามที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ เช่น ลานสนบนอุทยานแห่งชาติภูสอยดาว

7) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้มีกิจกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่องในการเข้าค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีวิทยากรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่จากอุทยานแห่งชาติทำหน้าที่บรรยาย ตลอดจนแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์และหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติให้กับเยาวชนและนักท่องเที่ยว

8) ด้านการมีส่วนร่วม

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจัดประชุมร่วมกันหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง ในการเป็นผู้ประกอบการ หรือเป็นลูกหาบ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน นอกจากนี้ยังปลูกฝังให้เยาวชนให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นไกด์นำเที่ยวด้วย

2. เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์สรุปผลการวิจัยดังนี้

2.1 เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้ในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ แผ่นพับ ป้าย วิดีทัศน์ การออกรายการโทรทัศน์ และเว็บไซต์

2.2 เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่แผนที่เที่ยวละม้ายไปกับอุดรดิตถ์, สติกเกอร์รูปพระยาพิชัย, สติกเกอร์แผนที่ท่องเที่ยวอุดรดิตถ์, ปฏิทินการท่องเที่ยว, โซเชียลเน็ตเวิร์ค, เอส เอ็ม เอส, ป้ายกลางแจ้ง, คู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ และแสดมปีสะสมคะแนน

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอดำเนินการอภิปรายผลโดยอิงวัตถุประสงค์ตามลำดับดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดอุดรดิตถ์มีศักยภาพพร้อมที่เอื้อต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ได้อย่างครบองค์ประกอบทั้ง 8 ประการได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดของภาวิดา รังสี (2550) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปแสวงหาสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรม ที่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น ประสบการณ์จากการได้เที่ยวให้แหล่งธรรมชาติ โอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างในแต่ละพื้นที่และได้มีโอกาสอนุรักษ์สภาพทาง



ธรรมชาติและสมบัติทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ไปชม ทั้งนี้ อันเนื่องมาจากในปัจจุบันประชากรสูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น และนิยมท่องเที่ยวเพื่อ ผ่อนคลายความเครียดเนื่องมาจากการว่างงาน ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าทางจิตใจ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ และพัชรินทร์ เสริมการดี (2553) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชน ในอำเภอควนโดนและควนกาหลง จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโตนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรสร้างจุดเด่นของพื้นที่โดยนำธรรมชาติมาเสนอเป็นจุดขาย ปรับปรุงความสะดวกและภูมิทัศน์ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน
 2. ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกจัดทำสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและจัดเตรียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับบริการถ่ายทอดความรู้และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว
 3. ด้านการพัฒนาการตลาด จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน
- ด้านการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอุดรดิตถ์นอกเหนือจากสื่อที่มีอยู่เดิม อาทิเช่น แผ่นพับ ป้าย วิทยุทัศน์ การออกรายการโทรทัศน์ และเว็บไซต์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัดอุดรดิตถ์แล้ว ควรมีสื่อที่จัดทำเพิ่มเติม ได้แก่ แผนที่เที่ยวละมัยไปกับอุดรดิตถ์, สติกเกอร์รูปพระยาพิชัย, สติกเกอร์แผนที่ท่องเที่ยวอุดรดิตถ์, ปฏิทินการท่องเที่ยว, โซเชียล เน็ตเวิร์ค, เอส เอ็ม เอส, ป้ายกลางแจ้ง, คู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ และแสมป์สะสมคะแนนสอดคล้องกับแนวคิดของ ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ และพัชรินทร์ เสริมการดี (2553) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชน ในอำเภอควนโดนและควนกาหลง จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโตนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการพัฒนาการตลาด ควรจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และจัดทำคู่มือ แผ่นพับ ใบปลิว และพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการใช้เครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ โดยในการสื่อสารครั้งหนึ่งไม่จำเป็นต้องเลือกใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ แต่อาจเลือกใช้บางเครื่องมือก็ได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดบางช่องทางการสื่อสารมีค่าใช้จ่ายที่สูง อาทิเช่น การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร จึงควรเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย ทำหน้าที่ในการสื่อสารไปได้ทุกทิศทั่วไทย อาทิเช่นสื่อเคลื่อนที่ ได้แก่ สติกเกอร์รูปพระยาพิชัย สติกเกอร์แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ สื่อเคลื่อนที่นี้จะสามารถสื่อสารและสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั่วไปที่พบเห็นและจดจำจังหวัดอุดรดิตถ์ได้ ซึ่งทางจังหวัดอุดรดิตถ์อาจแจกสติกเกอร์ 2 ประเภทให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว



จังหวัดอุดรดิตถ์ และใช้แสดมบ้สะสมคะแนนการท่องเที่วแต่ละจุดเพื่อรับสติกเกอร์ฟรี เป็นการส่งเสริมและสื่อสารไปในขณะเดียวกันด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมืองค์ประกอบครบ 8 ประการ ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอให้ข้อเสนอแนะทั่วไปดังต่อไปนี้

1. ประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีความรู้ในเรื่องการบริการ มีจิตอาสา สำนักรักบ้านเกิดตนเอง พร้อมทั้งจะเป็นจุดแหล่งท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่นและชุมชนได้ด้วย สามารถตอบคำถามนักท่องเที่ยว ให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นตนเองได้อีกด้วย
2. เครือข่ายผู้ประกอบการต้องเข้มแข็ง ดำเนินการให้เป็นรูปธรรม ไม่ขัดแย้งกัน มีความจริงใจในการช่วยเหลือกันอย่างแท้จริง สามารถประสานงานกับภาครัฐ และสถาบันการศึกษาได้
3. จังหวัดต้องวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของสถาบันการศึกษา และท้องถิ่น ตลอดจนชาวบ้านที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น
4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางแห่งไม่พบเจ้าหน้าที่อยู่ประจำ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลในการท่องเที่ยว และไม่ประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว อันจะส่งผลต่อการส่งข่าวสารต่อไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่นที่สนใจ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมในการเข้ามาสร้างเครือข่ายให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม ทั้งเครือข่ายระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน
2. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในพื้นที่ของตนเอง ต้องจริงใจ และจริงจังในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนมีส่วนร่วมในการช่วยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมทางด้านงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทับซ้อน
3. สถาบันการศึกษาในจังหวัด ต้องมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา โดยอาศัยการวิจัยเชิงพื้นที่ และการบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มพูนศักยภาพของประชาชน ชุมชน และท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในเรื่องการบริการเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทดลองใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแต่ละประเภท และมีการทดสอบผลการใช้เครื่องมือเหล่านั้นด้วยว่ามีประสิทธิภาพประสิทธิผลเพียงใด
2. ควรวิจัยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



เป็นต้น เพื่อให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย อันจะเกิดผลต่อการสร้างเครื่องมือที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่อไป

3. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ค่อนข้างไกลการเดินทางลำบาก เช่น อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว ผู้วิจัยควรวางแผนในการเดินทางให้ดี เพราะจะมีกำหนดเวลาในการเดินทางขึ้นอุทยานไม่เกินบ่าย 2 โมง หากวางแผนไม่ดีจะทำให้เสียเวลาในการเดินทาง และอันตรายหากต้องเดินทางกลับในช่วงกลางคืน

4. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีเจ้าหน้าที่อยู่ การติดต่อสอบถามค่อนข้างลำบาก องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบก็ไม่มีข้อมูลมากพอในการตอบคำถาม เป็นอุปสรรคที่พบในการวิจัยเชิงพื้นที่ จากการไม่มีส่วนร่วมของท้องถิ่นและภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรดิตถ์, สำนักงาน.(2556). แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์.

ทบทวนเมื่อมกราคม 2556 แหล่งที่มา : <http://uttaradit.mots.go.th/index.php>

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ และ พัทธรินทร์ เสริมการดี. (2553). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนา

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดนและบ้านโดนพานัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. สุทธิปริทัศน์.

ภาวิดา รังสี. (2550). ความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ เอกชนและชุมชนในการจัดกิจกรรม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอม่อนใหม่ จังหวัดใหม่.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์.(2556). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. ทบทวนเมื่อ มกราคม 2556: แหล่งที่มา

http://www.hightthailand.com/th/main/detail_content.html.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด.กรุงเทพฯ : วิสัทธิพัฒนา.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing. (10thed.)*. New Jersey: Pearson Education.

Weitz, B. & Wensly, R. (2002). *Handbook of Marketing*. London : Stage.