

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5850077

ชื่อแผนงาน : แนวทางการพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย รongศาสตราจารย์ ดร. รานี อีสัยกุล และคณะ  
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail Address : [ranee.esi@stou.ac.th](mailto:ranee.esi@stou.ac.th); [esichai@gmail.com](mailto:esichai@gmail.com)

ระยะเวลาโครงการ: 15 มิถุนายน 2558 ถึง 14 มิถุนายน 2559

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมาตรฐานคุณภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (2) ศึกษาศักยภาพตลาดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (3) ศึกษาการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย และ (4) วิเคราะห์ผลรวมของโครงการย่อยเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมเชิงคุณภาพและปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานท้องถิ่น เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทน ชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศ มัคคุเทศก์ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกรรมการและสมาชิกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยทำการสุ่มแบบเจาะจงเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งสิ้น 53 คน และทำการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำนวน 85 คน และประชุมกลุ่มย่อยเพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศเป็นจำนวน 63 คนในอุทยานแห่งชาติ 6 แห่งในประเทศไทย และทำการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 1,000 ฉบับ สำหรับการศึกษาดัชนีชี้วัดและความต้องการของนักท่องเที่ยว และแบบสอบถามความต้องการระบบการตลาดสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ประกอบการธุรกิจ นักท่องเที่ยว และผู้สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวมทั้งสิ้น 844 คน ระหว่างเดือนกันยายน 2558 ถึง เมษายน 2559 การวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย พบว่า ผลการรวมคะแนนทุกด้านพบว่า อุทยานแห่งชาติทั้ง 6 แห่งอยู่ในระดับมาตรฐานดีมากหรือ 4 ดาว โดยมีค่าคะแนนระหว่าง 71-80 คะแนน โดยอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานมีคะแนนสูงสุด (79) ในขณะที่อุทยาน

แห่งชาติกฤษณ์บุรีมีคะแนนต่ำสุด (71) และผลการคำนวณค่าเฉลี่ยคะแนนรวมเท่ากับ 74.7 คะแนน หรืออยู่ในระดับดีมาก โดยอุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง คือ แก่งกระจานและดอยอินทนนท์มีคะแนนรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนรวม ในขณะที่อุทยานแห่งชาติ 4 แห่ง คือ เขาใหญ่ เขาสก หมู่เกาะสุรินทร์ และกฤษณ์บุรีมีคะแนนรวมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนรวม ตามลำดับ

(2) ผลการวิเคราะห์การประเมินมาตรฐานคุณภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ 6 แห่ง พบว่า ผลการรวมคะแนนเฉลี่ยทุกด้านของผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติพบว่า ผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งประเมินภาพรวมของมาตรฐานแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ประเมินตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89) ในขณะที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) กฤษณ์บุรี (ค่าเฉลี่ย 3.47) และเขาสก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ประเมินตนเองว่าอยู่ในระดับสูง ตามลำดับ และอุทยานฯ แก่งกระจาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และหมู่เกาะสุรินทร์ (ค่าเฉลี่ย 4.42) อยู่ในระดับสูงมาก และผลการคำนวณค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของการประเมินมาตรฐานผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในทุกอุทยานแห่งชาติพบว่า เท่ากับ 3.72 หรืออยู่ระดับสูง ผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง คือ เขาใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 2.89) ดอยอินทนนท์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และกฤษณ์บุรี (ค่าเฉลี่ย 3.47) ประเมินตนเองว่ามีระดับมาตรฐานต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม ในขณะที่ผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติอีก 3 แห่ง คือ เขาสก (ค่าเฉลี่ย 3.84) แก่งกระจาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ หมู่เกาะสุรินทร์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ประเมินตนเองสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม ตามลำดับ

สำหรับผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นสมาชิกสมาคม TEATA ในภาพรวม พบว่า คณะกรรมการสมาคม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสมาชิกสมาคม TEATA (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีความเห็นสอดคล้องกันว่าสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศมีมาตรฐานการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คณะกรรมการสมาคม และสมาชิกสมาคม TEATA มีความเห็นสอดคล้องกันว่าสมาชิกฯ มีมาตรฐานการดำเนินงานด้านการจัดการองค์การด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้างผลประโยชน์สูงสุดทางสังคมและเศรษฐกิจแก่ชุมชน และด้านการสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ مردمททางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชน อยู่ในระดับสูงมาก แต่ด้านการสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่สิ่งแวดล้อมในชุมชน มีความเห็นไม่สอดคล้องกัน แต่มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย

(3) ผลการศึกษาลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า 1) ลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานะภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 25,587 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง และใช้จายภายในอุทยานฯ เฉลี่ย 2,776 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โสต เป็นพนักงานบริษัทที่มีรายได้เฉลี่ย 46,003 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยาน 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ ศึกษารธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง เดินป่า และใช้จ่ายภายในอุทยานฯ เฉลี่ย 3,394 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงอุทยานฯ และจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

(4) สำหรับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกรายพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุด

(5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่าหากมองมิติด้านความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากรและด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งมิติด้านความต้องการเหล่านี้ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับต่อมา สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติหากมองมิติด้านความต้องการ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม

(6) ผลการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบความต้องการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน และเชิงปริมาณโดยวิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 844 คน เพื่อยืนยันข้อมูลผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่าผลการศึกษาส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกัน ในด้านเนื้อหาข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ซึ่งประกอบด้วย จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง รูปภาพบรรยากาศสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลค่าใช้จ่ายต่างๆ ส่วนในด้านฟังก์ชันที่เป็นที่ต้องการ ประกอบด้วย มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง และมีบริการระบบแชร์ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ ในด้านของการจัดหมวดหมู่หน้าหลักของเว็บไซต์ ควรจัดตามประเภทของกิจกรรม ตามภูมิภาค/จังหวัด และตามเดือน/ฤดูกาล

(7) พัฒนาระบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันแบบตอบสนอง (Responsive) ซึ่งรองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลา ระบบนี้พัฒนาด้วยภาษา PHP 5.6 ร่วมกับ HTML5 และเรียกใช้เซิร์ฟเวอร์เพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกัน และพัฒนา API (Application Program Interface) เพื่อรองรับคำสั่งการเรียกใช้งานจากแอปพลิเคชันอื่นที่ต่างกันบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram และ LINE

(8) ผลการทดลองใช้และประเมินต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่าง 52 คน พบว่า ประสิทธิภาพของต้นแบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี และผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของต้นแบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับในอนาคตต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยจะสามารถขยายให้เป็นระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ที่สมบูรณ์เต็มรูปแบบได้เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในการดำเนินการเพื่อพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ แนวทางการจัดทำนโยบายและแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย แนวทางการบังคับใช้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง แนวทางการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวทางการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดภายในประเทศ แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดภายนอกประเทศ และแนวทางการส่งเสริมตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

**คำหลัก:** แนวทางการพัฒนามาตรฐาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประเทศไทย

## ABSTRACT

Project Code: RDG5850077

Program Title: Guidelines for Ecotourism Standards Development and Promotion in Thailand

Investigators: Esichaikul, R and others

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail Address: [ranee.esi@stou.ac.th](mailto:ranee.esi@stou.ac.th); [esichai@gmail.com](mailto:esichai@gmail.com)

Project Duration: 15 June 2015-14 June 2016

The purposes of this research were (1) to study and to assess ecotourism attraction standards and ecotourism operator standards; (2) to study marketing potentials for ecotourists; (3) to analyze the requirements of online social media marketing system for promoting eco-tourism in Thailand and to design, develop, and evaluate the system; and (4) to propose guidelines of ecotourism attractions development and promotion for ecotourists in Thailand.

This research was a mixed method of qualitative and quantitative research. Population were stakeholders including policy planners related to ecotourism of public sector, local authorities, owners/managers of ecotourism attractions, local communities, ecotourism operators, tour guides in ecotourism attraction areas, academic experts, and members and committee members of Thai Eco Tourism and Adventure Travel Association (TEATA). Fifty-three interviews were conducted through purposive sampling from related key informants in Thailand. Focus groups of eighty-five key informants and focus groups of sixty-three key informants were conducted to assess ecotourism attraction standards and ecotourism operator standards respectively in six selected national parks. A questionnaire was used to collect data from 1,000 tourists in order to examine eco-tourist behavior and requirements. A questionnaire for examining the requirements of online social media marketing system was also used to collect data from entrepreneurs, tourists and interested consumers as a total of 844 respondents during September 2015 to April 2016. For quantitative data analysis of assessment standards, statistical tools for descriptive and inferential analysis were employed including percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression. For qualitative data analysis, content analysis strength and weakness analysis were used to analyze data.

(1) The results of assessing ecotourism attraction standards showed that the grand total scores from all standard aspects of six national parks were at a very good level or at four stars level (between 71-80 points). Kaeng Kachan National Park received the highest score at 79 points, while Kuiburi National Park received the lowest at 71 points. The total average score was 74.7 points or at a very high level. Kaeng Kachan National Park and Doi Intanon National Park were two national parks that received higher scores than the average score, whereas other four national parks including Khaoyai, Khaosok, Mukoh Surin, and Kuiburi National Parks, scored below the average respectively.

(2) The results of assessing ecotourism operator standards around six national parks indicated that the total standard assessment showed some variations accordingly. The total average scores from all standard aspects of ecotourism operators at Khaoyai National Park were at a medium level (mean = 2.89). Doi Intanon, Kuiburi, Khaosok National Parks were assessed at a high level of mean 3.40, 3.47 and 3.84 respectively while Kaeng Kachan and Mukoh Surin National Parks were self-assessed at a very high level of mean 4.42 and 4.22 respectively. The total average mean of six national parks was 3.72 or at a high level. Ecotourism operators at Khaoyai, Doi Intanon, and Kuiburi National Parks were self-assessed lower than the average of mean 2.89, 3.40, and 3.47 respectively. Whereas ecotourism operators at Khaosok, Kaeng Kachan, and Mukoh Surin National Parks were self-assessed higher than the average of mean 3.84, 4.22, and 4.53 respectively.

The results of assessing ecotourism operator standards of members of TEATA indicated that the TEATA Committee and members had assessed themselves accordingly at a very high level of mean 4.35 and 4.20 respectively. When considering each aspect, the results showed parallel assessment of a very high level between the TEATA Committee and members in aspects of sustainable and effective service and management, maximum benefits for society and economy of local communities, and maximum benefits for cultural heritage. But the result showed little different assessment in aspect of maximum benefits for the environment.

(3) For characteristics and tourist behaviors of eco-tourists in Thailand, the result showed that the majority of responding Thai tourists were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with monthly salary of 15,001 – 25,000 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound

recording, spending on the average of less than 1,500 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves; as for responding foreign tourists, the majority were females, aged 21 – 30 years, with bachelor's degree educational level, being single, being company employees with monthly salary of more than 65,000 baht, spending time of 1 – 2 days for sight-seeing in the national park and doing three main activities of trekking in the forest, nature study, and taking photographs/sound recording, spending on the average of less than 1,500 baht within the national park, choosing to stay in resorts near the national park, and managing their tourist activities by themselves.

(4) With regard to the needs for and satisfaction with eco-tourism of eco-tourists, both Thai and foreign tourists had the needs for and satisfaction with the majority of eco-tourism factors at the high level; however, in-depth analysis of specific tourist areas were undertaken, it was found that Thai tourists who visited Surin Islands National Park had the needs for and were satisfied with eco-tourism factors at the highest level.

(5) Regarding factors affecting the decision to partake in eco-tourism of eco-tourists in Thailand, it was found that for the needs of Thai tourists, the factors of tourist area, tourism management with social responsibility, tourism personnel, and price were factors that affected their decision for making the trips; all of these need factors were positive factors that correlated with their subsequently obtained satisfaction; as for the needs of foreign tourists, the price factor was the factor that affected their decision for making the trips, with their opinion that the present prices were appropriate.

(6) For the result of requirements of online social media marketing system, the research methodology used a combination of qualitative interviews with 60 people and quantitative sample survey of 844 people, in order to confirm the findings. The results of the analysis showed that most of the findings were consistent. For the content needed, it includes the featured attractions, travel itinerary, pictures, sights atmosphere, and costs/expenses. For the functionality needed, it includes a search facility for ecotourism destinations, a search to identify travel routes, and a capability of a system to share files, photos / video. For the content structure of Home Page of a website, it should be organized by type of activity, by region/ province, and by month / season.

(6) A prototype of online social media marketing system to promote ecotourism in a form of responsive web application which supports both tablet computers and mobile phones was developed. Users can access information anywhere and anytime. A prototype was developed using PHP 5.6 with HTML5 and it can run the service to access information from different apps and API (Application Program Interface) to receive a call from an application on Internet. In addition, online social media allows advertising and publicity of information via apps such as Facebook, Twitter, YouTube, Instagram and LINE.

(7) A prototype of online social media marketing system for promoting eco-tourism was tried out and evaluated with a sample of 52 people. The evaluation results found that the overall performance of the underlying social media marketing prototype was at a good level and users were satisfied with the overall quality of the online social media marketing prototype at a high level. For the future, a prototype of online social media marketing system should be extended to a full online social media marketing system for promoting eco-tourism in Thailand, with full-scale features.

The research findings lead to guidelines for the public sector, private sector and the communities for developing ecotourism standards for tourists, including development of ecotourism policy and master plan for Thailand, enforcement of ecotourism standards, education and development of conservation consciousness among stakeholders, management of ecotourism attraction facilities, marketing and public relations for ecotourism attractions, marketing promotion for Thai tourists, marketing promotion for foreign tourists, and marketing promotion for on-line social media for ecotourism.

**Keywords:** Standards Development, Marketing Promotion, Ecotourism, Thailand